PEMBERDAYAAN POLA KOMUNIKASI DALAM PEMBAGIAN ZAKAT

Yani Hendrayani
Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Jakarta
Jl. R.S. Fatmawati Pondok Labu Jakarta Selatan – 12450
Telp. 021 7656971

Abstract

Tithe is one of the solution in poverty reduction, yet the lack of information from the government, lack of trust to tithe management institutions is the main factors of its distribution incident. The safe way to solve the distributions factor is by encouraging the utilization of communications pattern of the community communications network, which opinion leader takes role in spreading the informations and data collection of poor people. Through goals, trust and knowledge the community can be formed. The strength of the community on the basic level is the interpersonal relationship so we can continue the opinion by saying as the communication relationship getting weaken, the less ability of the community to extend their existence. Through the interpersonal communications, integrity of the people is being tested, trust is build social contract is made and maintained by community member.

Key Words: *community, communications pattern, communications network, Opinion leader*

PENDAHULUAN

Kebijakan pemerintah yang pro liberal secara sistematis telah memiskinkan rakyat. Mulai dari kenaikan BBM akibat liberalisasi sektor migas, naiknya biaya kesehatan dan pendidikan akibat privatisasi, sampai tingginya pengangguran dan PHK akibat sektor riil yang tidak jalan, telah membuat beban hidup rakyat semakin berat.

Zakat merupakan salah satu solusi alternatif dalam mengurangi kemiskinan. Membayar zakat bagi kaum muslim adalah wajib hukumnya, yang ditetapkan 2,5 kg beras atau dengan harga beras tersebut perorang. Namun karena tidak adanya sosialisasi dari pemerintah mengenai keberadaan lembaga pengelola zakat serta kurangnya rasa kepercayaan terhadap lembaga tersebut menyebabkan beberapa peristiwa insiden pembagian zakat sering terjadi, salah satunya insiden yang terjadi di Pasuruan yaitu tanggal telah menewaskan 21 orang yang dinilai sebagai sebuah potret kemiskinan yang melanda bangsa Indonesia dan merupakan indikasi adanya peningkatan angka kemiskinan di Tanah Air.

Peristiwa yang terjadi di Pasuruan seharusnya dapat dihindari apabila program pembagian zakat dikelola dengan baik oleh pemerintah. Untuk menghindari jatuhnya banyak korban akibat mengantri pembagian zakat, Bupati Bantul H.M Idham Samawi memilih membagikan zakat dengan diantar ke rumah warga, dan sebagian disalurkan melalui lembaga zakat . Selain itu yang dilakukan oleh Bupati Lamongan untuk menghindari jatuhnya korban dengan cara para penerima zakat dibagi dalam kelompok. Semua proses penyaluran zakat dipantau langsung oleh Komandan Kodim dengan melibatkan para petugas Satpol PP untuk menghindari kejadian di Pasuruan tidak terulang kembali.

Persiapan matang juga dilakukan oleh Pabrik Rokok Gudang Garam dalam pembagian sedekah tahun ini dengan mengerahkan 600 personil polisi dan Polwil dan Brimob, juga satpam gudang ga-

Perpustakaan UPN "Veteran" Jakarta

ram dan juga 30 petugas paramedis dan tiga ambulans juga disiapkan Petugas Pemadam Kebakaran (PMK), selain itu penerima zakat juga dihibur dengan musik. Ini semua dilakukan untuk mengantisipasi supaya insiden pembagian zakat seperti di Pasuruan tidak terulang lagi.

Masalah tersebut mendasari penulis untuk mengetahui cara aman untuk memecahkan problem pembagian zakat yang mengakibatkan jatuhnya banyak korban dengan pemberdayaan pola komunikasi komunitas. Pada dasarnya masyarakat terdiri atas berbagai lapisan sosial. Walaupun secara konseptual pengertian komunitas sendiri sangat luas, dan rumit tetapi lapisan-lapisan inilah yang sering disebut sebagai komunitas. Dalam skala nasional yang disebut masyarakat Indonesia bukan sebuah masyarakat yang seragam. Ratusan dan bahkan ribuan kelompok atau komunitas yang ada membentuk masyarakat Indonesia dan memberikan gambaran lapisan sosial tersebut.

Dengan keadaan tersebut sangat wajar jika di dalam masyarakat dapat terjadi ketegangan sosial antara kepentingan individu dan kelompok, atau antara kepentingan kelompok kecil dengan yang lebih besar. Mengangkat permasalahan yang timbul dari cara pembagian zakat diatas, jelas menuntut penemuan-penemuan baru yang bisa menghantarkan pada perubahan sosial yang lebih baik. Khususnya menyangkut pada pola komunikasi komunitas, penulis mencoba mengamati dari peranan komunitas yang dapat berperan sebagai agen penyebaran informasi dan perubahan, dimana secara perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah Proses konstruksi sosial.

Model Komunikasi :

Secara umum, inovasi didefinisikan sebagai suatu ide, praktek atau obyek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh seorang individu atau satu unit adopsi lain. Thompson dan Eveland (1967) mendefinisikan inovasi sama dengan teknologi, yaitu suatu desain yang digunakan untuk tindakan instrumental dalam rangka mengurangi ketidak teraturan suatu hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Jadi, inovasi dapat dipandang sebagai suatu upaya untuk mencapai tujuan tertentu. Fullan (1996) menerangkan bahwa tahun 1960-an adalah era dimana banyak inovasi-inovasi pendidikan kontemporer diadopsi, seperti matematika, kimia dan fisika baru, mesin belajar *(teaching machine)*, pendidikan terbuka, pembelajaran individu, pengajaran secara team *(team teaching)* dan termasuk dalam hal ini adalah sistem belajar mandiri.

Difusi didefinisikan sebagai suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial. Difusi dapat dikatakan juga sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana pesannya adalah ide baru. Disamping itu, difusi juga dapat diangap sebaai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Jelas disini bahwa istilah difusi tidak terlepas dari kata inovasi. Karena tujuan utama proses difusi adalah diadopsinya suatu inovasi oleh anggota sistem sosial tertentu. Anggota sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan atau sub sistem.

Komunikasi dan Salurannya

Komunikasi adalah proses dimana partisipan menciptakan dan berbagi informasi satu sama lain untuk mencapai suatu pemahaman bersama. Seperti telah diunkapkan sebelumnya bahwa difusi dapat dipandang sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana informasi yang dipertukarkannya adalah ide baru (inovasi). Dengan demikian, esensi dari proses difusi adalah pertukaran informasi dimana seorang individu mengkomunikasikan suatu ide baru ke seseorang atau beberapa orang lain. Rogers menyebutkan ada empat unsur dari proses komunikasi ini, meliputi: 1) inovasi itu sendiri; 2) seorang individu atau satu unit adopsi lain yang mempunyai pengetahuan atau pengalaman dalam menggunakan inovasi; 3) orang lain atau unit adopsi lain yang belum mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan inovasi; dan 4) saluran komunikasi yang menghubungkan dua unit tersebut. Jadi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam proses difusi adalah upaya mempertukarkan ide baru (inovasi) oleh seseorang atau unit tertentu yang telah mempunyai pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan inovasi tersebut (innovator) kepada seseorang atau unit lain yang belum memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai inovasi itu *(potential adopter)* melalui saluran komunikasi tertentu.

Sementara itu, saluran komunikasi tersebut dapat dikategorikan menjadi dua yaitu: 1) saluran media massa (mass media channel); dan 2) saluran antarpribadi *(interpersonal channel)*. Media massa dapat berupa radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Kelebihan media massa adalah dapat menjangkau audiens yang banyak dengan cepat dari satu sumber. Sedangkan saluran antarpribadi melibatkan upaya pertukaran informasi tatap muka antara dua atau lebih individu.

Waktu merupakan salah satu unsur penting dalam proses difusi. Dimensi waktu, dalam proses

Perpustakaan UPN "Veteran" Jakarta

difusi, berpengaruh dalam hal: 1) proses keputusan inovasi, yaitu tahapan proses sejak seseorang menerima informasi pertama sampai ia menerima atau menolak inovasi; 2) keinovativan individu atau unit adopsi lain, yaitu kategori relatif tipe adopter (adopter awal atau akhir); dan 3) rata-rata adopsi dalam suatu sistem, yaitu seberapa banyak jumlah anggota suatu sistem mengadopsi suatu inovasi dalam periode waktu tertentu.

Sangat penting untuk diingat bahwa proses difusi terjadi dalam suatu sistem sosial. Sistem sosial adalah satu set unit yang saling berhubungan yang tergabung dalam suatu upaya pemecahan masalah bersama untuk mencapai suatu tujuan. Anggota dari suatu sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan atau sub sistem. Proses difusi dalam kaitannya dengan sistem sosial ini dipengaruhi oleh struktur sosial, norma sosial, peran pemimpin dan agen perubahan, tipe keputusan inovasi dan konsekuensi inovasi.

Seperti telah diungkapkan sebelumnya bahwa tujuan utama proses difusi adalah agar diadopsinya suatu inovasi. Namun demikian, seperti terlihat dalam model proses keputusan inovasi, ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses keputusan inovasi tersebut. Beriku ini adalah penjelasan dari beberapa faktor yang mempengaruhi proses keputusan inovasi.

Rogers (1983) mengemukakan lima karakteristik inovasi meliputi: 1) keunggulan relatif *(relative advantage)*, 2) kompatibilitas *(compatibility)*, 3) kerumitan *(complexity)*, 4) kemampuan diuji cobakan *(trialability)* dan 5) kemampuan diamati *(observability)*. Keunggulan relatif adalah derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik/unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi eknomi, prestise social, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi. Kompatibilitas adalah derajat dimana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi. Kerumitan adalah derajat dimana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi. Semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar keunggulan relatif; kesesuaian *(compatibility)*; kemampuan untuk diuji cobakan dan kemampuan untuk diamati serta semakin kecil kerumitannya, maka semakin cepat kemungkinan inovasi tersebut dapat diadopsi.

Saluran Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah tercapainya suatu pemahaman bersama (mutual understanding) antara dua atau lebih partisipan komunikasi terhadap suatu pesan (dalam hal ini adalah ide baru) melalui saluran komunikasi tertentu. Dengan demikian diadopsinya suatu ide baru (inovasi) dipengaruhi oleh: 1) partisipan komunikasi dan 2) saluran komunikasi. Dari sisi partisipan komunikasi, Rogers mengungkapkan bahwa derajat kesamaan atribut (seperti kepercayaan, pendidikan, status sosial, dan lain-lain) antara individu yang berinteraksi (partisipan) berpengaruh terhadap proses difusi. Semakin besar derajat kesamaan atribut partisipan komunikasi *(homophily)*, semakin efektif komuniksi terjadi. Beitu pula sebaliknya. Semakin besar derajat perbedaan atribut partisipan *(heterophily)*, semakin tidak efektif komunikasi terjadi. Oleh karenanya, dalam proses difusi inovasi, penting sekali untuk memahami betul karakteristik adopter potensialnya untuk memperkecil *"heterophily"*. Sementara itu, saluran komunikasi juga perlu diperhatikan. Dalam tahap-tahap tertentu dari proses pengambilan keputusan inovasi, suatu jenis saluran komunikasi tertentu memainkan peranan lebih penting dibandingkan dengan jenis saluran komunikasi lain. Hasil penelitian berkaitan dengan saluran komunikasi menunjukan beberapa prinsip sebagai berikut: 1) saluran komunikasi masa relatif lebih penting pada tahap pengetahuan dan saluran antar pribadi (interpersonal) relatif lebih penting pada tahap persuasi; 2) saluran kosmopolit lebih penting pada tahap penetahuan dan saluran lokal relatif lebih penting pada tahap persuasi.3) saluran media masa relatif lebih penting dibandingkan dengan saluran antar pribadi bagi adopter awal *(early adopter)* dibandingkan dengan adopter akhir *(late adopter)*; dan 4) saluran kosmopolit relatif lebih penting dibandingkan denan saluran local bagi bagi adopter awal *(early*

Perpustakaan UPN "Veteran" Jakarta

adopter) dibandingkan dengan adopter akhir *(late adopter).*

Karakteristik Sistem Sosial

Difusi inovasi terjadi dalam suatu sistem sosial. Dalam suatu sistem sosial terdapat struktur sosial, individu atau kelompok individu, dan norma-norma tertentu. Berkaitan dengan hal ini, Rogers (1983) menyebutkan adanya empat faktor yang mempengaruhi proses keputusan inovasi. Keempat faktor tersebut adalah: 1) struktur sosial (social structure); 2) norma sistem *(system norms);* 3) pemimpin opini *(opinion leaders)*; dan 4) agen perubah *(change agent).*

Struktur social adalah susunan suatu unit sistem yang memiliki pola tertentu. Struktur ini memberikan suatu keteraturan dan stabilitas prilaku setiap individu (unit) dalam suatu sistem sosial tertentu. Struktur sosial juga menunjukan hubungan antar anggota dari sistem sosial. Hal ini dapat dicontohkan seperti terlihat pada struktur oranisasi suatu perusahaan atau struktur sosial masyarakat suku tertentu. Struktur sosial dapat memfasilitasi atau menghambat difusi inovasi dalam suatu sistem. Katz (1961) seperti dikutip oleh Rogers menyatakan bahwa sangatlah bodoh mendifusikan suatu inovasi tanpa mengetahui struktur sosial dari adopter potensialnya, sama halnya dengan meneliti sirkulasi darah tanpa mempunyai pengetahuan yang cukup tentang struktur pembuluh nadi dan arteri.

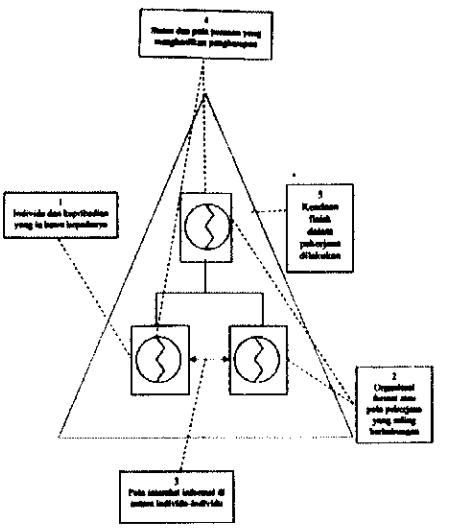
Penelitian yang dilakukan oleh Rogers dan Kincaid (1981) di Korea menunjukan bahwa adopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh karakteristik individu itu sendiri dan juga sistem social dimana individu tersebut berada. Norma adalah suatu pola prilaku yang dapat diterima oleh semua anggota sistem social yang berfungsi sebagai panduan atau standar bagi semua anggota sistem social. Sistem norma juga dapat menjadi faktor penghambat untuk menerima suatu ide baru. Hal ini sangat berhubungan dengan derajat kesesuaian *(compatibility)* inovasi denan nilai atau kepercayaan masyarakat dalam suatu sistem sosial. Jadi, derajat ketidak sesuaian suatu inovasi dengan kepercayaan atau nilai-nilai yang dianut oleh individu (sekelompok masyarakat) dalam suatu sistem sosial berpengaruh terhadap penerimaan suatu inovasi tersebut.

Opinion Leaders dapat dikatakan sebagai orang-orang berpengaruh, yaitu orang-orang tertentu yang mampu mempengaruhi sikap orang lain secara informal dalam suatu sistem sosial. Dalam kenyataannya, orang berpengaruh ini dapat menjadi pendukung inovasi atau sebaliknya, menjadi penentang. Ia (mereka) berperan sebagai model dimana prilakunya (baik mendukung atau menentan) diikuti oleh para penikutnya. Jadi, jelas disini bahwa orang berpengaruh *(opinion leaders)* memainkan peran dalam proses keputusan inovasi.

Agen perubah, adalah bentuk lain dari orang berpengaruh. Mereka sama-sama orang yang mampu mempengaruhi sikap orang lain untuk menerima suatu inovasi. Tapi, agen perubah lebih bersifat formal yang ditugaskan oleh suatu agen tertentu untuk mempengaruhi kliennya. Agen perubah adalah orang-orang professional yang telah mendapatkan pendidikan dan pelatihan tertentu untuk mempengaruhi kliennya. Dengan demikian, kemampuan dan keterampilan agen perubah berperan besar terhadap diterima atau ditolaknya inovasi tertentu. Sebagai contoh, lemahnya pengetahuan tentang karakteristik strukstur sosial, norma dan orang kunci dalam suatu sistem social (misal: suatu institusi pendidikan), memungkinkan ditolaknya suatu inovasi walaupun secara ilmiah inovasi tersebut terbukti lebih unggul dibandingkan dengan apa yang sedang berjalan saat itu.

Teori Sistem dan Penerapannya pada Organisasi

Masyarakat adalah sistem sosial yang dilihat secara total. Begitupun dengan organisasi adalah juga sistem sosial, bagian dari masyarakat secara makro. Scott (dalam Pace & Faules,1986;63) menyatakan bahwa satu-satunya cara bermakna untuk mempelajari organisasi adalah sebagai suatu sistem. Bagian-bagian penting organisasi sebagai sistem adalah individu dan kepribadian setiap orang dalam organisasi,struktur informal, pola interaksi yang informal,pola status dan peranan yang menimbulkan pengharapan-pengharapan dan lingkungan fisik pekerjaan.



Gambar 1. Bagian-bagian Suatu Sistem Organisasi

Perpustakaan UPN "Veteran" Jakarta

Bagian-bagian inilah yang merupakan konfigurasi yang disebut sistem organisasi. Semua bagian itu saling berhubungan dan berinteraksi antara yang satu dengan yang lainnya. Setiap bagian dihubungkan ke bagian-bagian lainnya Meskipun terdapat teori-teori lain tentang bagaimana bagian-bagian ini berhubungan, proses penghubung utama adalah komunikasi. Konsep sistem berfokus pada pengaturan bagian-bagian dan dinamika hubungan tersebut yang menumbuhkan kesatuan atau keseluruhan. Dinamika ini mencakup struktur, hubungan dan perilaku yang pelik.

Setiap pembahasan mengenai sistem yang menyangkut interdepedensi,suatu saling ketergantungan diantara komponen atau satuan-satuan suatu sistem. Pemahaman terhadap konsep interdepedensi ini merupakan bagian yang integral dari pendefinisian sistem dan teori sistem.

Jaringan Komunikasi dan Organisasi

Menurut Sosiolog Etzioni, Masyarakat kita adalah masyarakat organisasi. Kita dilahirkan dalam organisasi dan kebanyakan kita menghabiskan banyak kehidupan kita bekerja untuk organisasi. Organisasi dapat dipandang dari berbagai perspektif. Gareth Morgan menguraikan beberapa metafora .Namun apabila dikaitkan pada peranan komunitas dalam menjawab permasalahan diatas daftar metafora yang dikemukana Morgan yang lain adalah melalui jaringan komunikasi. Jaringan adalah struktur-struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi diantara individu-individu dan kelompok-kelompok. Sewaktu orang berkomunikasi dengan orang lain. Dibuatlah kontak-kontak dan hubungan dan saluran-saluran ini menjadi instrumental dalam semua bentuk fungsi sosial , dalam organisasi–organisasi dan di masyarakat secara luas.

Teori jaringan memberitahu kita tentang struktur dan fungsi-fungsi dari sebuah organisasi. Ia menunjuk pada alat untuk membangun realita sosial didalam organisasi, dengan mengagambarkan bahwa jaringan tidak hanya bersifat instrumental tetapi juga kultural.Disamping itu jaringan adalah saluran-saluran melalui mana pengaruh dan kekuasaan dijalankan tidak hanya oleh manajemen secara formal tetapi juga secara informal diantara anggota-anggota organisasi. Sebuah jaringan dapat dicirikan dengan tiga cara yaitu lingkup, fungsi dan struktur. Lingkup adalah tingkat analisis. Komunikasi individu, pasangan, kelompok organisasi atau antar organisasi. Individu berkomunikasi dengan individu lain dalam pasangan-pasanganberkumpul menjadi kelompok, dan kelompok–kelompok saling berkaitan satu sama lain dalam suatu jaringan keseluruhan. Hubungan–hubungan antar para anggota adalah mata rantai-mata rantai yang dicirikan oleh lima hal. Simetri adalah tingkatan sejauhmana orang berinteraksi atas dasar kesamaan. Dalam sebuha hubungan yang simetris para anggota memberi dan mengambil informasi secara relatif sama. Namun sebuah mata rantai yang asimetris berjalan satu arah dengan pengirim dan penerima informasi secara tunggal. Ciri lain dari mata rantai adalah kekuatan yang merupakan, yang emrupakan sebuah fungsi sederhana dari frekuensi interaksi. Anggota-anggota yang berkomunikasi lebih sering memiliki hubungan yang lebih kuat, sementara yang lebih jarang berkomunikasi mempunyai hubungan yang lemah. Ciri yang terakhir dari mata rantai adalah gaya atau cara berkomunikasi; tatap muka, pertemuan kelompok telpon dan sebagainya.

Para peneliti jaringan mendefiniskan kelompok menurut empat kriteria (1) Lebih dari setengah komunikasi para anggota terjadi di dalam kelompok; (2) Setiap orang harus berhubungan dengan semua orang lain di dalam kelompok; (3) kelompok itu akan bubar dengan keluarnya satu orang atau hancurnya satu mata rantai; (4) kelompok itu harus memiliki setidak-tidaknya struktur organisasi keseluruhan bergantung pada kelompok-kelompok yang berbeda dengan alasan–alasan yang berbeda-beda ada berbagai macam orang didalam organisasi.

Jaringan Komunikasi Informal

Menurut Pace & Faules (1998;199) bila anggota organisasi berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa memperhatikan posisi mereka dalam organisasi, pengarahan arus informasi bersifat pribadi, disebut jaringan komunikasi informal. Pengertian tersebut mengisyaratkan ada dua faktor dalam jaringan komunikasi informal, yaitu sifat hubungan atau format interaksi dan arah aliran informasi. Untuk sifat hubungan adalah hubungan pribadi yang termasuk hubungan antar persona.dan arah aliran informasi bersifat pribadi yang muncul dari interaksi diantara orang-orang dan mengalir ke seluru organisasi tanpa dapat diperkirakan, dikenal dengan desas desus (grapvine) atau kabar angin. Salah satu cara ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan. Goldbaher (1979) mendefinisikan organisasi sebagai sebuah jaringan hubungan yang saling tergnatung *(Pace & Faules; 1988;20)*. Bila sesuatu saling tergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi satu sama lain lainnya. Pola dan sifat hubungan dalam organisasi dapat ditentukan oleh struktur dan hubungan antar persona dimana individu-individu dalam organisasi bertindak di luar struktur atau

Perpustakaan UPN "Veteran" Jakarta

hubungan peranan sehingga menciptakan jalinan komunikasi informal.

PEMBAHASAN

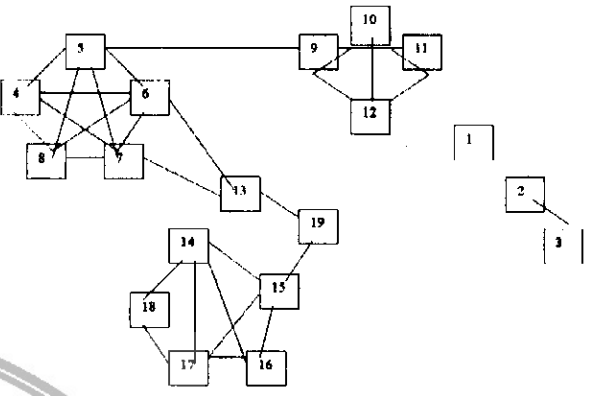
Penekanan pada tulisan ini disusun berdasarkan Teori *Diffusion Of Information And Influence* yang dikemukan oleh Everet Rogers, akan diaplikasikan pada solusi pembagian zakat yang aman yaitu dengan mengembangkan komunikasi interpersonal melalui jaringan komunikasi komunitas. Dua variable jaringan komunikasi yang penting; variabel pertama adalah tingkatan hubungan antara ketua kelompok, dan anggota komunitas lainnya, variabel kedua, tingkat tupang tindih antara jaringan komunikasi komunitas yang terbesar adalah pada desa yang dipimpinnya berbicara dengan banyak orang secara personal dan para anggota yang membicarakan diantara mereka sendiri. Yang perlu digaris bawahi dari uraian diatas adalah peranan kelompok masyarakat dalam kesatuan komunitas. Jadi peranan komunitas menjadi signifikan sebagai agen penyebaran informasi dan perubahan. Dua langkah terutama berkenaan dengan bagaimana individu menerima informasi dan meneruskannya kepada yang lainnya, sedangkan proses Difusi berkonsentrasi pada langkah terakhir dari adopsi atau penolakan informasi *(Rogers, 53,1995)*.

Menurut Rogers *Difusi Inovasi* sebagai proses sosial yang mengomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subyektif. Makna inovasi dengan demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial. Penyelidikan diarahkan pada masing-masing dari empat elemen utama Difusi: (1) Inovasi, (2) dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu (3) dari waktu ke waktu, dan (4) di antara anggota sistem sosial. Menurut teori *The Diffusion of Information and Influence* peranan *opinion leader* memegang peranan kunci. Sedangkan pembagian zakat yang aman melalui pola jaringan komunitas, dimana *opinion leader* berperan dalam penyebaran informasi dan pen dataan anggota masyarakat miskin.

Dewey berpendapat bahwa peran interaksi tatap muka dalam pembentukan komunitas tidak bisa digantikan. Ia mengamati bahwa komunitas, dalam pengertian yang paling mendalam harus selalu menyangkut hubungan tatap muka (1927, hlm. 211), dan ia menemukan bahwa komunitas lokal adalah yang paling signifikan di antara komunitas-komunitas lain.

Adapun jaringan komunikasi memberitahu kita tentang struktur dan fungsi-fungsi dari sebuah komunitas yaitu untuk membangun realita sosial didalam masyarakat, dengan menggambarkan bahwa jaringan tidak hanya bersifat instrumental tetapi juga kultural. Disamping itu jaringan adalah saluran-saluran melalui mana pengaruh dan kekuasaan dijalankan tidak haya secara formal tetapi juga secara informal diantara anggota-anggota komunitas.

ILUSTRASI PERAN-PERAN JARINGAN KOMUNIKASI



Gambar 2. Ilustrasi Peran-peran Jaringan Komunikasi

Dengan demikian struktur masyarakat akan menjadi faktor kunci dalam meninjau kapasitas dan potensi komunitas. Jelas bahwa semakin beragamnya *(heterogen)* struktur masyarakat semakin banyak pula kepentingan komunitas yang harus diakomodasi dalam sebuah proses pembangunan. Berkaitan dengan hal tersebut diatas, tulisan ini diharapkan, akan mengaplikasikan pendapat Dewey, yaitu perilaku komunitas dapat mengatasi problem pembagian zakat.

SIMPULAN

Pemberdayaan pola komunikasi komunitas dalam mengatasi cara pembagian zakat yang aman tujuannya adalah tercapainya suatu pemahaman bersama *(mutual understanding)* antara pihak yang membagikan zakat dan kaum miskin yang tergabung dalam komunitas melalui saluran komunikasi tertentu. Peranan *Opinion Leaders* dapat dikatakan sebagai orang-orang berpengaruh, yaitu orang-orang tertentu yang mampu mempengaruhi sikap orang lain secara informal dalam suatu sistem sosial. Dalam kenyataannya, orang berpengaruh ini dapat menjadi pendukung inovasi atau sebaliknya, menjadi penentang. Ia (mereka) berperan sebagai model dimana prilakunya (baik mendukung atau menentan) diikuti oleh para pengikutnya. Jadi, jelas disini bahwa orang berpengaruh *(opinion leaders)*

Perpustakaan UPN "Veteran" Jakarta

memainkan peran dalam proses keputusan cara pembagian zakat yang aman didalam komunitasnya serta pendataan kaum miskin yang tergabung dalam anggotanya. Dalam hal ini *opinion leader* berfungsi sebagai agen perubah, yaitu bentuk lain dari orang berpengaruh.

Melalui jaringan komunikasi hubungan–hubungan antar para anggota adalah mata rantai-mata rantai yang dicirikan oleh hubunga Simetri yaitu tingkatan sejauhmana orang berinteraksi atas dasar kesamaan. Dalam sebuah hubungan yang simetris para anggota memberi dan mengambil informasi secara relatif sama. Namun sebuah mata rantai yang asimetris berjalan satu arah dengan pengirim dan penerima informasi secara tunggal. Ciri lain dari mata rantai adalah kekuatan yang merupakan , yang emrupakan sebuah fungsi sederhana dari frekuensi interaksi. Anggota-anggota yang berkomunikasi lebih sering memiliki hubungan yang lebih kuat, sementara yang lebih jarang berkomunikasi mempunyai hubungan yang lemah.

DAFTAR PUSTAKA

Arni, Muhamad, 2005, *Komunikasi Organisasi,* Bumi Aksara Jakarta.

Iriabtara, Yosal, 2004, *Community Relations (Konsep dan Aplikasi),* Simbiosa Rekatama Media, Bandung.

Rogers, Everett, M., 1983, *Diffussion of Innovation,* Canada: The Free Press of Macmillan Publishing Co.

Rudito, Bambang, 2008, *Social Maping (Tehnik Memahami Suatu Masyarakat atau Komunity),* Rekayasa Sains Bandung.

Plomp, Tjeerd & Donald P. Ely, 1996, *International Encyclopedia of Educational Technology,* Cam-bridge, UK: Elsevier Science Ltd.

Perpustakaan UPN "Veteran" Jakarta