

**MODEL KOMUNIKASI PEMILIK KAFE TESARU DALAM
MENSOSIALISASIKAN SYARIAT ISLAM BAGI KONSUMEN
DI KOTA MEDAN**

M. Raihan Fahmi

Fakultas Dakwah, Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang

raihanfahmi11@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the communication models of the Tesaru cafe owner in socializing Islamic technique was Miles and Huberman analysis. From the results of the study it can be concluded that the communication model of the Tesaru Cafe owner in socializing Islamic Sharia is using Linear, Interactional and Transactional communication models. The use of this communication model is also supported by communication media such as print media and electronic media. In the linear communication model, cafe owners utilize posts that are spread via electronic media, social media, and use writing printed on plastic drinking cups. For the Interactional and Transactional communication model, the cafe owner focuses on socializing Islamic Sharia through routine study activities, as well as private meetings when consumers hang out at the Tesaru cafe. Sharia and to find out the media used in socializing Islamic Syari'at in certain communication models as well as supporting and inhibiting factors in the socialization process of Islamic Sharia in Linear, Interactional and Transactional communication models. This type of research is qualitative research with observation, and the approach used is a descriptive approach. The data collection technique used was a documentation study and the data analysis.

Keywords : Communication Model, Cafe, Socialization of Islamic Shari'ah, Islam.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model – model komunikasi pemilik kafe Tesaru dalam mensosialisasikan Syari'at Islam dan untuk mengetahui media yang digunakan dalam mensosialisasikan Syari'at Islam pada model komunikasi tertentu serta faktor pendukung dan penghambat dalam proses sosialisasi Syariat Islam dalam model komunikasi Linear, Interaksional dan Transaksional. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan Observasi, dan pendekatan yang digunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan teknik analisis data adalah analisis Miles and Huberman. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model komunikasi pemilik Kafe Tesaru dalam mensosialisasikan Syari'at Islam adalah menggunakan model komunikasi Linear, Interaksional dan Transaksional. Penggunaan model komunikasi tersebut juga didukung oleh media komunikasi seperti media cetak maupun media elektronik. Pada model komunikasi linear, pemilik kafe memanfaatkan postingan yang disebar melalui media elektronik sosial media, dan menggunakan tulisan

yang tercetak pada gelas plastik minuman. Untuk model komunikasi Interaksional dan Transaksional, pemilik kafe mentitikfokuskan sosialisasi Syari'at Islam melalui kegiatan kajian rutin, maupun pertemuan pribadi saat konsumen nongkrong di kafe Tesaru.
Kata kunci : Model Komunikasi, Kafe, Sosialisasi Syari'at Islam, Islam.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal yang paling urgent atau sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Tanpa adanya kegiatan komunikasi, manusia bisa dikatakan kesulitan mengarungi kehidupan ini. Orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain pasti bisa tersesat karena ketidakmampuannya untuk menetap di lingkungan sosial. Bayangkan jika hidup tanpa komunikasi, sejarah peradaban manusia tidak akan maju, karena tidak ada hubungan yang memungkinkan berbagi informasi/berita dengan orang lain, membuat informasi atau berita dapat dikomunikasikan. Inilah fungsi komunikasi itu sendiri, karena arti komunikasi adalah proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem, simbol, tanda atau perilaku. Komunikasi merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, kedudukan komunikasi dalam Islam bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan makhluk Tuhan berada dalam tekanan yang besar. Jelas terlihat bahwa komunikasi tidak hanya dengan sesama manusia dan lingkungannya, tetapi juga dengan Tuhannya. Tujuan komunikasi adalah untuk mengantisipasi partisipasi dalam komunikasi atau pesan yang disampaikan oleh media, sehingga seiring dengan pesan yang disampaikan, dihasilkan sikap dan perilaku yang diinginkan.

Dalam menjalankan aktivitas sebagai makhluk sosial, sekaligus mengimplementasikan ajaran etika sosial Islam dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu dituntut untuk berkomunikasi satu dengan lainnya. Dalam kaitan ini, komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain. Baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Dalam perspektif ilmu komunikasi, pada hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur.

Dalam ilmu komunikasi, pernyataan dinamakan pesan 'message', orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator 'communicator', sedangkan orang yang

menerima pernyataan diberi nama komunikasi ‘communican’. Sebuah fenomena komunikasi yang terjadi dapat dijelaskan lebih lanjut melalui model komunikasi. Model Komunikasi adalah sebuah penjelasan atau yang menjelaskan proses terjadinya komunikasi manusia secara sederhana.

Model komunikasi didefinisikan sebagai gambar visual yang dapat menjelaskan, mengklasifikasikan dan juga menggambarkan berbagai proses komunikasi, termasuk pengirim, pesan, media (saluran) dan penerima. Komunikasi terjadi ketika pengirim pesan mengirimkan pesan kepada penerima melalui suatu media dan penerima menerima pesan tersebut serta memberikan umpan balik tentang pesan yang dikirimkan oleh pengirim.

Prinsip dasar dalam model komunikasi ialah tersampainya pesan antara pengirim pesan dan penerima pesan. Model komunikasi juga memiliki beberapa perspektif didalamnya yaitu perspektif linear, interaksional serta perspektif transaksional.

Pada penelitian kali ini, peneliti melihat pemilik kafe menerapkan ajaran ajaran Islam serta menyampaikan dakwahnya kepada konsumennya dengan beberapa model komunikasi agar tujuan dari pemilik kafe dapat terwujud. Misalnya pada model komunikasi Linear, pemilik kafe memiliki beberapa cara menyampaikan pesannya yaitu dengan mengadakan kajian sekali setiap pekannya, kemudian pemilik kafe memiliki akun Instagram khusus untuk berdakwah menyampaikan pesan pesan dakwahnya kepada para konsumen atau orang lain melalui postingan - postingannya. Pada model komunikasi Interaksional, pemilik kafe mengajak konsumennya untuk saling bertukar pikiran dan bertukar informasi mengenai pengajaran tentang syariat – syariat Islam.

Begitu pentingnya nilai-nilai ajaran Islam ditanamkan kepada setiap pribadi yang beragama Islam, sebagaimana Allah Subhanahu Wa Ta’ala berfirman dalam surat Ali Imran ayat 110 :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala”.

Maka perlu ditegaskan bahwa pembinaan dan penanaman ajaran agama kepada setiap individu itu bukan saja dilaksanakan di lingkungan keluarga dan sekolah saja, tetapi juga di lingkungan masyarakat atau tempat - tempat yang banyak dikunjungi serta disukai oleh masyarakat umum seperti Kafe atau tempat hiburan lainnya.

Kajian ini juga sangat erat kaitannya dengan sistem gaya hidup. Gaya hidup merupakan istilah yang saat ini sedang populer di masyarakat. Gaya hidup masyarakat saat ini telah berubah dan berkembang dari waktu ke waktu. Dulu, orang tidak terlalu peduli dengan penampilan dan gaya hidup. Tapi sekarang situasinya berbeda, karena sekarang gaya hidup menjadi masalah utama.

Herbert Marcuse dalam *One Dimensional Man* mengemukakan bahwa “kita dapat membedakan kebutuhan yang benar (true) dan kebutuhan yang semu (false). Semu adalah segala hal yang dipaksakan kepada individu oleh kepentingan-kepentingan sosial tertentu dalam penindasannya: kebutuhan yang melanggengkan kerja, agrisivitas, penderitaan dan ketidakadilan. Kebanyakan kebutuhan yang ada untuk membatu orang bersantai, bersenang-senang, menyukai dan membenci apa yang disukai dan dibenci orang lain, masuk dalam kategori kebutuhan semu.” (cyberspace and culture:14).

Nongkrong sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh kaum muda dan dewasa di suatu tempat pertemuan dan untuk mengisi waktu luang. Kegiatan nongkrong dilihat sebagai budaya yang dapat menghasilkan potensi luar biasa ketika perbincangannya berisi hal yang memunculkan ide-ide baru sehingga memberikan dampak bagi kemajuan bangsa (Sara Schonhardt 2012). Selain itu, identik dilakukan orang-orang yang masih masuk dalam kategori produktif terutama anak muda dalam rentang usia 18-24 tahun (Fauzi, Punia, dan Kamajaya 2017). Fenomena nongkrong itu sendiri membangkitkan minat para peneliti untuk penelitian lebih dalam.

Gaya hidup nongkrong di Indonesia sudah ada sejak zaman dahulu hingga saat ini dan mengalami beberapa perubahan dari waktu ke waktu. Dulu, kengan kebanyakan hanya dilakukan di kafe-kafe kecil. Aktivitas yang harus diselesaikan juga lebih mudah, seperti sekadar berkumpul bersama teman. Namun belakangan ini, tempat nongkrong sering kali terjadi di kafe atau restoran. Namun, seperti dulu, pekerjaan utama nongkrong adalah bersosialisasi. Nongkrong merupakan bagian dari kehidupan anak muda, dibuat dalam ruang praktik sosial dan interaksionisme simbolik (Nilan and Mansfield 2016).

Sebagaimana yang telah kita ketahui bersama, banyak kafe – kafe yang sudah berdiri ditengah hingga sudut sudut kota Medan. Dengan konsep dan kegiatan yang dilaksanakan para pengunjungnya pun sama, yaitu untuk bersosialisasi, mengerjakan tugas sekolah ataupun kuliah, hingga ada yang menjadikan kafe tersebut sebagai tempat

bekerja. Kafe-kafe tersebut pun memiliki konsep yang pada umumnya yaitu terdapat musik, hingga ada yang menyediakan atau membiarkan pengunjungnya untuk bermain judi dan kemaksiatan lainnya di dalam kafe tersebut. Kafe merupakan tempat yang cocok untuk bersantai, melepas kepenatan, bertemu dengan kerabat, ditemani minuman kopi serta makanan-makanan ringan (Susanto 2001).

Namun, peneliti menemukan adanya sebuah kafe yang berbeda daripada kafe-kafe lainnya. Yaitu tidak terdapat didalamnya lantunan musik, maupun tutup lebih awal dengan tujuan mengurangi terjadinya kemaksiatan yang sering atau biasanya dilakukan para remaja ketika nongkrong di malam hari. Serta kegiatan majelis ta'lim setiap Sabtu malam yang diadakan oleh pemilik kafe di kafe tersebut. Pengunjung nya pun cukup ramai dan antusias dalam kegiatan tersebut.

Peneliti menduga persoalan itu karena adanya model komunikasi yang dilakukan oleh pemilik kafe yang dianggap mampu menerapkan syariat Islam serta membuat tertarik masyarakat mengikuti pengajian, dan hal ini sangatlah penting untuk para da'i maupun kafe kafe lainnya agar bisa lebih memaksimalkan sarana atau lapangan yang telah dimiliki untuk mencari pahala sebanyak banyaknya. Berdasarkan latar belakang masalah diatas sangat menarik bagi kita untuk melakukan penelitian lebih mendalam. Oleh karena itu peneliti merumuskan judul penelitian ini yaitu **Model Komunikasi Pemilik Kafe 'Tesaru' Dalam Menerapkan Syariat Islam Bagi Konsumen Di Kota Medan.**

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan Observasi, dan pendekatan yang digunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan teknik analisis data adalah analisis Miles and Huberman. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model komunikasi pemilik Kafe Tesaru dalam mensosialisasikan Syari'at Islam adalah menggunakan model komunikasi Linear, Interaksional dan Transaksional. Penggunaan model komunikasi tersebut juga didukung oleh media komunikasi seperti media cetak maupun media elektronik. Pada model komunikasi linear, pemilik kafe memanfaatkan postingan yang disebar melalui media elektronik sosial media, dan menggunakan tulisan yang tercetak pada gelas plastik minuman. Untuk model komunikasi Interaksional dan Transaksional, pemilik kafe

mentitikfokuskan sosialisasi Syari'at Islam melalui kegiatan kajian rutin, maupun pertemuan pribadi saat konsumen nongkrong di kafe Tesaru.

Dalam penelitian ini peneliti memakai metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor tahun 1975, penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Menurut David Williams tahun 1995 penelitian kualitatif ialah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Sedangkan menurut Denzin dan Lincoln tahun 1987 penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengumpulkan data dengan cara yang alami kemudian ditafsirkan dengan berbagai metode yang ada, dan kemudian menghasilkan hasil penelitian yang bisa dipertanggungjawabkan kualitas datanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kafe Tesaru, tepatnya di Jl. Armada No.12, Pasar Merah Barat, Kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia. Pemilik kafe tersebut bernama Yudi Hadiano, juga memiliki seorang pegawai bernama Surya Wahyugi. Kafe Tesaru telah berdiri sejak tahun 2018, awalnya kafe tersebut berada dilokasi sekitaran Jl. SM Raja, kemudian pindah ke Jl. Armada dikarenakan beberapa alasan, yaitu lokasi kafe yang lama tidak memiliki lahan parkir yang memadai, jauh dari mesjid, serta banyak orang lalu – lalang mengakibatkan tidak kondusif nya keadaan di kafe tersebut. “Saya sih lebih suka nongkrong itu kalau tenang, tidak banyak suara kendaraan lewat, apalagi kalau sambil mengerjakan tugas atau pekerjaan, jadi bisa lebih fokus” tegas sang pemilik kafe. Kafe didirikan atas dasar untuk mencari nafkah, serta menjadi lahan untuk berdakwah. Nama Tesaru sendiri adalah sebuah singkatan dari ‘Teras Sebelah Rumah’ yang mana memang ruangan kafe tersebut berada di teras sebelah rumah sang pemilik kafe .



Gambar 1 : Halaman Kafe Tesaru (Sumber : Dokumen Pribadi)

Evaluasi selalu dilakukan oleh pemilik Kafe Tesaru, baik itu dalam model dan cara beliau berkomunikasi, menyampaikan pesan serta larangan kepada para konsumen. Hingga evaluasi terkait kegiatan yang ia laksanakan dalam menerapkan model komunikasi. Segala percobaan ia terapkan dan penyesuaian kepada para konsumen agar betah dan menjadi langganan dikafe tersebut serta mau mengikuti nasehat dan dakwah baik itu secara langsung, seperti kegiatan kajian rutin maupun dakwah secara tidak langsung.

Sebagaimana penelitian ini mengarah kepada model komunikasi pemilik Kafe Tesaru, peneliti mengacu pada para pakar ahli. Banyak ahli merumuskan model komunikasi. Dari berbagai model yang telah dirumuskan, model komunikasi diklasifikasikan ke dalam tiga jenis model, yaitu model komunikasi linear, model komunikasi transaksional, dan model komunikasi interaksional.

Juga dalam hal penerapan syari'at Islam kepada para konsumen, pemilik kafe berpatokan kepada dalil Al-Qur'an juga perintah dari Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam. Melalui Al-Qur'an, Allah Subhanahu Wa Ta'ala menjelaskan pada QS. Ali-Imran ayat 10 adalah untuk seluruh ummat Islam agar selalu berdakwah menyampaikan kebenaran.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada

Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”.

Juga pada QS. An-Nahl ayat 125, Allah Subhanahu Wa Ta'ala menjelaskan bahwa
أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَاتِلَىٰ هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ
أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Kemudian Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam juga menjelaskan bahwa “Barang siapa menunjukkan kepada kebaikan ia berhak memperoleh pahala 2 sebagaimana orang yang melakukannya”. ”Barang siapa mengajak petunjuk, ia berhak mendapat pahala seperti pahala orang yang mengikutinya, tiak meurangi pahala mereka sedikitpun. Dan barang siapa mengajak kepada kesesatan, ia berhak memikul dosa seperti dosadosa orang yang mengikutinya tidak meurangi dosa-dosa mereka sedikitpun (HR. Muslim).

a. Model Komunikasi

Peneliti menemukan ketiga model komunikasi tersebut pada model komunikasi yang diterapkan oleh pemilik Kafe Tesaru disandingkan dengan dakwah dan penerapan Syari’at Islam pada setiap model komunikasi tersebut.

1. Model komunikasi Linear

Pada model komunikasi linear, peneliti menemukan adanya model tersebut pada penerapan model komunikasi oleh Pemilik Kafe kepada para konsumen. Sebagaimana menurut para ahli, model komunikasi linear (one-way view of communication) adalah komunikasi yang bersifat satu arah. Arus pesan bersifat satu arah tanpa adanya feedback atau balasan langsung antara pengirim pesan dengan penerima.

Pemilik Kafe Tesaru melakukan model komunikasi linear yang terlihat pada pesan yang ia sampaikan melalui gelas plastik minuman yang mana terdapat pesan singkat yaitu ‘Bismillah dulu ya’, sebagaimana kita ketahui bahwa Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam juga mengajarkan kita untuk membaca Bismillah sebelum makan atau minum. Hal itu yang coba disosialisasikan oleh pemilik kafe secara tersirat namun tetap jelas terlihat.

Terkadang kita memang lupa pada hal – hal kecil, misalnya dalam membaca Bismillah saat hendak makan atau minum. Melalui pesan singkat tadi, efek yang kita rasakan adalah kembali teringat kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala dan mengucapkan Basmalah sebelum minum kopi atau minuman lainnya yang dipesan di kafe Tesaru.



Gambar 2 : Para pengunjung yang bersantai (Sumber : Dokumen Pribadi)

Kemudian pada pesan langsung yang Pemilik Kafe sebarakan melalui media sosial yang ia gunakan. Seperti kata – kata dakwah yang mengajak kepada suatu kebaikan, atau memperingatkan akan suatu kesalahan yang kerap terjadi dikehidupan. Juga pada kegiatan yang ia laksanakan, yaitu kajian rutin adalah bentuk model komunikasi linear pada saat pengisi acara (ustaz) menjelaskan terkait Syari’at Islam.

Melalui pesan – pesan secara langsung tersebut, terdapat banyak sekali manfaat ataupun perubahan yang signifikan dirasa oleh para konsumen. Mereka jadi lebih mengetahui tentang kesesetan atau kesalahan baik itu yang ringan maupun yang berat dimata Allah Subhanahu Wa Ta’ala. Kemudian, pada model komunikasi linear ini, juga

terdapat beberapa hambatan atau yang menjadi kesulitan tersampainya pesan dan maksud dari pesan tersebut.

Misalnya pada beberapa postingan yang Pemilik Kafe sebar, beberapa konsumen kurang memahami apa maksud dan penjelasan dari postingan tersebut dikarenakan kurangnya ilmu dasar tentang keagamaan pada konsumen itu sendiri, atau bahasa yang digunakan oleh pemilik kafe terlalu menyindir kepada suatu kelompok atau suatu kejadian tertentu yang berkaitan dengan postingan. Tak jarang juga ada beberapa oknum yang merasa tersindir atau direndahkan melalui postingan pemilik kafe karena pesan tersebut hanya bersifat satu arah tanpa adanya kesempatan dari konsumen untuk bertanya atau meminta penjelasan terkait hal yang disebar oleh pemilik kafe.

Namun dibalik kesulitan dan hambatan tersebut, ada beberapa kemudahan serta keuntungan pada model komunikasi linear yang digunakan oleh pemilik kafe. Salah satunya adalah mudahnya pesan untuk disampaikan, karena hanya melalui postingan yang di sebar, atau tulisan yang diterakan pada gelas minuman. Juga lebih efektifnya pesan dapat disampaikan secara utuh melalui model komunikasi linear pada kegiatan kajian yang disampaikan langsung oleh ustaz yang bersangkutan.

2. Model Komunikasi Interaksional

Pemilik kafe menerapkan model komunikasi interaksional adalah pada beberapa postingan atau sesi tanya jawab pada kegiatan kajian rutin. Melalui media sosial Instagram pemilik kafe melontarkan kalimat – kalimat pembangkit dan menyerukan kebaikan – kebaikan, kemudian kolom komentar menjadi media bagi para konsumen untuk bertanya terkait postingan tersebut, namun penerima pesan hanya bisa memberikan pertanyaan tanpa adanya pesan khusus yang dikirim kepada pengirim pesan yaitu pemilik kafe tersebut. Banyak pertanyaan – pertanyaan muncul atau respon positif pada kolom komentar di akun media sosial pemilik kafe.

Sebagaimana para ahli menyebutkan bahwa model komunikasi interaksional bersifat dua arah, adanya penyampai pesan dan orang yang merespon secara langsung maupun melalui media, tetapi baik pengirim maupun penerima pesan tidak dapat menjadi keduanya sekaligus. Model komunikasi yang merujuk pada model komunikasi interaksi adalah model Osgood dan Schramm. Model komunikasi interaksi ini umumnya digunakan dalam media baru seperti internet atau media komunikasi modern.

Model komunikasi seperti ini yang diterapkan oleh pemilik kafe, kegiatan kajian juga menjadi salah satu contoh. Pada sesi tanya jawab, pengirim pesan memberikan kesempatan kepada para konsumen untuk bertanya dan dijawab kembali oleh pengirim pesan. Hal tersebut adalah bentuk interaksi dari komunikasi. Baik itu secara langsung saat hadir di Kafe Tesaru, atau melalui media sosial seperti siaran live yang diadakan di Youtube dan Instagram akun media pemilik kafe.

Bentuk sosialisasi Syari'at Islam dari pemilik kafe sangat berkembang dan signifikan pada model komunikasi Interaksional ini. Pasalnya, pesan dari pengirim pesan (pemilik kafe dan ustaz) bisa sampai secara keseluruhan, kemudian berkembang dari tanya jawab yang direspon oleh konsumen serta jawaban langsung dari pengirim pesan.



Gambar 3 : Para pengunjung yang bekerja (Sumber : Dokumen Pribadi)

3. Model komunikasi Transaksional

Melalui hasil temuan penelitian ini, peneliti melihat bahwa sosialisasi secara langsung antara pemilik kafe dengan konsumen dapat dimasukkan kedalam model komunikasi interaksional. Pemilik kafe yang ikut duduk bersama konsumen dan bercerita bertukar pikiran merupakan hal yang sangat membantu pemilik kafe dalam mensosialisasikan Syari'at Islam.

Hasilnya pun cukup terlihat jelas dari adanya perubahan yang dialami oleh pemilik kafe, maupun konsumen yang menjadi lawan bicaranya pemilik kafe. Seperti namanya, model transaksional ini menjelaskan bahwa adanya dua orang yang berkomunikasi secara langsung dan saling memberikan pernyataan dan tanggapan.

Penerima dan pengirim informasi bisa saja bertukar sesuai dengan keadaan, komunikasi transaksional ini bersifat kooperatif.

Bahkan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen merasa sangat senang dan sedikit demi sedikit berubah melalui hasil sosialisasi Syari'at Islam pemilik kafe. Juga pemilik kafe merasa berkembang melalui nasehat – nasehat yang disampaikan oleh konsumen terkait Syari'at Islam. Namun yang menjadi kesulitan ialah terkadang adanya konsumen yang ngeyel, merasa hanya ingin mencari tau sampai mana ilmu sang pemilik kafe dan bukan hanya sekedar bertukar pikiran. Perdebatan kerap muncul apabila salah satu merasa ada kejanggalan dan tidak mau menerima kebenaran dari pihak lainnya.

Tetapi, komunikasi Transaksional ini juga sangat banyak keuntungannya, salah satunya ialah tercapainya tujuan komunikasi itu sendiri akibat mimik wajah yang saling bertatap, serta nada suara yang bisa mengartikan maksud dari kalimat yang disampaikan, baik itu pesan yang disampaikan oleh pemilik kafe maupun feedback dari konsumen itu sendiri. Karena tak jarang juga, pemilik kafe mendatangi konsumen yang menurut pemilik kafe memiliki ilmu terkait Syari'at Islam dengan tujuan untuk menggali wawasan terbaru dari si konsumen.

Itulah beberapa pembahasan terkait model komunikasi yang dilakukan oleh pemilik kafe dalam mensosialisasikan Syari'at Islam kepada konsumen Kafe Tesaru. Kemudian melalui temuan hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa media yang dirasa cukup efektif dari kegiatan sosialisasi pemilik kafe terhadap konsumennya.

b. Media Komunikasi

Sebagaimana kita ketahui bahwa dalam penyampaian informasi, media komunikasi sangat berpengaruh dalam kesuksesan komunikasi maupun penyampaian informasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh salah satu pakar ahli De Vito bahwa untuk melakukan komunikasi dibutuhkan sebuah media dalam proses penyampaiannya.

Berdasarkan cara penyebarannya, media komunikasi mengklasifikasi menjadi 3 jenis yaitu media komunikasi audio, visual dan audio visual. Pada penelitian kali ini, peneliti menyimpulkan bahwa media komunikasi audio visual adalah yang menjadi andalan dari pemilik kafe dalam mensosialisasikan Syari'at Islam. Video yang disebarakan melalui Instagram maupun Youtube menjadi populer dikalangan konsumen kafe Tesaru. Pasalnya mereka bisa melihat dan mendengar apa yang disampaikan oleh pengirim pesan.

c. Faktor pendukung dan penghambat komunikasi

Sebagaimana kita pahami melalui hasil temuan penelitian diatas, pada model komunikasi yang diterapkan oleh pemilik kafe pada bagian model komunikasi linear, faktor pendukung nya ialah akses dalam penyampaian pesan sangat banyak, baik itu secara langsung maupun tidak langsung atau menggunakan media. Kemudian yang menjadi kesulitan atau penghambatnya ialah komunikasi yang bersifat satu arah, menyebabkan para penerima pesan terkadang tidak memahami makna sebenarnya dari pesan yang disampaikan.

Kemudian pada model komunikasi interaksional dan transaksional, obrolan dan nasehat secara langsung dan timbal balik menjadi salah satu faktor pendukung pada model komunikasi tersebut. Adanya feedback secara langsung menjadikan komunikasi tersebut mampu mencapai tujuannya. Namun, para lawan bicara atau penerima pesan yang sifatnya suka membangkang dan mencari kesalahan, adalah salah satu faktor penghambat terjalannya komunikasi yang baik dan tercapainya dakwah yang menjadi tujuan sang pemilik kafe

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian mengenai model komunikasi yang digunakan oleh pemilik Kafe Tesaru dalam mensosialisasikan Syari'at Islam, maka dapat disimpulkan bahwa banyak model komunikasi yang bisa diterapkan, baik itu menggunakan media tertentu atau secara langsung face to face. Kemudian ada beberapa faktor pendukung sebagai kemudahan dalam menyampaikan pesan melalui model komunikasi tertentu, juga didapati adanya kesulitan dan hambatan dalam mencapai tujuan komunikasi pada model komunikasi tertentu, yaitu Model Komunikasi yang digunakan dalam mensosialisasikan Syari'at Islam, yang terdiri dari Model Komunikasi Linear, Model Komunikasi Interaksional dan Model Komunikasi Transaksional.

Di dalam nya terdapat Kesulitan dan Kemudahan serta Media yang digunakan dalam mensosialisasikan Syari'at Islam dan juga Perubahan yang dialami para konsumen. Kemudian, ilmu yang didapati pun cukup jelas karena dipimpin oleh pengirim pesan yang memang paham betul akan pembahasan yang dikirim kepada penerima pesan. Juga pengalaman baru yang mereka dapati dari kegiatan kajian rutin yang dilaksanakan oleh pemilik kafe Tesaru di Kafe tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Basrowi, Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT. Rincka Cipta, 2008.
- Boer, Kheyene M, dkk. 2014. Cyberspace and Culture. Yogyakarta: Mata Padi Pressido.
- Fernando, Refael 2011, “Nongkrong” Kompasiana, diakses 22 April 2012, <http://edukasi.kompasiana.com/2011/06/17/nongkrong/>.
- <https://ilmusaku.com/pengertian-model-komunikasi-dan-3-kategori-model/amp/>
- Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, h. 5.
- Marcuse, Herbert. 1998. Technology, War, and Fascism. London: Routledge. Storey, John. 2007. Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Yogyakarta: Jalasutra.
- Marcuse, Herbert. 2016. Manusia Satu Dimensi. Yogyakarta: Narasi.
- Marcuse, Herbert. 2018. Eros dan Peradaban. Yogyakarta: Tanda Baca.
- Schonhardt, Sara 2012, “7-Eleven Finds a Niche by Adapting to Indonesian Ways” The New York Times, diakses 10 Mei 2012,
- Yudi Hadioanto, Pemilik Kafe Tesaru, Kafe Tesaru, Wawancara Pribadi, 13 Januari 2022