

PERAN KELOMPOK RUJUKAN DALAM MENINGKATKAN POPULARITAS MUBALIGH

Uwes Fatoni

Komunikasi dan penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Email: kanguwes@uinsgd.ac.id,

Asep Mugni

Komunikasi dan penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Email: mughni.kakkoi@gmail

Abstrak

Penelitian ini mempelajari tentang bagaimana kelompok rujukan (*reference group*) dapat meningkatkan popularitas Dr. K.H. Abdul Hamid sebagai seorang mubaligh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah Abdul Hamid sendiri, beberapa anggota majelis ta'lim yang sering mendengarkan dakwah Abdul Hamid dan rekan-rekan yang sering menemani Abdul Hamid dalam aktifitas dakwahnya. Data kualitatif primer diambil secara langsung menggunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan data. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kelompok rujukan dalam meningkatkan popularitas Dr. KH Abdul Hamid. Teori yang digunakan adalah teori kelompok menurut Lazasfeld, Berelson, dan Gaudet. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa kelompok rujukan terbukti efektif dalam meningkatkan popularitas seseorang. Dimana jika popularitas yang dibangun positif maka akan meningkatkan popularitas positif. Begitupun sebaliknya.

Kata kunci : Da'i, Kelompok Rujukan, Popularitas.

Abstract

This research is studying about how a reference group can increase a popularity of Dr. K.H. Abdul Hamid as a Mubaligh. This research uses a qualitative method. Informant in this study were Abdul Hamid himself, some a member of majelis ta'lim which is often listen to da'wah of Abdul Hamid, and His friends who often accompany Abdul Hamid in his da'wah activities. Primary qualitative data retrieved directly using indepth interviews to obtain data. The purpose of this study is how the reference group capable to develop a popularity of Abdul Hamid. The theory uses a group theory by Lazasfeld, Berelson, and Gaudet. Conculation of this research are the reference group proven effective in develop a popularity of person. If it's positiv will be positive. And if it's negative will be negative too.

Keyword : Da'i, Reference Group, Popularity

A. PENDAHULUAN

Memiliki *personal branding* sangatlah penting dalam menunjang kesuksesan seorang individu. Setiap orang pastinya ingin memiliki *personal branding* yang bagus. Baik itu kalangan artis, pengusaha, dosen, sampai kalangan pendakwah atau da'i.

Personal branding seorang da'i dapat menentukan bagaimana seseorang atau sekelompok orang yang menjadi komunikan/*mad'u/muztami* (yang menerima pesan dakwah) menjadi terpengaruh dan percaya akan pesan yang disampaikan seorang komunikator/da'i. Sehingga akan menambah keefektivan dalam berdakwah. Seseorang da'i dengan *personal branding* yang bagus, tidak perlu bersusah payah dalam mempengaruhi *mad'u nya*. Karena pada awalnya mereka sudah menanam dalam hati dan pikirannya akan kepercayaan terhadap apa yang disampaikan da'i tersebut adalah kebenaran. Sehingga pada akhirnya *personal branding* tersebut dapat meningkatkan popularitas seorang da'i.

Untuk membentuk *personal branding* dan populaitas yang bagus, maka dipelukan faktor selain dari apa yang dicerminkan oleh perilaku da'i tersebut. Faktor tersebut salah satunya adalah kelompok rujukan. Seperti yang kita ketahui kelompok rujukan dapat digunakan sebagai alat ukur (standar) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap. Jika apa yang didapat dari kelompok rujukan adalah hal yang positif, maka hal itu akan meberikan citra positif kepada sorang da'i sehingga banyak orang yang menjadikannya sebagai teladan dalam bersikap dan apa yang dibicarakannya akan didengar. Begitupula sebaliknya, jika apa yang didapat dari kelompok rujukan adalah hal yang negative. Maka, akan terjadi hal yang sebaliknya.

Dalam penelitian ini akan mempelajari bagaimana kelompok rujukan tersebut dapat meningkatkan popularitas seorang da'i. adapun da'i yang dijadikan sebagai objek penelitian ini adalah Dr. KH Abdul Hamid. Sebagaimana kita ketahui bahwa beliau adalah seorang mubaligh/da'i yang sudah memiliki banyak jam terbang di tingkat regional maupun nasional. Beliau terkenal dengan pembawaannya yang humoris, ringan, namun tetap memiliki pesan keagamaan dalam dakwahnya.

Penelitian sebelumnya yang membahas mengenai kelompok rujukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Suratna dan Didik Indarwanta, dengan judul jurnal “ Pengaruh kelompok rujukan terhadap motivasi pengusaha UMKM untuk mengembangkan usaha”.

Hasil dari penelitian dalam jurnal tersebut adalah kelompok rujukan sangat berpengaruh banyak sekali terhadap anggotanya maupun lingkungan. (Suranto dan Indarwanta, 2012). Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Suratna dan Indarwanta dengan penelitian ini tentang kelompok rujukan yaitu terdapat dalam objek penelitian dan teori yang digunakan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor (dalam Moleong, 2000 : 3) penelitian kualitatif merupakan prosedur meneliti yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga pendekatan kualitatif ini berfungsi untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif-konstruktif. Informan dalam penelitian ini adalah Abdul Hamid sendiri, beberapa anggota majelis ta'lim yang sering mendengarkan dakwah Abdul Hamid dan rekan-rekan yang sering menemani Abdul Hamid dalam aktifitas dakwahnya, serta temannya yang sama-sama seorang mubaligh. Data kualitatif primer diambil secara langsung menggunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilakukan, dengan terlebih dahulu dilakukan klasifikasi, diversifikasi, dan diinterpretasikan. Miles dan Huberman dalam H.B Sutopo (2002) mengungkapkan 4 komponen produk dalam menyusun penelitian yang bersifat kualitatif untuk menampilkan data yang tidak beraturan menjadi bentuk laporan yang unik, menarik, bermakna secara berurutan dan logis, yaitu : pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kelompok rujukan dalam meningkatkan popularitas Dr. KH Abdul Hamid. Sehingga penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi khasanah keilmuan komunikasi tentang kelompok rujukan.

B. Tinjauan Teoritis

1. Kelompok Rujukan

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulayana, 2005). Kelompok dapat didefinisikan sebagai dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai

sasaran perorangan maupun bersama. Kadang-kadang kelompok digolongkan berdasarkan status keanggotaan

Jenis-jenis kelompok menurut Lazasfeld, Berelson, dan Gaudet ada tiga. Pertama, kelompok primer (*primary group*) adalah suatu kelompok yang terdiri dari (dua orang atau lebih) melibatkan perkumpulan yang anggotanya bertemu langsung dengan akrab dalam jangka waktu yang lama. Kedua, kelompok acuan/rujukan (*reference group*) yaitu suatu kelompok yang dikenali dan digunakan sebagai standar acuan namun tidak mesti dimiliki. Ketiga, kelompok kausal (*causal group*) yaitu suatu kelompok yang terbentuk satu kali saja. Anggota kelompok tersebut tidak saling mengenali satu sama lainnya sebelum mereka berkumpul.

Kelompok referensi bertindak sebagai kerangka acuan yang orang selalu merujuk untuk mengevaluasi prestasi mereka, kinerja peran mereka, aspirasi dan ambisi. Kelompok referensi dapat berupa dari kelompok keanggotaan atau non keanggotaan kelompok.

Menurut Apriani (2015) kelompok rujukan atau yang kerap disebut sebagai kelompok referensi merupakan kelompok yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang baik langsung ataupun tidak langsung. Kelompok referensi ini berguna sebagai referensi seseorang dalam pengambilan keputusan sebagai dasar perbandingan seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum.

Kelompok referensi dinilai sangat kuat dalam mempengaruhi individu, hal ini dikarenakan adanya pengakuan kelompok tersebut terhadap individu yang ada didalamnya. Didalam kelompok acuan, yang termasuk dalam kelompok ini bisa saja keluarga, teman, dimana keluarga merupakan kelompok primer dan teman merupakan suatu kelompok kecil. Hubungan pertemanan yang akrab kecenderungannya dapat menyebabkan seseorang mengambil suatu keputusan yang didasarkan atas keputusan teman-teman lainnya.

Kelompok rujukan sering sekali digunakan sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon terhadap sesuatu, baik yang dimanifestasikan dalam tindakan maupun yang masih berupa kesadaran. Kelompok rujukan dapat memberikan standar nilai dalam mempengaruhi seseorang. Kelompok rujukan dapat mempengaruhi keputusan seseorang melalui membuat keputusan secara bersama-sama bersama kelompoknya (Yuliati,dkk, 2012:167).

Kelompok rujukan sangat berpengaruh dalam manusia menentukan suatu pilihan ataupun keputusan. Jika dalam hal ini adalah bagaimana kelompok rujukan dapat meningkatkan suatu popularitas bagi para da'i agar da'i atau muballigh dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Menurut Kotler dan Keller sebagaimana yang dikutip oleh Budiyanto, faktor sosial seperti kelompok rujukan atau kelompok rujukan ini, kelompok yang melibatkan satu orang lebih orang yang dijadikan sebagai dasar pembandingan atau titik referensi dalam membentuk tanggapan afeksi dan kognisi serta menyatakan perilaku seseorang seseorang (Budiyanto, 2014:364).

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Dubiyanto (2014) bahwa kelompok rujukan ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu kelompok rujukan normatif dan kelompok rujukan komparatif. Adapun kelompok rujukan normatif adalah kelompok yang terdiri dari keluarga, rekan kerja, teman, yang memberikan seorang individu norma, nilai dan sikap melalui interaksi langsung. Sedangkan kelompok rujukan normatif adalah kelompok yang terdiri dari figure idola yang dapat memberikan standar prestasi yang menginspirasi dan diakui oleh seorang individu.

Dalam proses pengambilan keputusan, kelompok rujukan sangat berperan bahkan hampir diseluruh proses pengambilan keputusan. Hal ini dapat dijelaskan dalam salah satu tahapnya, yaitu mencari informasi. Para individu mencari informasi langsung tentang apa yang dibutuhkannya. Sumber-sumber informasi yang dapat dicari melalui, pribadi, komersial, publik, dan eksperimental dan sumber yang paling mempengaruhi individu atau masyarakat adalah dari pribadi, yakni bisa berupa keluarga, teman, tetangga, rekan kerja, atau yang lainnya.

Maka dinilai sangat penting dalam kelompok rujukan dalam meningkatkan popularitas bagi para da'i ataupun muballigh, karena kelompok rujukan ini memiliki peranan yang begitu penting bagi meningkatkan popularitas seseorang. Terlebih pada kelompok acuan normatif dan komperatif sama-sama memiliki efektifitas individu atau masyarakat dalam menentukan pilihannya untuk memilih dan meningkatkan popularitas bagi da'i.

Sedangkan menurut Engel,dkk sebagaimana yang dikutip oleh Nisa (2014), kelompok rujukan memberikan standar (norma) dan nilai yang dapat menjadi perspektif penentu

mengenai bagaimana seseorang berfikir ataupun berperilaku.

Pada awalnya kelompok acuan dibatasi secara sempit dan hanya mencakup kelompok-kelompok dengan siapa individu berinteraksi secara langsung. Tetapi konsep ini secara berangsur-angsur diperluas mencakup pengaruh perorangan atau kelompok secara langsung ataupun tidak.

Menurut Engel,dkk sebagaimana yang dikutip oleh Nisa menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator yang menunjukkan kapabilitas dari kelompok acuan, antara lain adalah: 1) pengetahuan kelompok rujukan; 2) kredibilitas dari kelompok rujukan; 3) pengalaman dari kelompok rujukan; 4) keaktifan kelompok rujukan; 5) daya tarik kelompok acuan.

Kelompok rujukan merupakan individu yang memiliki acuan kepada individu atau kelompok sehingga mampu mengarahkan mereka kepada suatu sikap tertentu. Kelompok inilah yang menduga perspektif atau nilai yang digunakan oleh suatu individu sebagai dasar untuk menentukan sikap (Shridhar, 2010:33).

Intensitas komunikasi dalam kelompok rujukan dapat menciptakan suatu komunikasi yang intens didalam kelompok tersebut. Intensitas komunikasi dapat berpengaruh terhadap tingkat keterbukaan individu dalam proses komunikasi.

Menurut Rahmat sebagaimana yang dikutip oleh Apriani (2015) bahwa kelompok rujukan sebagaimana kelompok yang digunakan sebagai alat ukur untuk membentuk sikap. Jika seseorang membentuk kelompok tersebut sebagai teladan sebagaimana seharusnya bersikap, kelompok itu menjadikan kelompok rujukan positif, dan jika seseorang menggunakan teladan sebagaimana seharusnya bersikap, kelompok itu menjadi acuan kelompok negatif. Intensitas komunikasi dengan kelompok referensi atau kelompok rujukan dapat dilihat secara kuantitas maupun kualitas.

Dari segi kuantitas dalam intensitas komunikasi, kuantitas dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dalam bertemu dan berinteraksi dengan kelompok pertemannya dan keluarganya. Sedangkan kualitas dapat dinilai dari keteraturan dalam komunikasi, keluasan pesan, kedalaman pesan ketika berkomunikasi dengan kelompok pertemanan dan keluarga. Sehingga intensitas komunikasi kelompok referensi ini memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan.

2. Popularitas

Popularitas berarti ketenaran (Partanto,2001:601). Popularitas berasal dari kata populer, artinya dikenal dan disukai orang banyak (Poerwadarminta, 2006: 907). Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia popularitas berarti ketenaran yang dimiliki seseorang (Poerwadarminta, 2006:769). Popularitas mempunyai arti yang sama dengan familiarity. Familiarity artinya sering terlihat atau sudah terkenal. Prinsip familiarity dicerminkan dalam peribahasa Indonesia, “Kalau tak kenal, maka tak sayang”. Dalam buku Ilmu Komunikasi terdapat kalimat yang mengatakan “He doesn’t communicate what he says, he communicates what he is”. Artinya ia (komunikator) tidak dapat menyuruh pendengar hanya memperhatikan apa yang ia katakan namun pendengar juga akan memperhatikan siapa yang mengatakan (Riswandi, 2009:129). Robert B. Zajonc (1968) telah melakukan penelitian dengan cara memperlihatkan foto-foto wajah pada subjek-subjek eskperimennya. Ia menemukan bahwa makin sering subjek melihat wajah tertentu, ia makin menyukainya.

Rahmat menjelaskan bahwa orang yang paling disenangi orang lain adalah orang memiliki kemampuan tinggi tetapi menunjukkan beberapa kelemahan. Dalam penelitiannya ini ia menciptakan empat kondisi eksperimental yaitu: (1) Orang yang mempunyai kemampuan tinggi dan berbuat salah; (2) Berkemampuan tinggi namun tidak berbuat salah; (3) orang yang memiliki kemampuan rata-rata dan berbuat salah; dan (4) orang yang berkemampuan rata-rata dan tidak berbuat salah (Rahmat, 2012:117).

Berdasarkan pemaparan tersebut didapatkan hasil bahwa orang golongan pertama lebih menarik dan orang golongan ketiga adalah orang yang paling tidak menarik. Dapat disimpulkan bahwa golongan orang-orang yang lebih diminati orang lain adalah orang-orang yang memiliki kemampuan tinggi namun tetap memiliki kesalahan.

Dalam proses dakwah seorang da’i merupakan komunikator yang sangat berpengaruh untuk mengajak mad’unya dalam kebaikan dan menuju jalan kebenaran. Maka seorang da’i harus memiliki kesan ataupun *branding* yang baik dimata mad’unya. Bagaimanapun da’i merupakan seseorang yang harus mampu mewarisi nilai-nilai nubuwwah dalam dakwahnya. Jika kita mengingat sirah nabawiyah bagaimana Rasulullah merupakan seorang da’i yang memipiliki popolaritas pada masanya, bagaimana tidak, Rasulullah mampu mengajak ummat yang tidak mau menyembah Allah menjadi ummat yang percaya bahwa Allah merupakan

satu-satunya Tuhan pencipta alam semesta dan seluruh apapun yang ada dimuka bumi. Selain itu, Rasulullah juga memiliki sikap yang santun, lemah lembut, jujur, dapat dipercaya, dan juga cerdas. Tidak hanya itu, Rasulullah mewarisi ilmu kepada ummatnya agar ummatnya selalu berada dijalan Allah. Jadi sudah selayaknya para penyeru agama atau da'i mampu menjadikan Rasulullah sebagai uswatun hasanah tidak hanya dalam kehidupan bahkan dalam bagaimana cara rasul berdakwah (Malik, 2015:29).

Da'i merupakan seorang yang menyampaikan pesan-pesan tentang mengajak ummat manusia kepada jalan Allah dengan tujuan mewujudkan kebahagiaan dunia dan akhirat. Proses dakwah yang dalam hal ini disampaikan oleh seorang da'i, didalam Al-Qur'an bertujuan untuk menghubungkan jalan antara manusia dengan Rabb-Nya (Yusuf, 2015:57).

Dakwah yang dilakukan oleh da'i adalah kegiatan yang bersifat menyeru orang untuk beriman kepada Allah. Aktifitas dakwah atau berdakwah dalam perspektif agama Islam menduduki posisi yang utama, sentral dan sangat strategis (Efferi, 2013:92).

Menurut Ahmad (2014), agar perjalanan dakwah tidak mengalami suatu hambatan, dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i harus memiliki karakteristik seperti: 1) Rabbaniyah atau bernuansa ketuhanan; 2) Wasatiyah, seimbang dan tidak berlebih-lebihan; 3) Syumuiliah, utuh dan menyeluruh atau komprehensif; 4) Mu'asirah atau modern, artinya dakwah harus mengikuti perkembangan zaman, jika tidak maka dakwah akan ditinggalkan oleh peminatnya; 5) Waqi'iyah, realistic dalam memperlakukan masyarakat dan individu; 6) Ilmiah, dakwah harus berlandaskan ilmu pengetahuan; 7) Inqilabiyah, dalam dakwah harus terjadi perubahan secara menyeluruh dan total, artinya tidak setengah-setengah; 8) Al-mana'atun al-Islamiyah, artinya mempunyai imunitas keislaman, hal ini penting bagi dakwah, karena Imunitas keislaman merupakan benteng dalam dakwah yang dilakukan oleh komunikator dakwah atau da'i, dan tingkat pertahanan dakwah ditentukan oleh sebesar apa imunitas yang dimiliki oleh para penyeru dakwah.

Da'i dan popularitasnya terkadang seperti satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Popularitas da'i adalah suatu nama ketenaran yang melekat pada diri seorang juru dakwah yang umumnya disenangi oleh khalayak atau mad'u. Menurut Jamaludin Ancok dan Fuad Nashori (1995:40-41) menjelaskan bahwa komunikator yang dapat menarik pendengar dan mengubah sikap pendengar ke arah yang dikehendaki ajaran Islam adalah komunikator yang

memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 1) Jujur dan dapat dipercaya (trustworthy). Sifat ini sangat menentukan apakah pendengar akan mematuhi atau tidak terhadap apa yang disampaikan. Indikasi dari sifat ini yaitu adanya kesesuaian apa yang dikatakan dengan apa yang diperbuat (2009:40). 2) Memiliki keahlian di bidang yang disampaikan (expertise). Expertise adalah pengetahuan yang luas tentang apa yang didakwahkan. Semakin paham komunikator terhadap sesuatu maka orang-orang akan semakin percaya terhadap apa yang disampaikan (2009:41).

Selain kedua hal tersebut secara teoritik ada hal-hal lain yang mempengaruhi komunikator yaitu; popularitas, rupa dan penampilan yang menarik. (Ancok & Suroso, 2009:42). Tokoh yang memiliki popularitas memang akan mampu menarik perhatian khalayak ramai. Mereka akan lebih sukses sebagai juru dakwah dibandingkan dengan orang yang tidak populer. Akan lebih baik jika seorang da'i berusaha memiliki keahlian untuk mendukung popularitas. Da'i yang populer menjadi faktor penentu proses kegiatan dakwah yang bemutu. Untuk menjadi populer seorang da'i harus mampu menemukan jati diri dan mengaktualkan diri.

Dalam komunikasi menjelaskan bahwa seorang komunikator atau da'i mudah mempengaruhi komunikan atau mad'u apabila da'i atau komunikator memperhatikan ethos yang harus dimilikinya. Etos komunikator adalah nilai dari seseorang yang merupakan paduan dari "kognisi", "afeksi", dan "konasi". Kognisi adalah proses memahami yang bersangkutan dengan pemikiran. Afeksi adalah perasaan yang ditimbulkan oleh perangsang dari luar. Konasi adalah aspek psikologi yang berkaitan dengan upaya dan perjuangan.

Popularitas da'i dalam dakwah terbentuk juga dari penampilan da'i yang menarik. Menurut Mangunhardjana (1986:10) mengatakan keseluruhan penampilan dalam komunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal. Diantaranya yaitu sebagai berikut: 1) Kesan Pertama, kedalaman Kesan pertama dalam komunikasi diakibatkan oleh pakaian, suara, sapaan kepada pendengar. Kesan pertama menjadi awal hubungan yang baik dan komunikasi lancar; 2) Kedalaman Pengetahuan, pengetahuan yang mendalam dan keahlian dalam berbagai bidang membawa efek pada penampilan dan membuat diri seseorang diterima dihadapan orang lain. kedalaman pengetahuan akan menjadikan orang lebih dihargai orang lain; 3) Keluasan Pengetahuan, keluasan pengetahuan menyangkut ilmu, informasi dan kecakapan

seseorang untuk berbicara dengan orang lain tentang hal-hal di luar keahlian dan bidang yang sesuai dengan bidang kerjanya; 4) Keluwesan, keluwesan atau fleksibilitas adalah kesediaan dan kecakapan seseorang untuk menyesuaikan perilaku dengan orang lain sehingga mampu berhubungan dan bergaul baik dengan orang lain; 5) Ketulusan, ketulusan merupakan suatu sikap untuk tidak menyembunyikan kebohongan kepada orang lain. Kredibilitas da'i menjadi faktor pendukung popularitas da'i.

Popularitas da'i dideskripsi-teoritkan dengan teori belajar untuk mengetahui sejauh mana penilaian mad'u terhadap popularitas da'i. Dalam komunikasi popularitas da'i sama artinya dengan popularitas komunikator. Popularitas komunikator dapat dilihat dari kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan yang dimilikinya (Riswandi, 2009:130).

Kredibiitas adalah seperangkat persepsi komunikate tentang sifat-sifat komunikator. Dari definisi ini terkandung dua hal, yaitu: pertama, kredibilitas adalah persepsi komunikate, jadi tidak inheren dalam diri komunikator. Kedua, kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator (Riswandi, 2009:132). Adapun Komponen-komponen kredibilitas yang diterangkan Riswandi (2009:134) adalah sebagai berikut: 1) Keahlian, keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan; 2) Kepercayaan, adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Apakahh kounikatr dinilai jujur, tulus, bermoral, sopan dan etis.

Koehler, Annatol, dan Appelbaum dalam Riswandi (2009:134-135) menyebutkan ada empat komponen yang mendukung kredibilitas komunikator sebagai berikut: 1) Dinamisme, dinamisme umumnya berkaitan dengan cara orang berkomunikasi. Komunikator memiliki dinamisme bila ia dipandang bergairah, bersemangat, aktif, tegas dan berani; 2) Sosiabilitas, adalah kesan komunikate tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul; 3) Koorientasi, koorientasi merupakan kesan komunikate terhadap komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok orang yang kita senangi, yang mewakili niali-nilai kita; 4) Karisma, karisma digunakan untuk menunjukkan sifat luar biasa yang dimiliki komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikate seperti magnet yang menarik benda-benda di sekitarnya.

Menurut Riswandi (2009:135) menjelaskan faktor-faktor situasional yang mempengaruhi atraksi interpersonal seperti daya tarik fisik, ganjaran, kemampuan dan dan

kesamaan. Kekuasaan adalah kemampuan yang menimbulkan ketundukan. Kekuasaan menyebabkan seorang komunikator dapat memaksakan kehendaknya kepada orang lain, karena ia memiliki sumber daya yang penting. Daya tarik komunikator ditentukan oleh derajat kemampuan untuk memberikan keyakinan secara selaras dengan rasio dan jalan pikiran komunikan (Shoelhi, 2009:64). Homans (1982) menyatakan bahwa seorang pemimpin atau da'i memperoleh fungsi pengaruhnya dengan jalan menunjukkan baktinya yang sedikit namun tetap bernilai bagi masyarakat (Shoelhi, 2009:71).

C. Hasil Dan Pembahasan

1. Latar Belakang Dr. K.H Abdul Hamid M.Ag.

Nama lengkapnya adalah Dr. K.H. Abdul Hamid M.ag. ia lahir pada tanggal 01 Juli 1951 di Garut. Beliau berasal dari daerah Garut. Beliau telah pun berkahwin dan mendapat 6 orang anak serta 4 orang cucu. Beliau juga telah digelar sebagai kiyai dan dipandang sebagai salah seorang penceramah dan memiliki reputasi baik di kalangan masyarakat di Indonesia. Kontribusinya dalam bidang pendidikan terbukti dari usahanya menjadi dosen di salah sebuah universitas yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Gunung DJati Bandung sebagai dosen Syariah.

Sebagai seorang yang berpikiran progresif, Abdul Hamid percaya bahwa pendidikan adalah merupakan agen perubahan. Hal ini boleh dibuktikan bahwa beliau telah menerbitkan banyak buku sebagai rujukan dan panduan semua lapisan masyarakat.

Beliau sangat berminat dalam bidang syariah dan tafsir. Untuk mewujudkan cita-citanya, ia mendalami studi tafsir. Hasilnya beliau telah menerbitkan banyak buku-buku. Antaranya adalah, "ilmu Tafsir", "Ulum Al-Quran", "Tafsir Al-Ahkam", "Ilmu Akhlak", "Pemikiran Dalam Islam" dan banyak lagi.

Di samping kegiatan tersebut di atas, Abdul Hamid juga dikenal sebagai penulis dan penceramah yang handal. Berdasar pada latar belakang keilmuan yang kokoh yang ia tempuh melalui pendidikan formal serta ditopang oleh kemampuannya menyampaikan pendapat dan gagasan dengan bahasa yang sederhana, tetapi lugas, rasional, dan kecenderungan pemikiran yang moderat, ia tampil sebagai penceramah dan penulis yang bisa diterima oleh semua lapisan masyarakat. Kegiatan ceramah ini ia lakukan di sejumlah masjid, sekolah, kantor,

pesentren dan banyak lagi. Beliau seorang penceramah yang sangat digemari juga dengan kelebihan yang dimiliki oleh beliau.

Abdul Hamid banyak menekankan perlunya memahami Islam bukan semata-mata terpaku pada makna tekstual agar pesan-pesan yang disampaikan dapat difungsikan dalam kehidupan nyata. Sewaktu mengajar beliau juga banyak memotivasi mahasiswanya, sesuai dengan matakuliah yang diajar agar berani menafsirkan al-Quran, tetapi dengan tetap berpegang ketat pada kaidah-kaidah tafsir yang sudah dipandang baku. Menurutnya, penafsiran terhadap al-Qur'an tidak akan pernah berakhir.

Hasil penelitian didapat berdasarkan wawancara mendalam (*indepth interviews*) dari beberapa informan sebagai berikut ;

No	Nama Informan	Posisi dalam Penelitian
1	Abdul Hamid	Subjek Penelitian
2	Wahyudin	Informan, sebagai orang yang menerima informasi tentang beliau dari pemuka pendapat
3	Asep Muhamad Budrik	Informan, sebagai orang yang menerima informasi tentang beliau dari pemuka pendapat
4	Yudi Guntara	Informan, sebagai orang yang sering mendengarkan subjek dalam berdakwah dan sering menyarankan kepada beberapa majelis lain
5	Asep Rizal K	Informan, sebagai orang yang sering mendengarkan dan menemani subjek dalam berdakwah dan sering menyarankan kepada beberapa majelis lain

Dari berbagai informan diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi kelompok rujukan Abdul Hamid adalah Islam (seperti Kelompok NU). Berlandaskan hidup pada Q.S. Al-Mujadalah ayat 11 yang artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, ‘Berilah kelapangan di majelis-majelis,’ maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, ‘Berdirilah kamu,’ maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu

dan orang-rang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan”.

Abdul Hamid menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan untuk mengukur dan menilai statusnya sebagai seorang manusia, apa yang harus dilakukan dan dicapai, serta makna apa yang harus dia berikan untuk lingkungan masyarakat khususnya umumnya untuk negara. Selain islam Abdul Hamid menjadikan tempatnya dalam menempa pendidikan dan akhlak yaitu selama dipesantren dan kuliahnya sebagai rujukan dalam bagaimana metode dakwah yang harus di bawakan.

Profesinya sebagai seorang mubaligh pun tidak terlepas dari profesinya sebagai seorang dosen di kampus tempat almamaternya dahulu. Selama kurang lebih 37 tahun menjadi dosen di Fakultas Syariah dan Hukum (FSH) serta di pasca sarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung, membuatnya mengerti jika kebutuhan dakwah saat ini adalah membawakannya dengan sederhana dan humoris.

Pembawaan dakwah tersebut dia praktikan dalam kegiatannya mengajar. Dengan harapan apa yang disampaikan dapat mudah dicerna dan diamalkan. Karena bagi Abdul Hamid pendidikan tidak hanya sebagai proses mentransfer ilmu, melainkan sebagai kecerdasan ibadah dan akhlaqul karimah juga. Berusaha menjadikan mahasiswanya memiliki akhlaq yang baik dengan cara merangkul dan menasehatinya secara lemah lembut, merupakan apa yang dia dapat dalam kelompok rujukannya.

Beberapa informan pun yaitu Wahyudin, Budrik, Yudi, dan Asep setuju dengan cara pembawaan Abdul Hamid yang sederhana dan humoris. Mereka merasakan jika pembawaan dakwah Abdul Hamid dapat mudah dimengerti, menyenangkan untuk disimak, ringan untuk dipahami, serta banyak akan makna dengan pembawaan dakwah seperti itu. Budrik memaparkan jika “anak-anak, pemuda, maupun orangtua sekalipun pasti suka dengan dakwah komedia atau dakwah yang dibawakan dengan bumbu-bumbu humoris. lihat saja, jarang orang mau menghadiri suatu majelis dua kali jika pembawaannya biasa-biasa saja malah membuat kantuk datang. Zaman sekarang itu orang-orang mencari pendakwah seperti ustadz Jujun Junaedi, Hanan Attaki, Evi effendi, karena pembawaan mereka menyenangkan sama seperti Pak Abdul Hamid”.

Selain itu sifat Abdul Hamid yang tetap sederhana juga membuat banyak orang semakin segan akan kharismanya. Wahyudin salah satu mahasiswanya memaparkan jika dia jarang sekali bahkan hampir tidak pernah melihat Abdul Hamid menggunakan kendaraan untuk berangkat ke kampus. Wahyudin berpendapat jika sifat sederhananya itu didapat semasa Abdul Hamid menempa pendidikan di tempat pesantrennya dulu sebagai kelompok rujukan. Sifat sederhana lainnya yaitu tercermin pada kegiatan rutin Abdul Hamid di sebuah surau yang berukuran 4x4 meter dan berjarak 3 meter dari rumahnya. Minimal satu minggu sekali Abdul Hamid selalu shalat berjamaah dan mengisi ceramah di surau tersebut. Menurutnya, ceramah itu jangan bangga dengan banyak orang, jangan kecewa dengan sedikit. Yudi pernah mengundang Abdul Hamid dalam beberapa kegiatan pengajian maupun perayaan hari besar Islam. Menurutnya, Abdul Hamid pernah mengisi pengajian dan belum ada satupun jamaahnya yang datang. Tapi ia tetap menunggunya.

Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa banyak kelompok yang menjadi rujukan bagi Abdul Hamid. kelompok rujukan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kelompok yang didasarkan pada prinsip bahwa orang mengambil standar orang lain yang signifikan sebagai dasar untuk membuat diri penilaian, perbandingan, dan pilihan tentang kebutuhan dan penggunaan informasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa kelompok rujukan mempunyai fungsi: Pertama mereka memberikan informasi kepada individu, dengan informasi yang diberikan akan membantu individu untuk beradaptasi dengan semua perubahan yang terjadi di masyarakat. Serta memperbaharui informasi yang dimiliki. Kedua, kelompok referensi menyediakan sarana perbandingan dalam setiap aspek, baik itu kepribadian atau metode atau apa pun dan segala sesuatu yang lain. Fungsi terakhir dari kelompok rujukan, mereka sebagai tolak ukur dari capaian hasil. Dengan demikian kelompok reference atau kelompok rujukan tersebut berperan sebagaimana mestinya.

2. Peran Kelompok Rujukan dalam Meningkatkan Popularitas Dr. K. H. Abdul Hamid, M.Ag.

Sejak menjadi seorang santri disalah satu pondok pesantren Cipari Garut, Abdul Hamid sering menjadi kepercayaan para ustad untuk mengisi ceramah/dakwah dalam berbagai kegiatan keagamaan di lingkungan masyarakat. Ia (Abdul Hamid) sadar betul akan

bagaimana menjadi pribadi yang dapat diandalkan oleh para ustadnya dalam mengisi ceramah/berdakwah. Abdul Hamid terus mengasah kemampuan berkomunikasi dan terus belajar agar apa yang ia sampaikan dapat banyak menjawab pertanyaan para *mad'u* nya dan banyak mengandung ilmu. Dia belajar dari al-qur'an dan hadist serta mencontoh para ustad yang dijadikan sebagai kelompok rujukannya. "dahulu para santri diberi kepercayaan oleh ustadnya untuk berkesempatan memberikan ceramah/dakwah kepada masyarakat dalam kegiatan keagamaan seperti pengajian, dan saya sering disuruh untuk itu" tutur Abdul Hamid.

Tidak hanya berhenti disitu, sejak masuk kuliah di salah satu perguruan tinggi bernama IAIN Sunan Gunung Djati Bandung (sekarang Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung), Abdul Hamid mendapat kepercayaan dari pihak kampus untuk mengisi khutbah jum'at di masjid kampus. "Pada waktu itu ada dua orang yang mendapat kepercayaan untuk mengisi khutbah jum'at, dan saya salah satunya" tutur Abdul Hamid. Selain di kampus, Abdul Hamid juga sering mengisi kegiatan ceramah di pondok pesantren barunya di Al-jawami Cileunyi, Kab. Bandung. Dari kegiatan ceramah tersebutlah Abdul Hamid menjadi agak dikenal oleh masyarakat dan para mahasiswa lainnya.

Setelah lulus di kampusnya tersebut sampai gelar magister agama, Abdul Hamid mengajar di kampus tempat ia menimba ilmu. Cara mengajarnya yang menyenangkan, menarik, dan sederhana sehingga mudah dimengerti, menjadikan ia memiliki tempat sendiri di hati para mahasiswanya. Abdul Hamid paham betul akan apa yang dia bawakan dalam mengajar, harus sesuai kebutuhan kalangan umur. Sehingga metode dakwah yang Abdul Hamid bawakanpun dapat diterima oleh semua kalangan. Dengan begitu Abdul Hamid banyak dikenal mahasiswa dari cara mengajar dan ceramahnya di masjid kampus sebagai tokoh da'I yang menyenangkan dan menyejukkan karena pembawaannya yang ringan, renyah, sederhana namun tetap banyak makna.

Abdul Hamid sampai sekarang sudah banyak mengisi ceramah di berbagai daerah di Indonesia terutama di Pulau Jawa. Abdul Hamid mengakui bahwa kepopulerannya tersebut kebanyakan di bawa dari para kelompok mahasiswa, dan sisanya dari teman dan masyarakat yang sudah pernah melihat ceramahnya sebelumnya atau bahkan mendapat rekomendasi dari para mahasiswanya. Abdul Hamid sering di undang untuk mengisi ceramah dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa, kegiatan keagamaan di daerah asal mahasiswanya,

bahkan dalam kegiatan pernikahan mahasiswanya. Dari sanalah Abdul Hamid banyak di kenal.

Namun, kepopulerannya tidak membuat Abdul Hamid congkak. Ia masih tetap berangkat mengajar dengan berjalan kaki, meskipun memiliki kendaraan. Abdul Hamid pun sampai sekarang masih sering mengisi ceramah di surau dekat rumahnya yang hanya memiliki ukuran 4x4 meter. Baginya dakwah itu bukan hanya untuk jamaah (*mad'u*) banyak, berapapun jama'ahnya yang penting kita menyampaikan ayat-ayat Allah dan ajaran Islam.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat bagaimana peran kelompok rujukan dalam meningkatkan popularitas Dr. K. H. Abdul Hamis, M. Ag. *Pertama*, kelompok rujukan berperan dalam membantu membentuk kepribadian dan metode dakwah Abdul Hamid. *Kedua*, kelompok rujukan membantu dalam menyampaikan atau bahkan menyebarkan informasi terkait pribadi Abdul Hamid sebagai seorang da'i.

D. PENUTUP

Kelompok rujukan dapat meningkatkan popularitas seseorang karena dapat membantu membentuk *personal branding* seseorang. Setiap orang dapat memiliki lebih dari satu kelompok rujukan. Pentingnya peran kelompok rujukan antara lain bahwa a). Sosial, individu dipengaruhi oleh kelompok yang mereka percaya adalah penting; b). Individu menggunakan kelompok tertentu sebagai panduan untuk bagaimana mereka harus bersikap (normatif referensi kelompok); c). Individu menggunakan kelompok sebagai dasar untuk membandingkan diri mereka kepada individu lain atau kelompok lain (kelompok referensi komparatif); d). Individu dapat dan memang menggunakan lebih dari satu kelompok sebagai panduan referensi (multiple referensi kelompok).

DAFTAR PUSTAKA

- Al,Burry, M Dahlan dan Pius Partanto. 2001. Kamus Ilmiah Populer. Surabaya: Arkola.
- Ancok, D dan Fuad Nashori Suroso. 1995. *Psikologi Islami; Solusi Atas Problem-problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ahmad, Nur. 2014. Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, Dan Materi Di Jalan Dakwah, dalam *Jurnal Addin STAIN Kudus*, 8 (2), 319-334.

- Apriani, Desi. 2015. Hubungan Antara Intensitas Komunikasi Dengan Kelompok Rujukan, Konsep Diri, Dengan Kemampuan Pengambilan Keputusan Pilihan Kerja, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro Semarang*, 1 (2), 1-10.
- Budiyanto, Agus. 2014. Keputusan Pembelian Blacberry Ditinjau Dari Kelompok Rujukan, pada *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*, 1 (2), 361-375.
- Effendi, Uchjana Onong. (1993). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Efferi, Adri. 2013. Profesionalisasi Da'i di Era Globalisasi, dalam *Jurnal At-Tabsyir STAIN Kudus*, 1 (2), 92-120.
- Mangunhardjana, A.M. 1986. *Buku Pendampingan Kaum Muda : Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Kanisius.
- Malik, Hatta Abdul. 2015. Dai Sebagai Ulama Pewaris Para Nabi, dalam *Jurnal Komunika*, 9 (1), 18-34.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- MY, Yusuf. 2015. Da'i dan Perubahan Masyarakat Sosial, dalam *Jurnal Al-Ijtamaiyyah UIN Ar-Raniry Aceh*, 1 (1), 51-63.
- Nisa, Arifatun. (2014). Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari'ah Semarang, dalam *Jurnal Fakultas FISIP Universitas Diponegoro Semarang*, 2(20), 21-28.
- Rakmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. 2009 : Ilmu komunikasi. Jakarta : Graha Ilmu
- Robert B. Zajonc. 1968. The Attitudinal Effects of Mere Exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 9(2, Pt.2), hal. 1-27
- Suratna & Didik Indarwanta. (2012). *Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Motivasi Pengusaha UMKM Untuk Mengembangkan Usaha*. Jurnal Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, UPN "Veteran" Yogyakarta 21-ISBN 978-602-17067-0-1
- Shoelhi, Mohammad. 2009. *Komunikasi Internasional Perspektif Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Shridhar, G. (2010). Susceptibility To Reference Group Influence Among Rural Consumers, dalam *The Journal Methamorposis Indian Institute of Management*, 9 (1), 33-45.
- Poerwadarminta, W.J.S. 2006. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Yuliati, Lilik Noor; Aprilian, Dini. 2012. Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Kesadaran Oryza Nivara, dalam *Jurnal Fakultas Ekologi Manusia Institute Pertanian Bogor*, 5 (2), 166-174.