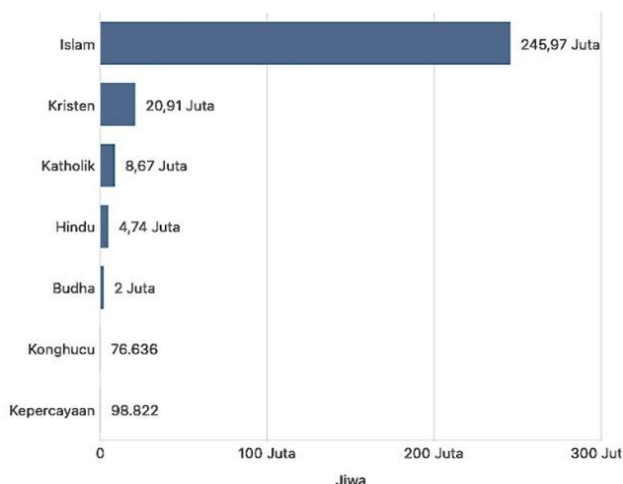


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bangsa Indonesia merupakan bangsa majemuk yang terdiri dari beragam suku bangsa, adat, ras, agama, budaya, bahasa, dan kepercayaan. Bangsa Indonesia yang pluralistik dan multikulturalistik ini menjamin kebebasan setiap warga negaranya untuk memeluk agama dan kepercayaan masing-masing tanpa adanya paksaan dari orang lain. Hal itu tercantum dalam UUD 1945 pasal 29 ayat 2 yang berbunyi “Negara menjamin kemerdekaan setiap orang memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaannya itu.”

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Ditjen Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), per semester I 2024 jumlah penduduk di Indonesia mencapai 282.477.584 jiwa. Islam merupakan agama yang paling banyak dianut oleh penduduk Indonesia. Sebanyak 245.973.915 jiwa (87,08%) penduduk Indonesia menganut agama Islam. Kemudian diikuti oleh penganut agama Kristen sebanyak 20.911.697 jiwa (7,40%), penganut agama Katolik sebanyak 8.667.619 jiwa (3,07%), penganut Hindu sebanyak 4.744.543 jiwa (1,68%), penganut Buddha sebanyak 2.004.352 jiwa (0,71%), penganut Khonghucu sebanyak 76.636 jiwa (0,03%). Sementara, lainnya ada 98.822 jiwa (0,03%) penduduk Indonesia yang menganut aliran kepercayaan.



Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama (Semester I 2024)

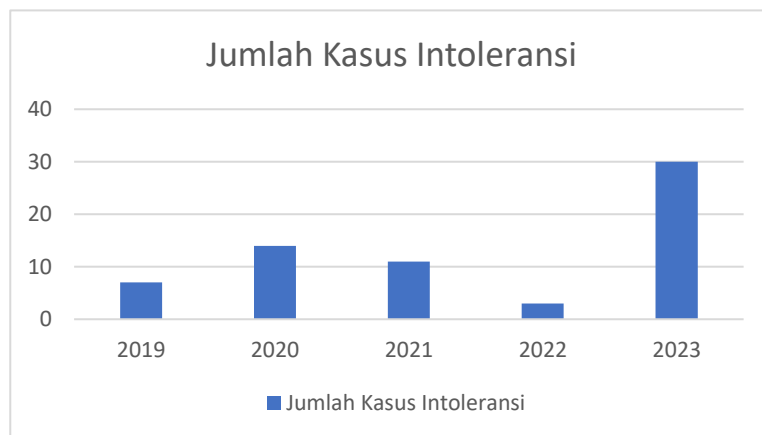
Berdasarkan data tersebut, masyarakat Indonesia seharusnya memiliki sikap toleransi yang tinggi dalam kehidupan sosial agar dapat hidup

berdampingan dengan baik. Agama memiliki peran yang sangat penting untuk pengendalian dan pedoman dalam pembentukan moral dan akhlak dalam kehidupan sebagai manusia (Agus Andita et al., 2021). Indonesia mengakui keberagaman agama dan keyakinan. Masing-masing agama memiliki perbedaan baik dalam hal kitab suci, cara beribadah, tempat ibadah, dan hari besar agama. Di satu sisi, hal tersebut dianggap sebagai kekhasan. Namun, di sisi lain juga menjadi kelemahan karena dapat menyebabkan konflik antara kelompok masyarakat dengan latar belakang agama yang berbeda.

Sebagai bangsa majemuk, dalam kehidupan bermasyarakat sering terjadi gesekan sosial akibat perbedaan cara pandang masalah keagamaan yang dapat mengganggu suasana rukun dan damai. Serta, mempunyai kecenderungan kuat terhadap identitas agama masing-masing sehingga akan berpotensi terjadinya konflik.

Konflik intoleransi meningkat sejak terjadi reformasi tahun 1998 di Indonesia. Konflik intoleransi yang terjadi meliputi kasus penistaan agama, radikalisme agama, diskriminasi suku, konversi agama dan kepercayaan, dan persekusi terhadap kelompok minoritas agama.

Data yang dilansir dari *pusaka.dpr.go.id*, Wakil Direktur Direktorat Sosial Budaya Baintelkam Polri menyebutkan bahwa angka kasus intoleransi beragama fluktuatif sejak tahun 2019 hingga tahun 2023. Tercatat di tahun 2019, terjadi 7 kasus intoleransi di Indonesia. Angka ini naik menjadi 14 kasus di tahun 2020, 11 kasus di tahun 2021, dan sempat menurun menjadi 3 kasus di tahun 2022. Namun, di tahun 2023 kembali melonjak menjadi 30 kasus



Gambar 1. 2 Jumlah Kasus Intoleransi di Indonesia

Umat Hindu merupakan kelompok minoritas yang kerap menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupan sosial budaya. Beberapa pihak masih menganggap ritual keagamaan Hindu sebagai sesuatu yang tidak biasa atau bahkan keliru dalam pemahamannya. Di era digital saat ini, ujaran kebencian terhadap kelompok agama marak terjadi di media sosial. Salah satunya yang pernah terjadi pada tahun 2024 oleh Diandra Kartini melalui akun X pribadinya.

Dalam unggahannya, Ia melakukan provokasi umat Hindu dan Muslim Bali terkait Nyepi di Bulan Ramadhan. Ujaran tersebut menuai kontroversi dan memperlihatkan intoleransi terjadi baik di ruang publik maupun digital.



Gambar 1. 3 Intoleransi di Media Sosial
Sumber: Tiktok @gungsanta_666

Sehubungan dengan hal tersebut, untuk mewujudkan kerukunan hidup antarumat beragama dibutuhkan konsep hidup negara yang mengikat kelompok sosial yang berbeda agama untuk mencegah terjadinya konflik. Dibutuhkan moderasi beragama yang merupakan sikap dan pandangan yang tidak berlebihan, tidak ekstrim, dan tidak radikal.

Dalam kehidupan beragama, sering ada istilah “Hindu Moderat”, “Islam Moderat” atau “Kristen Moderat”. Jika ada pandangan bahwa “orang itu bersikap moderat”, berarti bahwa orang tersebut bersikap biasa-biasa saja, wajar, dan tidak ekstrem (Gede Candrawan, 2020). Moderat berasal dari kata moderasi dari Bahasa Latin *moderatio* yang berarti ke-sedang-an (tidak kelebihan dan tidak kekurangan). Dalam KBBI kata moderasi berarti: (1) pengurangan kekerasan dan (2) penghindaran keekstreman. Jadi, secara umumnya moderat adalah mengedepankan keseimbangan dalam hal keyakinan, moral, dan watak baik ketika memperlakukan orang lain sebagai individu, maupun ketika dalam kehidupan bermasyarakat.

Moderasi beragama diartikan sebagai sikap beragama yang selaras antara pengaktualisasian agama sendiri (eksklusif) dan penghormatan terhadap praktik beragama orang lain yang memiliki keyakinan berbeda (inklusif). Sehingga akan selaras dalam menjalankan kehidupan beragama dan akan

menghindarkan dari sikap ekstrem, fanatik, dan revolusioner dalam kehidupan beragama.

Keselarasan dan keadilan dalam konsep moderasi sangat dibutuhkan karena dalam beragama, seseorang diharapkan untuk tidak menjadi ekstrem atau terlalu keras dalam pandangannya. Melainkan, seseorang harus mencari titik tengah antara pandangan-pandangan yang berbeda. Individu diharapkan untuk menghormati dan memahami berbagai perbedaan pandangan serta menjaga harmoni dalam masyarakat yang memiliki beragam keyakinan. Hal ini akan mendorong sikap toleransi, kerukunan, dan rispek dalam kebebasan beragama. Dengan demikian, moderasi beragama mencerminkan perdamaian dan stabilitas sosial di tengah keberagaman agama dan kepercayaan yang ada di masyarakat.

Di Kota Makassar jumlah penduduk yang beragama Hindu berkisar 5.600 jiwa. Jumlah ini terbilang minim dan menjadikan umat Hindu di Kota Makassar rentan terhadap diskriminasi, baik dalam akses terhadap fasilitas ibadah maupun dalam praktik keagamaannya. Meskipun jumlah yang terbilang minim, sesungguhnya sangat membutuhkan bimbingan dari pemuka agama dan pemerintah guna meningkatkan pemahaman umat Hindu di Kota Masyarakat terhadap pentingnya moderasi beragama di tengah kota yang multikultural. Dengan pengetahuan moderasi beragama akan menciptakan lingkungan yang inklusif di mana semua warga merasa dihormati dan memiliki hak untuk menjalankan agama dan keyakinannya tanpa takut diskriminasi atau ketidakadilan.

Salah satu tugas Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai mandataris negara yaitu melakukan pembinaan terhadap umat beragama agar menjadi harmonis dan toleran serta komitmen akan keutuhan NKRI. Bidang Bimas Hindu Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan yang merupakan perwakilan dari Direktorat Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia dengan posisi dan tugas sebagai fasilitator dalam mewujudkan masyarakat Hindu yang taat beragama, rukun, cerdas membangun iklim keagamaan yang kondusif bagi perkembangan masyarakat yang dinamis, progresif, toleran, dan damai.

Bimbingan dari pemerintah dapat diwujudkan melalui program bimbingan dan penyuluhan agama. Aktivitas penyuluhan agama adalah salah satu cara memberikan pemahaman ajaran agama di setiap masing-masing agama yang dilaksanakan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia melalui para penyuluh agama (Ariyoga, 2022). Kegiatan penyuluhan berfokus pada pelayanan pembinaan keagamaan bagi masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pemahaman dan pengamalan agama bagi masyarakat.

Kegiatan penyuluhan agama dilakukan oleh seorang penyuluh. Menurut Rogers (1983), penyuluh dapat diartikan sebagai seseorang yang atas nama pemerintah atau lembaga penyuluhan berkewajiban untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh sasaran penyuluhan untuk mengadopsi inovasi materi penyuluhan yang disampaikan. Dalam

konteks internal Kementerian Agama, kehadiran penyuluh agama dirancang untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi umat beragama, agar terwujud kehidupan masyarakat beragama di Indonesia yang sesuai dengan visi besar Kementerian Agama (Kadir, 2017)

Penyuluh agama merupakan “ujung tombak” Kementerian Agama dalam pelaksanaan tugas dan fungsi pembinaan umat beragama demi meningkatkan kualitas kehidupan beragama di tengah pesatnya dinamika perkembangan masyarakat Indonesia (Nuruddin, 2016). Penyuluh agama Hindu memiliki peran penting dalam kehidupan beragama, bermasyarakat, dan bernegara. Berdasarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 79 tahun 1985 bahwa: “Penyuluh Agama mempunyai peranan sebagai pembimbing masyarakat, sebagai panutan dan sebagai penyambung tugas pemerintah.”

Penyuluh agama Hindu memiliki tugas dan peran yang penting dalam masyarakat terutama dalam konteks pembinaan umat dan penyebaran ajaran agama. Penyuluh agama Hindu bertugas memberikan pemahaman tentang ajaran agama Hindu kepada masyarakat yang mencakup bimbingan dalam praktik keagamaan dan nilai-nilai moral yang terkandung dalam ajaran Hindu.

Penyuluh agama Hindu sebagai perpanjangan tangan kementerian agama untuk memberikan pembinaan kepada umat membutuhkan strategi. Pada dasarnya, berhasil atau tidaknya sebuah rencana tergantung dari strategi apa yang direncanakan. Oleh karena itu, strategi akan berjalan dengan baik jika didukung oleh komunikasi. Melalui strategi komunikasi yang efektif pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam menjalankan tugas penyuluh agama Hindu dalam lingkup Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan seringkali dihadapkan berbagai tantangan. Peserta penyuluhan agama biasanya berasal dari latar belakang usia dan pendidikan yang berbeda. Perbedaan ini mempengaruhi cara penyuluh agama berkomunikasi dan menyampaikan pesan moderasi beragama.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dalam Memperkuat Nilai-Nilai Moderasi Beragama di Kota Makassar”**. Strategi komunikasi penyuluh agama Hindu menjadi sangat penting untuk memperkuat pemahaman moderasi beragama dan memastikan nilai-nilai toleransi dan keberagaman tetap terjaga di masyarakat multikultural.

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah penelitian oleh (Maliku Rohmah, 2024) dengan judul “Strategi Komunikasi Penyuluh Agama Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Agama Islam di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi sangat diperlukan oleh seorang penyuluh agama di Kecamatan Banjar Agung, Kabupaten Tulang Bawang. Strategi komunikasi penyuluh tidak hanya untuk sebagai petunjuk,

melainkan juga sebagai teknik operasional dalam melaksanakan kegiatan penyuluhan.

Penelitian selanjutnya yakni mengenai “Strategi Komunikasi Penyuluh Agama dalam Pembinaan Keagamaan Pada Masyarakat Kelurahan Tempel Rejo Kecamatan Curup Selatan” oleh (Sella Seventeen, 2022). Penelitian ini mengeksplorasi strategi komunikasi yang digunakan oleh penyuluh agama dalam pembinaan keagamaan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi yang dilakukan pada masyarakat Kelurahan Tempel Rejo, Kecamatan Curup Selatan.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu yang menjadi referensi sebelumnya adalah penelitian ini akan berfokus pada strategi komunikasi penyuluh agama Hindu dalam menguatkan nilai-nilai moderasi beragama di Kota Makassar. Adapun subjek nya adalah penyuluh agama Hindu di lingkup Bimas Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan harapan temuan utamanya dapat menjabarkan secara rinci mengenai strategi komunikasi penyuluh agama Hindu di Kota Makassar dan hambatan komunikasi yang digunakan terhadap umat Hindu di Kota Makassar. Sehingga, hal ini dapat dijadikan pioneer dalam pelaksanaan pembinaan umat Hindu di Kota Makassar yang bersifat kekinian mengikuti dinamika zaman.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada latar belakang diatas, maka peneliti membatasi pembahasan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi penyuluh agama Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dalam menguatkan nilai-nilai moderasi beragama di Kota Makassar?
2. Bagaimana hambatan komunikasi penyuluh agama Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dalam menguatkan nilai-nilai moderasi beragama di Kota Makassar?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yakni:

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi penyuluh agama Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dalam menguatkan nilai-nilai moderasi beragama di Kota Makassar
- b. Untuk mengetahui hambatan komunikasi penyuluh agama Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dalam menguatkan nilai-nilai moderasi beragama di Kota Makassar

2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi dalam perkembangan keilmuan komunikasi khususnya dalam konteks strategi komunikasi yang digunakan oleh penyuluh agama dan dapat menjadi bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang ini.

2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi penyuluh agama Hindu dalam mengevaluasi strategi komunikasi yang telah dilakukan sebelumnya, serta merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai moderasi beragama kepada masyarakat.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan analisis bagi lembaga keagamaan dan pemerintah untuk menyempurnakan merancang program-program yang mendukung moderasi beragama melalui komunikasi yang efektif, sehingga tercipta kerukunan antarumat beragama di Makassar.

1.4 Kerangka Konseptual

1. Strategi Komunikasi Penyuluh Agama

Komunikasi adalah tindakan untuk berbagi informasi, ide, dan pendapat dari setiap partisipan komunikasi untuk mencapai makna yang sama. Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Begitu pula dengan strategi komunikasi menurut Effendy (2009) yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi ini harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis dilakukan. Hal ini berarti bahwa pendekatan (*approach*) dapat berubah tergantung pada situasi dan kondisi.

Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang akan dilakukan, mengatakan bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan bagaimana khalayak sasaran yang lebih besar dapat dijangkau secara lebih efektif (Murniati, 2023)

Penyuluh agama memegang peran penting dalam masyarakat, terutama dalam konteks penyampaian pesan-pesan keagamaan, mereka diharapkan memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk

menjangkau dan memahami kebutuhan serta karakteristik audiens yang beragam.

Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, strategi komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah berikut:

1. Pengenalan Khalayak

Langkah pertama dalam menyusun strategi komunikasi adalah memahami karakteristik dan kebutuhan audiens yang akan menjadi target. Hal ini sangat penting karena semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka.

2. Penyusunan Pesan

Pesan adalah inti dari proses komunikasi melalui simbol, kata, atau tanda berisi informasi yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal. Pesan dalam komunikasi berfungsi untuk mengubah persepsi atau sikap seseorang. Pesan bergantung pada program yang ingin disampaikan. Jika dalam bentuk program penyuluhan untuk kesadaran masyarakat maka pesan tersebut harus bersifat persuasif dan edukatif.

3. Penentuan Metode

Metode komunikasi yang efektif terdapat beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan untuk memastikan efektivitas penyampaian pesan, yakni segi pelaksanaan dan segi bentuk isi.

Dari segi pelaksanaan, mencakup pendekatan *redundancy* (pengulangan pesan) dan *canalizing* (memahami audiens sebelum menyampaikan pesan). Lalu, dari segi bentuk isi dapat menggunakan metode informatif, persuasif, dan edukatif.

4. Penggunaan Media

Penggunaan media yang tepat dapat memastikan bahwa pesan tersampaikan dengan baik dan efisien kepada khalayak. Untuk mencapai sasaran komunikasi, komunikator harus dapat memilih salah satu gabungan dari beberapa media komunikasi tergantung pada tujuan yang ingin dicapai.

Dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, penyuluh agama dapat memperhitungkan kondisi dan situasi yang dihadapi dan yang mungkin akan dihadapi, sebab berbicara mengenai strategi komunikasi penyuluhan, berarti berbicara tentang sebuah perubahan diciptakan dan strategi yang diberikan pada komunikasi harus mudah dan cepat. Sehingga pada intinya strategi komunikasi penyuluh agama adalah rencana dan metode yang dilakukan oleh penyuluh agama (komunikator) untuk menyampaikan pesan dan memastikan bahwa masyarakat (komunikan) dapat memahami pesan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Moderasi Beragama

Kemajemukan masyarakat Indonesia dapat diartikan juga dengan pluralitas masyarakat Indonesia. Dalam konteks Indonesia inklusif-pluralis dapat memperkuat kebhinekaan. Sering kali kita temui terjadinya pertentangan agama dan budaya di masyarakat kita yang dapat mengoyak persatuan dan kesatuan negara kita. Padahal kedua hal tersebut tidak relevan untuk dipertentangkan.

Berbagai budaya dibentuk oleh perbedaan latar belakang, sejarah, dan tradisi. Akibatnya, perbedaan budaya dan agama kerap menimbulkan konflik di masyarakat. Konflik dapat terjadi antarbudaya dan agama di mana masyarakat menolak beberapa tradisi budaya untuk dilakukan karena bertentangan dengan nilai agama mereka.

Salah satu konflik yang sering terjadi di masyarakat adalah masyarakat yang tidak dapat menerima hadirnya akulturasi budaya karena praktik tradisi yang dilakukan dianggap tidak sesuai dengan ajaran-ajaran agama. Dibutuhkan sebuah konsep yang seimbang dan tengah dalam menjalani kehidupan ditengah masyarakat multikultural, yakni moderasi beragama.

Moderasi beragama adalah cara pandang, sikap, dan praktik beragama dalam kehidupan bersama dengan cara mengimplementasikan esensi ajaran agama yang melindungi martabat kemanusiaan dan membangun kemaslahatan berlandaskan prinsip adil, berimbang, dan menaati konstitusi sebagai kesepakatan berbangsa (Haidar et al., 2023)

Kementerian Agama Republik Indonesia tengah berupaya melakukan penguatan moderasi beragama. Ada empat indikator dalam penguatan moderasi beragama, yaitu (1) komitmen kebangsaan, (2) toleransi, (3) antikekerasan, dan (4) ramah terhadap tradisi.

3. Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu tercapainya komunikasi yang efektif (Milyane et al., 2022). Dalam konteks kegiatan penyuluhan agama, hambatan komunikasi dapat muncul dari berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan.

a. Hambatan Semantik

Hambatan semantik terjadi apabila pesan disalahartikan atau tidak dipahami oleh komunikan. Hambatan ini muncul akibat perbedaan bahasa yang digunakan, pemahaman istilah, dan kemampuan bahasa di antara audiens.

b. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis merujuk pada hambatan yang terjadi karena faktor mental, emosional, atau persepsi individu yang terlibat dalam proses komunikasi. Faktor ini dapat mencakup perbedaan

cara pandang, pengalaman, sikap, emosi, dan tingkat pemahaman antara komunikator dan komunikan.

c. Hambatan Teknis

Hambatan teknis terjadi apabila pesan tidak dapat diterima utuh oleh komunikan karena ada gangguan teknis pada saluran komunikasi yang menjadi media. Misalnya suara yang tidak sampai akibat pengeras suara rusak dan gangguan jaringan.

d. Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi. Misalnya, suara gaduh atau riuh orang-orang, kebisingan lalu lintas, suara hujan atau petir, suara pesawat terbang.

4. Teori Perencanaan Komunikasi (Teori *Planning Communication*)

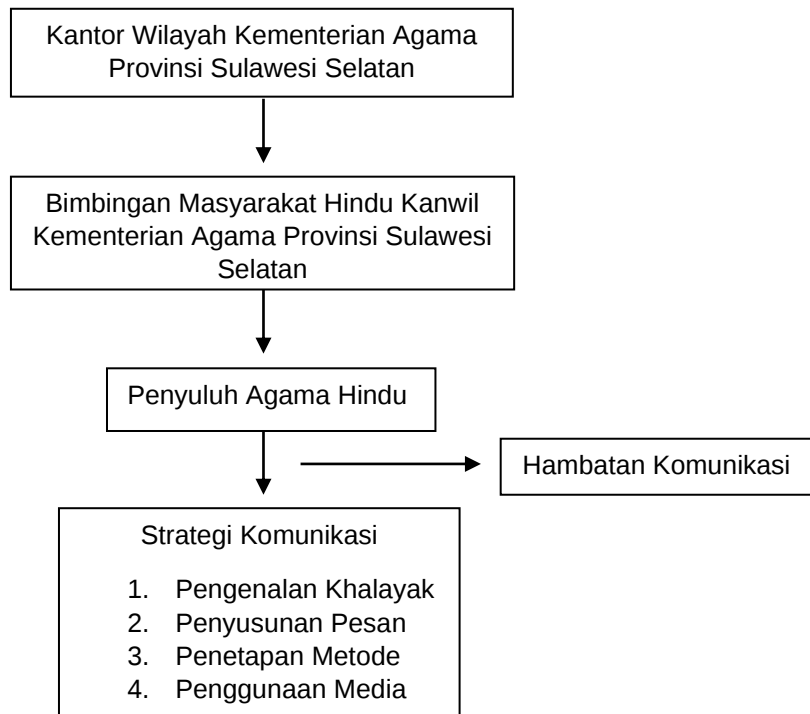
Teori perencanaan komunikasi (teori *planning communication*) pertama kali dicetuskan oleh Charles Berger. Teori ini menjelaskan bagaimana perencanaan bekerja dalam bidang komunikasi. Hal ini disebabkan tujuan komunikasi adalah untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu (Haerudina et al., 2023)

Selain itu, teori ini membahas bagaimana manusia bertindak selama proses komunikasi, termasuk membuat pesan dan memahami pesan. Dalam proses membuat pesan, manusia melibatkan proses kognitif seperti berpikir, membuat keputusan, dan membuat simbol sebelum menghasilkan pesan

Asumsi dasar teori perencanaan yang dicetuskan oleh Berger, yaitu:

1. Kekuatan tujuan akan mempengaruhi rencana yang cenderung kompleks
2. Jika Informasi/ pengetahuan (spesifik dan umum) lebih kompleks, maka rencana akan menjadi lebih jelas
3. Besar atau kecilnya yang hasil yang dicapai bergantung pada motivasi untuk mencapai tujuan.
4. Perencanaan dan pencapaian tujuan terkait dengan emosi keberhasilan ditentukan oleh kerja keras untuk mencapainya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menggambarkan kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian ini.



Skema 1. 1 Kerangka Konseptual

1.5 Definisi Konseptual

1. Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan merupakan lembaga pemerintah dibawah Kementerian Agama Republik Indonesia yang memiliki peran penting dalam membina dan mengembangkan kehidupan keagamaan di wilayah Sulawesi Selatan.

Dalam Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan, terdapat bagian khusus yang menangani urusan umat Hindu. Bagian ini disebut Bimbingan Masyarakat Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan yang berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dan umat Hindu di Sulawesi Selatan.

2. Strategi Komunikasi

Strategi dalam berkomunikasi tujuannya untuk mempermudah seseorang dalam menerima pesan yang ingin disampaikan. Strategi komunikasi persuasif merupakan salah satu strategi yang digunakan dalam penyuluhan karena strategi ini menekankan pada proses penyampaian materi secara verbal dari seorang penyuluh terhadap masyarakat binaan

3. Penyuluh Agama Hindu

Penyuluh Agama merupakan sebuah profesi yang menjadi ujung tombak pencerah ajaran agama kepada umat. Keberadaan penyuluh agama Hindu dibutuhkan dalam usaha membentengi umat Hindu dari permasalahan dalam ranah mental dan spiritual. Penyuluh agama Hindu menyampaikan ajaran dan materi-materi keagamaan dalam bentuk transmisi pesan-pesan Tuhan serta konsep ajaran agama kepada umat.

4. Moderasi Beragama

Moderasi beragama dapat diartikan sebagai pendekatan dalam menjalani keyakinan keagamaan dengan penuh keseimbangan, mengedepankan sikap toleransi, dan menolak ekstremisme atau fanatisme. Moderasi beragama bukanlah upaya memoderasikan agama, melainkan memoderasi pemahaman dan pengalaman kita dalam beragama. Dikarenakan moderasi adalah kunci dari wujud kerukunan, perdamaian, dan toleransi dalam kehidupan bermasyarakat.

1.6 Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2024 hingga Januari 2025 di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan yang bertempat di Jl. Nuri No.53, Tamarunang, Kec. Mariso, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Kode Pos 90126.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif menurut Moloeng (Rita Fiantika et al., 2022) penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka.

Peneliti menerapkan metode kualitatif dengan mendeskripsikan hasil wawancara tentang strategi komunikasi yang dilakukan penyuluh agama Hindu Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan dalam menguatkan nilai-nilai moderasi beragama di Kota Makassar. Serta mendeskripsikan dokumen dan hasil yang didapatkan selama proses wawancara.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan pada penelitian adalah:

a. Data Primer

1) Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung mengenai objek untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan informan guna memperoleh data secara mendalam. Hasil wawancara dicatat dan dianalisis menjadi suatu informasi penting.

3) Dokumentasi

Teknik dokumentasi dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data atau informasi yang dikumpulkan dari bahan-bahan dokumentasi baik dengan mengamati secara langsung, dokumen, serta arsip. Fungsinya sebagai pendukung dan pelengkap bagi data-data yang diperoleh melalui wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung data primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

4. Teknik Penentuan Informan

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Lebih spesifik, penulis menggunakan *teknik purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan informan yang secara sengaja memilih individu dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian karena individu tersebut dianggap memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian. Dalam hal ini, peneliti memilih informan yang dianggap memiliki pengetahuan tentang permasalahan yang akan dikaji serta mampu memberikan informasi yang dapat dikembangkan untuk memperoleh data.

Dalam penelitian ini, informan nya adalah Pejabat/Fungsional dalam lingkup Bimas Hindu Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun narasumber/informan yang menjadi sumber informasi penelitian ini adalah sebagai berikut

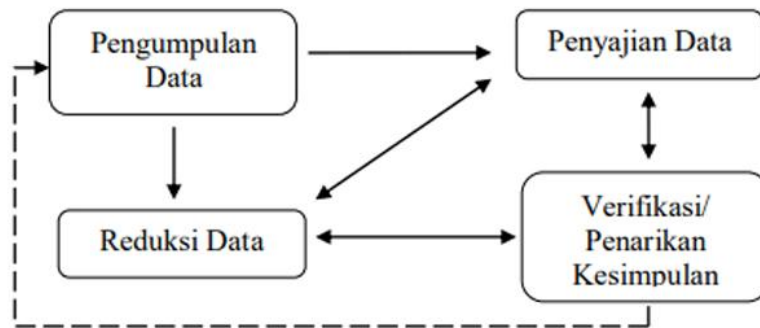
- Ketua Kelompok Kerja Penyuluh (Pokjaluh) Agama Hindu Kota Makassar (1 orang)
- Penyuluh Agama PNS (1 Orang)
- Penyuluh Agama Non PNS (1 Orang)
- Tokoh Masyarakat Hindu (1 orang)
- Masyarakat Hindu (2 orang)

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan informan adalah sebagai berikut:

1. Ketua Kelompok Kerja Penyuluh (Pokjaluh) Agama Hindu Kota Makassar: memahami kebijakan dan program penyuluhan yang ditetapkan di lingkup Bimas Hindu Kanwil Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan
2. Penyuluh Agama PNS: memiliki pengalaman dalam memberikan penyuluhan agama secara resmi di bawah naungan Kementerian Agama dan aktif dalam membina moderasi beragama di masyarakat.
3. Penyuluh Agama Non-PNS: berperan aktif dalam memberikan bimbingan keagamaan kepada masyarakat berdasarkan penugasan dari Kementerian Agama, serta memiliki pengalaman dalam menyampaikan nilai-nilai moderasi beragama.
4. Tokoh Masyarakat: memiliki pengaruh terhadap umat Hindu di Kota Makassar dan terlibat dalam kegiatan keagamaan maupun sosial yang mendukung toleransi dan moderasi beragama.
5. Masyarakat: merupakan individu yang menjadi bagian dari kelompok sasaran penyuluhan agama dan dapat memberikan perspektif mengenai efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan oleh penyuluh agama.

5. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif. Analisis data yang digunakan penelitian adalah analisis model Miles dan Huberman (Rita Fiantika et al., 2022) yang menyatakan bahwa analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan



Gambar 1. 4 Teknik Analisis Data

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci kemudian direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, dan difokuskan pada hal-hal penting. Data yang telah direduksi pastinya akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta memudahkan dalam verifikasi.

b. Penyajian Data

Data diperoleh di lapangan yang berupa wawancara dan dokumentasi perlu diorganisir dan bahkan tersusun dalam pola hubungan. Dalam pelaksanaan peneliti, penyajian data yang baik merupakan cara utama bagi analisis kualitatif yang valid. Penyajian data dilakukan di dalam penelitian agar peneliti dapat melihat gambaran secara keseluruhan.

c. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Verifikasi adalah tahap akhir dalam teknik analisis data. Verifikasi dilakukan setelah memeriksa kebenaran data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi. Penarikan kesimpulan ini dilakukan untuk mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan dengan cara membandingkan argumentasi dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung di dalam konsep dasar penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya 'berbagi'. Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan (Soyomukti, 2012)

Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing. Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika (dalam Cangara, 2019) mendefinisikan bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka

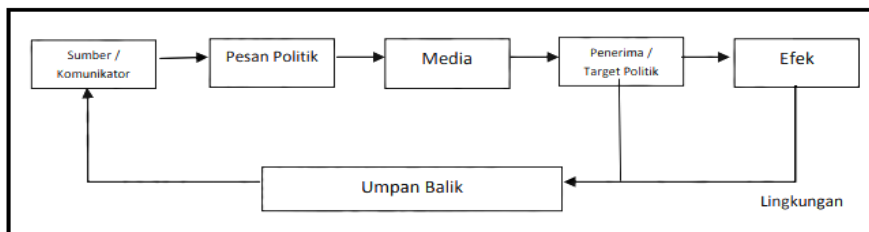
Para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harlod D. Lasswell dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*"

Paradigma Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

- Komunikator (sumber/ pengirim/source/sender)
- Pesan (*message*)
- Media (*channel*)
- Komunikan (*receiver, audience*)
- Efek/pengaruh (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell, komunikasi diartikan sebagai penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Proses komunikasi yang dimaksud dalam definisi di atas dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Unsur-Unsur Komunikasi

a. Komunikator

Komunikator (sumber) adalah orang yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada komunikan (penerima)

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat). Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

c. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari komunikator ke komunikan. Media yang digunakan bisa berupa media massa yang mencakup televisi, surat kabar, radio, film, televisi, dll, serta media sosial seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Whatsapp, Facebook, Twitter, dll.

Selain media komunikasi di atas, ada juga media komunikasi sosial yakni kegiatan dan tempat-tempat tertentu yang banyak ditemui masyarakat, seperti rumah-rumah ibadah, balai desa, arisan, panggung kesenian, dan pesta rakyat

d. Komunikan

Komunikan (penerima) adalah sasaran dari pesan yang dikirim oleh komunikator, Penerima juga biasa disebut sebagai khalayak, sasaran, ataupun target. Penerima merupakan elemen penting dalam sebuah proses komunikasi karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima dengan baik oleh penerima, maka akan menimbulkan masalah yang menuntut perubahan apakah pada sumber, pesan, atau media. Oleh karena itu, untuk mencapai keberhasilan komunikasi perlu memahami dan mengetahui karakteristik penerima.

e. Pengaruh/ Efek

Pengaruh/ efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh dapat berdampak pada pengetahuan (kognitif); sikap: setuju/ tidak setuju (afektif), dan tingkah laku seseorang (konatif)

f. Umpan balik

Umpan balik adalah respons yang diberikan oleh penerima (komunikan) setelah menerima pesan dari sumber (komunikator). Dalam bahasa Inggris, umpan balik sering disebut dengan *feedback*, *reaction*, *response*, dan sebagainya,

g. Lingkungan

Dalam berjalannya sebuah komunikasi, terdapat faktor yang mempengaruhi proses komunikasi yakni lingkungan atau situasi. Faktor

Lingkungan terdiri dari empat bentuk, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan lingkungan dimensi waktu.

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam interaksi sosial dan penyampaian informasi. Adapun fungsi dari komunikasi (Milyane, Umiyati, et al., 2022) diantaranya,

1. *To inform* (memberikan informasi)
2. *To educate* (mendidik)
3. *To inspire* (memberikan inspirasi, ide, gagasan)
4. *To entertain* (menghibur)
5. *To influence* (mempengaruhi)
6. *To persuade* (meyakinkan)
7. *To understand* (membuat orang menjadi mengerti)

Sementara itu, Harold D. Lasswell mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain (1) manusia dapat mrngontrol lingkungannya, (2) beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta (3) melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya (Cangara, 2019)

2.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) dalam mencapai sebuah tujuan (Effendy, 2009). Strategi komunikasi haruslah didasari peran seorang penyampai pesan komunikasi, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Dikutip dalam (Cangara, 2013), Rogers memberi batasan mengenai pengertian strategi komunikasi yakni sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Sementara itu, seorang pakar komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyarakan “strategi komunikasi adalah komunikasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Dengan demikian, strategi komunikasi adalah perencanaan, taktik, dan cara yang digunakan agar proses komunikasi dapat mencapai tujuan yang diinginkan dengan memperhatikan seluruh aspek yang terlibat,

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet (1979) dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral strategi komunikasi di antaranya adalah sebagai berikut

- a. *To secure understanding*
- b. *To establish acceptance*
- c. *To motive action*

Tujuan pertama (*to secure understanding*) berarti memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Setelah komunikan mengerti dan menerima pesan, maka penerimaan tersebut harus terus dibina dengan baik (*to establish acceptance*), dan pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*).

Menurut Astrid Susanto dalam buku Strategi Komunikasi karya Anwar Arifin (1984) suatu strategi merupakan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi tidak hanya memerlukan perumusan tujuan yang jelas, tetapi juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Oleh karena itu, identifikasi sasaran atau khalayak adalah langkah pertama. Untuk membuat nilai-nilai dalam berkomunikasi tepat pada sasaran dan menjadi efektif, dalam menyusun sebuah strategi komunikasi ada beberapa langkah-langkah yang harus diikuti

- a. Mengenal Khalayak

Langkah pertama dalam menyusun strategi komunikasi adalah mengenal khalayak dengan memahami karakteristik dan kebutuhan khalayak yang akan menjadi target. Hal ini sangat penting karena semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Pihak yang menjadi target tersebut bisa seseorang ataupun sekelompok orang. Komunikator perlu mengerti dan memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field of experience*) khalayak.

Hal *pertama* yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi fisik seperti: 1) Pengetahuan khalayak mengenai pokok permasalahan, 2) Pengetahuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan, dan 3) Pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan. Lalu, *kedua* pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok itu berbeda, dan *ketiga* situasi kelompok di mana itu berada.

- b. Menyusun Pesan

Langkah kedua dalam menyusun strategi komunikasi adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.

Penggunaan bahasa dalam penyusunan pesan didasarkan pada tiga teori tentang cara penyusunan pesan (Cangara, 2013). Adapun ketiga teori tersebut, yakni:

- 1) *Over power'em theory*, yakni menunjukkan jika pesan seringkali diulang, panjang, dan cukup keras, maka pesan itu akan berlalu dari khalayak.

- 2) *Glamour theory*, yakni jika suatu pesan (ide) yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki ide itu.
- 3) *Don't tele'em theory*, yakni jika suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka mereka tidak akan memegangnya dan menanyakannya.

Selain dari itu, ada juga teknik penyusunan pesan dalam bentuk (1) *One-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu. Artinya, seorang komunikator dalam menyampaikan suatu pesan harus memberi tekanan apakah pada kebajikannya atau sebaliknya pada keburukannya. Teknik penyampaian pesan seperti ini hanya cocok untuk mereka yang kurang berpendidikan, sehingga tidak mempunyai alternatif lain; (2) *Two-side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan di mana komunikator selain mengemukakan yang baik-baik, juga menyampaikan hal-hal yang kurang baik. Komunikator memberi kesempatan kepada khalayak untuk berpikir apakah ada keuntungan jika mereka melaksanakan informasi yang diterimanya. Biasanya teknik seperti ini lebih cocok disampaikan kepada khalayak yang berpendidikan dan bersikap kritis.

Selain cara penyusunan pesan yang telah disebutkan di atas, isi pesan juga harus menyesuaikan dengan jenis dan sifat program. Berikut diuraikan sifat-sifat pesan

- 1) Pesan yang bersifat informatif

Pesan yang bersifat informatif adalah pesan yang mengandung informasi bagi penerima pesan. Informasi artinya sesuatu yang diperoleh sebagai pengetahuan bagi seseorang, yakni sesuatu yang merupakan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh penerima. Jadi, informasi dapat diartikan sebagai sebuah pengetahuan.

- 2) Pesan yang bersifat persuasif

Pesan yang bersifat persuasif adalah pesan yang dibuat dengan harapan akan menghasilkan perubahan. Komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan.

- 3) Pesan yang bersifat edukatif (mendidik)

Pesan yang bersifat edukatif adalah pesan yang menekankan pada unsur kognitif, afektif, dan psikomotorik. Pesan yang mendidik harus memiliki tendensi ke arah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu, tetapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya.

c. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, teknik penyampaian atau memengaruhi itu dapat dilihat dari dua aspek. Aspek yang pertama adalah menurut cara

pelaksanaannya, yaitu semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya, sedangkan aspek yang kedua adalah menurut bentuk isi, yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung (Arifin, 1984)

1. Menurut Cara Pelaksanaannya

- Metode *Redundancy (Repetition)*, yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan tujuan pesan yang dilakukan secara berulang-ulang akan menarik perhatian dan khalayak dapat mengingat pesan yang disampaikan.
- Metode *Canalizing*, yaitu memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak. Untuk berhasilnya komunikasi ini, dimulai dari memenuhi nilai-nilai dan standar kelompok, masyarakat, dan secara perlahan-lahan mengubah ke arah yang dihendaki.

2. Menurut Bentuk Isi

- Informatif, yakni pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak disampaikan dengan apa adanya, apa sesungguhnya, berdasarkan fakta dan data.
- Persuasif, yakni pesan yang disampaikan bersifat membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya maupun perasaannya. Melalui metode ini komunikator terlebih dahulu menciptakan situasi yang mudah terkena sugesti
- Edukatif, yakni salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman.
- Koersif, yakni mempengaruhi khalayak dengan jalan memaksa. Metode koersif ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, dan intimidasi.

d. Penggunaan Media

Penggunaan media sebagai alat penyalur ide, dalam rangka merebut pengaruh khalayak adalah suatu hal yang merupakan keharusan, sebab media dapat menjangkau khalayak yang cukup besar. Media merupakan alat penyalur, juga mempunyai fungsi sosial yang kompleks.

Sebagaimana dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak, maka dengan sendirinya dalam penggunaan media pun harus demikian pula. Pemilihan media harus didasarkan pada analisis yang cermat terhadap karakteristik media dan kesesuaiannya dengan tujuan komunikasi.

Dalam pemilihan media, ada beberapa faktor yang perlu di pertimbangkan. Pertama, karakteristik dan kebiasaan media target audiens, termasuk preferensi mereka dalam mengonsumsi informasi. Kedua, jangkauan geografis media yang harus sesuai dengan sebaran target audiens. Ketiga, kredibilitas media di mata publik yang dapat mempengaruhi penerimaan pesan. Keempat, pertimbangan biaya dan efektifitas penggunaan media untuk mencapai tujuan komunikasi.

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi, penting untuk menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi di *landscape* media. Strategi penggunaan media harus bersifat dinamis dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi serta perubahan perilaku konsumsi media target audiens.

2.3 Penyuluh Agama Hindu

Penyuluh berasal dari kata suluh yang memiliki arti pemberi penerangan; penunjuk jalan; orang yang menyuluh. Penyuluh Agama Hindu mempunyai peranan penting dalam kehidupan beragama, bermasyarakat, dan bernegara. Berdasarkan Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 79 Tahun 1985 bahwa; “Penyuluh Agama mempunyai peranan sebagai pembimbing masyarakat, sebagai panutan dan sebagai penyambung tugas pemerintah”.

Penyuluh agama merupakan salah satu jabatan fungsional di Kementerian Agama Republik Indonesia. Penyuluh agama sebagai ujung tombak dan perpanjangan tangan dari pemerintah dalam hal menyampaikan pesan-pesan agama maupun pesan-pesan program pemerintah. Peran penyuluh agama dalam masyarakat sangat penting karena sebagian masyarakat masih memandang pentingnya sosok idela sebagai *figure* dalam kehidupan masyarakat.

Berkaitan dengan tugas kepenyuluhanannya, penyuluh agama di setiap agama apapun memiliki peran menyampaikan pesan tentang merawat kerukunan antarumat beragama, antarsuku karena negara Indonesia merupakan negara yang berdiri di atas perbedaan (Oktaviana et al, 2021)

Peran penyuluh agama sangat strategis di masyarakat atau terhadap umat beragama. Untuk menunjang kinerjanya dalam hal pembinaan umat, Penyuluh Agama Hindu memiliki tugas pokok sebagai berikut:

- a. Melaksanakan penyuluhan agama dalam arti yang luas, yaitu pembimbingan dan perencanaan di bidang Agama Hindu
- b. Memberikan teladan kepada umat Hindu melalui tindakan, ucapan, dan pikiran
- c. Sebagai perpanjangan tangan Ditjen Bimas Hindu Kementerian Agama dalam menyampaikan visi, misi, program dan kegiatan Ditjen Bimas Hindu Kementerian Agama
- d. Mengembangkan berbagai metode, materi dan media penyuluhan agama dan pembangunan melalui bahasa agama

- e. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas secara berkala kepada Kakanwil Kemenag Provinsi

Secara umum fungsi Penyuluh Agama Hindu dapat dibedakan menjadi, fungsi konsultatif, fungsi advokatif, fungsi informatif dan fungsi edukatif (Ariyoga, 2022)

- a. Fungsi informatif: penyuluh sebagai tempat memperoleh informasi berkenaan dengan kehidupan keagamaan serta tempat untuk memperoleh informasi tentang visi, misi, program dan kegiatan Ditjen Bimas Hindu, Kementerian Agama serta isu-isu aktual berkenaan dengan kehidupan keagamaan.
- b. Fungsi edukatif: penyuluh sebagai soko guru yang mendidik umat sejalan dengan ajaran-ajaran agama. Penyuluh harus selalu memberikan penanaman-penanaman nilai rohani dalam setiap materi yang disampaikan.
- c. Fungsi advokatif: penyuluh berperan untuk membela kelompok/ umatnya dari sasaran ancaman, gangguan, hambatan, dan tantangan yang dihadapi, baik secara internal maupun eksternal. Advokatif disini lebih memposisikan diri penyuluh sebagai jembatan guna mendapatkan perlindungan hukum bila terdapat kasus-kasus keagamaan.
- d. Fungsi konsultatif: penyuluh sebagai tempat bertanya dan mengadu bagi umat untuk memberikan solusi di setiap fenomena yang terjadi dan berkembang di masyarakat terkhusus dalam masalah keagamaan. Dalam hal ini penyuluh harus memiliki kapasitas pengetahuan untuk memberikan solusi ketika ada masyarakat atau umat yang mengadu.

Penyuluh Agama Hindu dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu penyuluh agama Hindu yang berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan penyuluh agama Hindu yang berstatus non-PNS. Keterbatasan jumlah penyuluh agama Hindu PNS membuat kehadiran penyuluh agama Hindu non-PNS menjadi sangat penting. Penyuluh agama Hindu non-PNS adalah individu yang melakukan penyuluhan agama tanpa status sebagai pegawai negeri. Mereka bisa berasal dari berbagai latar belakang berbeda, seperti tokoh agama, akademisi, atau masyarakat umum yang memiliki pengetahuan mendalam tentang agama Hindu

Baik penyuluh agama Hindu PNS maupun non-PNS memiliki peran penting dalam penyuluhan dan pengembangan masyarakat Hindu. Keduanya berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan praktik ajaran agama Hindu, meskipun dengan pendekatan dan sumber daya yang berbeda. Keterlibatan kedua jenis penyuluh ini sangat penting untuk menciptakan masyarakat yang harmonis dan berlandaskan nilai-nilai agama.

2.4 Moderasi Beragama

Kata moderasi berasal dari Bahasa Latin *moderatio*, yang berarti ke-sedang-an (tidak kelebihan dan tidak kekurangan). Saat itu juga berarti penguasaan diri (dari sikap yang sangat kelbihan dan kekurangan). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyediakan dua pengertian kata moderasi, yakni: 1. (n) pengurangan kekerasan, dan 2. (n) penghindaran keesktreman. Jika dikatakan “orang itu bersikap moderat “, dapat diartikan bahwa orang itu bersikap wajar, biasa-biasa saja, dan tidak ekstrem.

Dalam bahasa Inggris, kata *moderation* sering digunakan dalam pengertian *average* (rata-rata), *core* (inti), *standard* (baku), atau *non-aligned* (tidak berpihak). Secara umum, moderat berarti mengedepankan keseimbangan dalam hal keyakinan, moral, dan watak, baik ketika memperlakukan orang lain sebagai individu, maupun ketika berhadapan dengan institusi negara.

Moderasi merupakan kebajikan yang mendorong terciptanya harmoni sosial dan keseimbangan dalam kehidupan secara personal, keluarga, dan masyarakat hingga hubungan antarmanusia yang lebih luas.

Adapun lawan kata moderasi adalah berlebihan yang mengandung makna *extreme*, *radical*, dan *excessive* dalam bahasa Inggris. Kata ekstrem ini dapat bermakna berbuat keterlaluan pergi dari ujung ke ujung, berbalik memutar, atau mengambil tindakan/ jalan yang sebaliknya (Rohman, 2021). Ekstremisme dapat mengarah pada tindakan-tindakan terorisme dan intoleransi, bahkan berpotensi memecah belah persatuan dan kesatuan bangsa.

Dalam konteks beragama, sikap moderat adalah cara pandang, sikap, dan perilaku selalu mengambil posisi di tengah-tengah, selalu bertindak adil, dan tidak ekstrem dalam beragama (Hakim, 2019). Moderasi beragama harus dipahami sebagai sikap beragama yang seimbang antara pengamalan agama sendiri (eksklusif) dan penghormatan kepada praktik beragama orang lain yang berbeda keyakinan (inklusif).

Moderasi beragama bukan alasan bagi seseorang untuk tidak menjalankan ajaran agamanya secara serius. Sebaliknya, moderat dalam beragama berarti percaya diri dengan esensi ajaran agama yang dipeluknya, yang mengajarkan prinsip adil dan berimbang, tetapi berbagi kebenaran sejauh menyangkut tafsir agama.

Moderasi beragama sesungguhnya merupakan kunci terciptanya toleransi dan kerukunan, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Pilihan pada moderasi dengan menolak ekstremisme dan liberalisme dalam beragama adalah kunci keseimbangan demi terpeliharanya peradaban dan terciptanya perdamaian. Dengan cara inilah masing-masing umat beragama dapat memperlakukan orang lain secara terhormat, menerima perbedaan, serta hidup bersama dalam damai dan harmoni.

Dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2023 Tentang Penguatan Moderasi Beragama BAB II dijelaskan bahwa dalam

mengimplementasikan dan mengukur keberhasilan penguatan moderasi beragama dilakukan dengan menggunakan 4 (empat) indikator moderasi beragama, yakni

1. Komitmen Kebangsaan: dapat diukur dengan tingginya penerimaan umat beragama dan penghayat kepercayaan terhadap nilai luhur bangsa Indonesia yang dapat dipahami dan diterima oleh seluruh komponen bangsa dan negara dan menjadi panduan dalam kehidupan ketatanegaraan untuk mewujudkan bangsa dan negara yang adil, makmur, sejahtera, dan bermartabat
2. Toleransi: keberhasilan moderasi beragama dapat diukur dengan tingginya sikap menghormati perbedaan, memberi ruang orang lain untuk berkeyakinan, mengekspresikan keyakinan, dan menyampaikan pendapat serta menghargai kesetaraan dan bersedia bekerja sama.
3. Anti kekerasan: keberhasilan moderasi beragama dapat diukur dengan tingginya penolakan terhadap tindakan seseorang atau kelompok tertentu yang menggunakan cara-cara kekerasan, baik secara fisik maupun psikis.
4. Penerimaan terhadap tradisi: keberhasilan moderasi beragama dapat diukur dengan tingginya penerimaan serta ramah terhadap tradisi dan budaya lokal dalam perilaku keagamaannya, sejauh tidak bertentangan dengan pokok ajaran agama dan kepercayaan.

Prinsip dasar dalam moderasi adalah selalu menjaga keseimbangan. Istilah keseimbangan ini digambarkan dengan cara pandang, sikap, dan komitmen untuk selalu berpihak pada keadilan, kemanusiaan, dan persamaan. Kecenderungan untuk bersikap seimbang bukan berarti tidak punya pendapat. Mereka yang punya sikap seimbang berarti tegas, tetapi tidak keras karena selalu berpihak pada keadilan, hanya saja keberpihakannya itu tidak sampai merampas hak orang lain sehingga merugikan. Keseimbangan dapat dianggap sebagai satu bentuk cara pandang untuk mengerjakan sesuatu secukupnya, tidak berlebihan dan juga tidak kurang, tidak konservatif dan juga tidak liberal.

2.5 Hambatan Komunikasi

Proses komunikasi pada dasarnya memiliki elemen atau komponen komunikasi yang pada akhirnya berpengaruh terhadap kualitas komunikasi. Banyak masalah yang akan timbul apabila salah satu dari elemen komunikasi mengalami hambatan yang menyebabkan komunikasi menjadi tidak efektif. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan agar terjadi pengertian bersama. Proses komunikasi tidak akan berjalan apabila tidak didukung oleh berbagai elemen atau komponen komunikasi yaitu pengirim (*sender*), pesan (*message*), saluran (*channel*), penerima (*receiver*), umpan balik (*feedback*), gangguan/ hambatan (*noise*) (Rahma Harahap, 2021)

Setiap elemen atau komponen dalam proses komunikasi akan menunjukkan kualitas komunikasi itu sendiri. Apabila salah satu dari elemen

komunikasi tersebut mengalami hambatan, akan timbul masalah yang menyebabkan komunikasi menjadi tidak efektif.

Hambatan komunikasi adalah segala bentuk gangguan yang menghalangi proses penyampaian dan penerimaan pesan antara komunikator dan komunikan. Gangguan dalam proses komunikasi ini yang membuat pesan disampaikan berbeda dengan pesan yang diterimanya. Hambatan ini dapat bersumber dari dari kesalahan komunikator, komunikan, pesan atau media yang akhirnya mengurangi makna pesan yang disampaikan. Ada beberapa faktor yang menyebabkan komunikasi menjadi terhambat, diantaranya:

a. Hambatan Semantik

Hambatan semantik terjadi apabila pesan disalahartikan atau tidak dipahami oleh komunikan. Hambatan ini muncul akibat perbedaan bahasa yang digunakan, pemahaman istilah, dan kemampuan bahasa di antara audiens.

Blake dalam (Cangara, 2013) mendefinisikan hambatan semantik sebagai hambatan komunikasi yang terjadi karena adanya kesalahan pada bahasa yang digunakan. Hambatan semantik terjadi sering terjadi karena:

- Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh masyarakat tertentu
- Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan penerima
- Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya sehingga membingungkan penerima
- Latar belakang budaya yang menyebabkan terjadinya salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan

b. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis merujuk pada hambatan yang terjadi karena faktor mental, emosional, atau persepsi individu yang terlibat dalam proses komunikasi. Faktor ini dapat mencakup perbedaan cara pandang, pengalaman, sikap, emosi, dan tingkat pemahaman antara komunikator dan komunikan.

c. Hambatan Teknis

Hambatan teknis terjadi apabila pesan tidak dapat diterima utuh oleh komunikan karena ada gangguan teknis pada saluran komunikasi yang menjadi media. Misalnya suara yang tidak sampai akibat pengeras suara rusak dan gangguan jaringan.

d. Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi. Misalnya, suara gaduh atau riuh orang-orang, kebisingan lalu lintas, suara hujan atau petir, suara pesawat terbang.

2.6 Teori Perencanaan Komunikasi

Teori Perencanaan adalah salah satu konsep utama dalam domain komunikasi yang dikemukakan oleh Charles Berger pada tahun 1997. Teori ini menjelaskan proses oleh individu atau lembaga dalam merencanakan perilaku komunikasi (Fadhilla et al., 2020). Teori perencanaan yang dirumuskan oleh Charles Berger mewakili salah satu kerangka kerja dalam penyusunan pesan yang mengakui bahwa komunikator atau aktor komunikasi dihadapkan pada pemilihan strategi demi mencapai hasil komunikasi yang berhasil (Dharma Yudinta et.al., 2023)

Teori ini membahas tentang manusia bertindak selama proses komunikasi, termasuk membuat pesan dan memahami pesan. Dalam proses membuat pesan, manusia melibatkan proses kognitif seperti berpikir, membuat keputusan, dan membuat simbol sebelum menghasilkan pesan.

Teori perencanaan ini muncul sebagai respon terhadap pemahaman bahwa komunikasi adalah suatu proses pencapaian tujuan. Aktivitas komunikasi dilakukan oleh manusia bukan semata karena kewajiban, melainkan untuk mencapai tujuan tertentu. Rangkaian perencanaan kognitif memberikan panduan penting dalam penyusunan dan pengiriman pesan demi mencapai hasil yang diinginkan. Proses penyusunan pesan yang terencana dengan baik memungkinkan pelaku komunikasi untuk mencapai tujuan mereka secara lebih efektif dan efisien, sehingga keterampilan komunikasi mereka sangat bergantung pada kualitas perencanaan pesan yang mereka lakukan

Asumsi dasar teori perencanaan yang dicetuskan oleh Berger, yaitu:

1. Kekuatan tujuan akan mempengaruhi rencana yang cenderung kompleks. Asumsi ini menyatakan ketika tujuannya kuat, tentu saja akan mempengaruhi rencana yang dimiliki tentang rencana dan pengetahuan dalam pelaksanaan aksi.
2. Jika Informasi/ pengetahuan (spesifik dan umum) lebih kompleks, maka rencana akan menjadi lebih jelas. Asumsi ini menitikberatkan pada sumber informasi atau sumber pengetahuannya harus dikuatkan terlebih dahulu, apabila sumbernya sudah kuat, maka dalam perumusan rencana akan lebih mudah dan lebih terperinci.
3. Besar atau kecilnya yang hasil yang dicapai bergantung pada motivasi untuk mencapai tujuan. Teori Berger menunjukkan bahwa besar dan kecilnya keberhasilan bergantung pada motivasinya untuk mencapai tujuan. Sebuah rencana akan matang dan mempunyai kemungkinan besar untuk berhasil apabila mempunyai motivasi yang kuat. Sebaliknya, jika motivasi untuk mencapai tujuannya rendah akan mungkin terjadi kegagalan.
4. Perencanaan dan pencapaian tujuan terkait dengan emosi keberhasilan ditentukan oleh kerja keras untuk mencapainya. Jika tujuan itu sangat penting, maka seseorang akan berhati-hati dan sangat memikirkan tentang rumusan perencanaan.

Teori Perencanaan Komunikasi (*Theory Planning Communication*) sering digunakan dalam konteks organisasi untuk merancang strategi komunikasi yang efektif. hal ini untuk mengetahui dan memahami situasi untuk memperoleh cara yang tepat dalam mencapai tujuan komunikasi serta meningkatkan interaksi dengan audiens