

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Dalam budaya masyarakat gayo istilah yang dikenal dengan sebutan pantang , pantang yang berarti menyimpang tata krama dan bertentangan dengan islam dan adat. sistem budaya pantang ini bermuatan pengetahuan, keyakinan, nilai aturan dan hukum yang menjadi acuan bagi tingkah laku dalam kehidupan masyarakat. Budaya pantang bernilai spiritual, menjaga harga diri, harkat martabat keluarga dan masyarakat. Dimana harga diri disebut dengan mukemel artinya punya rasa malu. Apabila masyarakat tidak berkarakter maka disebut dengan gere mukemel (tidak memiliki rasa malu).<sup>1</sup>

Cerak pantang menentukan hukum atau nilai dari suatu perkataan yang diucapkan untuk menentukan baik buruknya dan menghendaki terciptanya masyarakat berakhlak, beretik, aman. damai dan sejahtera lahiriah dan batiniah. Cerak pantang menjadi ukuran atau nilai apakah seorang berperilaku tertib atau tidak dalam kehidupan social masyarakat gayo .cerak pantang merupakan suatu sistem budaya yang bernilai tidak baik dan berorientasi kepada akhlak yang tercela, membentuk pergaulan hidup bersama yang berlandaskan masyarakat gayo secara turun temurun dari generasi ke generasi. <sup>2</sup>

Cerak pantang adalah hasil pengalaman hidup dari permasalahan yang di hadapi, pada akhirnya di jadikan suatu ketetapan hukum yang terus hidup dari generasi ke generasi yang dalam artian cerak pantang ini bernilai negatif. Seperti perkataan yang tidak sopan kepada orang tua, kata yang tidak menghormati orang lain, perkataan, tidak menjaga etika dalam berbicara, seperti anak yang berkata kasar kepada orang tua sebagian dari mereka yang tidak menjaga perkataan,tidak menjaga etika dalam berbicara seperti anak berbicara kepada lawan jenisnya

---

<sup>1</sup> Hakim Aman Pinan, Syariat dan Adat Istiadat Gayo, (Pemerintahan Kabupaten Aceh Tengah, 2010), hal.100

<sup>2</sup> Ibrahim Mahmud , Syariat adat istiadat di tanoh gayo,(takengon yayasan magaman mahmuda,2002),hal 25.

dengan kata yang kotor. Seolah olah Mereka tidak menganggap kata tersebut tidak *pantang* lagi namun sebenarnya perkataan itu melanggar norma aturan yang ada dalam kampung tersebut.

Pantang menurut Melalotoa, dalam konsep bahasa gayo, mempunyai makna tidak seirama, berbeda, tidak cocok, tidak serasi, atau tidak sesuai dengan adat istiadat. Cerak pantang secara umum tidak hanya dapat merusak si pelaku namun nama baik keluarga saja, tetapi lebih itu dapat merusak kehormatan masyarakat dan kampung dimana si pelaku tinggal.<sup>3</sup>

Untuk menunjang penghayatan dan pelaksanaan adat gayo sebagaimana diuraikan diatas, masyarakat gayo sejak berabad abad yang lalu sampai melarang sistem pergaulan yang bertentangan dengan nilai dan norma agama islam. Proses pergaulan tidak terlepas dari cara dan tujuan berkata kata atau berbicara karena itu dalam adat gayo sangat di larang berbicara dengan perkataan yang *pantang*.

Seharusnya masyarakat gayo menggunakan bahasa yang baik sopan dalam kehidupan sosial akan tetapi dalam penggunaan bahasa seperti bahasa *cerak pantang*, banyak masyarakat yang keliru dan tidak memahami hal ini, dimana mereka menggunakan perkataan yang tidak seharusnya atau tidak wajar untuk di ucapkan. seperti, orang tua yang berkata tidak wajar kepada anak, wanita yang berkata tidak sesuai norma kepada lawan jenisnya. selain itu apabila ada anak yang berkata tidak baik kepada orang tua maka di katakana juga *cerak pantang*.<sup>4</sup>

Tokoh agama dan adat sebagai panutan masyarakat harus terlibat aktif dalam menanggulangi agar masyarakat desa badak kabupaten gayo lues tidak menggunakan cerak pantang. para tokoh agama dan adat harus berpartisipasi dalam memberikan pembinaan atau memberikan pendidikan moral dengan cara memberikan arahan arahan, nasehat, serta bimbingan kepada masyarakat yang ada di desa badak kabupaten gayo lues agar dapat merubah perilaku masyarakat yang buruk menjadi perilaku yang baik.

---

<sup>3</sup> Melalotoa, M. J, Kebudayaan Gayo, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006) hal. 58

<sup>4</sup> Pengamatan Awal Peneliti Terhadap Masyarakat Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues pada tanggal 20 Desember 2019.

Tokoh agama dan adat sebagai panutan masyarakat harus terlibat aktif dan menanggulangi agar masyarakat kecamatan dabun gelang kabupaten gayo lues tidak menggunakan *cerak pantang*, para tokoh agama adat harus berspartisipasi dalam memberikan pembinaan atau memberikan pendidikan moral dengan cara arahan arahan. Arahan nasehat,serta bimbingan kepada masyarakat yang ada di kecamatan dabun gelang kabupaten gayo lues agar dapat merubah perilaku masyarakat yang lebih baik<sup>5</sup>.

Penangan yang baik sangat di butuhkan uantuk membentuk prilaku masyarakat agar menjadi lebih baik. Hal tersebut di utarakan oleh tokoh agama dan adat dikecamatan dabun gelang kabupaten gayo luesb. Kurangnya respon dari masyarakat menjadi salah satu faktor terhambatnya penanggulangan bagi masyarakat agar terhindar dari perkataan perkataan yang baik.

Tokoh agama dan adat sebagai pemimpin mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat, diamana segala sesuatu yang dimiliki perbuatan dapat dijadikan contoh serta memberikan mamfaat kepda masyrakat,karena segala yang diperbuatnya dapat memberikan kebaikan.kesejahteraan dan kemajuan dalam masyarakat sehingga tokoh agama dan pemimpin di suatu kampung bisa diikuti dicontoh oleh masyarakat yang ada disekelilingnya.

Menurut tokoh agama dan tokoh adat di kematan dabun gelang kabupaten gayo lues, masyarakat hendaknya selalu menghindari cerak pantang karena perkatan ini dianggap tidak sesuai dengan norma yang berlaku,keanekaragaman kata kata yang baik sopan yang digunakan dalam kehidupan sehari seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi globalisasi. Dan modemisasi masyarakat harus teliti dalam komunikasi denagan perkataaan yang baik tanpa harus menyakiti hati orang lain.

---

<sup>5</sup> Pengamatan Awal Peneliti Terhadap Masyarakat Kecamatan Pantan Cuaca Kabupaten Gayo Lues pada tanggal 20 Desember 2019

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka yang menjadi rumusan masalah, dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran tokoh adat sebagai opinion leader dalam mencegah pengucapan cerak pantang kampung badak kabupaten gayo lues?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah dari ruang lingkup yang akan menjadi fokus penelitian adalah :

Penelitian dilakukan kampung badak untuk mengetahui peran tokoh adat sebagai *opinion leader* dalam mencegah pengucapan cerak pantang kampung badak kabupaten gao lues.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. . Untuk menganalisis peran Tokoh adat dalam mencegah penggunaan *Cerak Pantang* pada masyarakat kampung badak Kabupaten Gayo Lues.
2. Mengetahui sejarah *Cerak Pantang* pada masyarakat kampung badak Kabupaten Gayo Lues.
3. Untuk menemukan dampak *Cerak Pantang* pada masyarakat kampung badak Kabupaten Gayo Lues.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah:

### a. Manfaat teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan akan memperkaya khazanah atau kajian-kajian tentang adat *Cerak Pantang* khususnya peran tokoh Adat dalam mencegah penggunaan kata Pantang pada masyarakat kampung badak Kabupaten Gayo Lues.

b. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan masukan bagi Tokoh dan Adat di Kabupaten Gayo Lues dalam mencegah penggunaan Cerak *Pantang* dalam masyarakat.

Dapat dijadikan sebagai masukan bagi masyarakat *gayo* tentang pentingnya menghindari *Cerak Pantang*.

## BAB II

### URAIAN TEORI

#### 2.1 KOMUNIKASI

##### 1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin, yakni “communicatus” yang berarti “berbagi” atau “bersama”. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan guna mencapai tujuan tertentu. Jadi di dalam proses komunikasi itu pada tiap prosesnya terdapat banyaknya arti dalam pembahasan, dan semua tergantung persepsi komunikan dalam menanggapinya.

Menurut Agus M.Hardjana “Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”.<sup>1</sup>

Menurut Deddy Mulyana “Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui prilaku verbal dan non verbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih”.<sup>2</sup>

Menurut Harold Lasswell komunikasi adalah satu arah yang berguna untuk menjawab suatu pertanyaan, Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect (Siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan berefek apa). Sehingga dengan definisi tersebut dapat diturunkan menjadi lima unsur komunikasi yang akan saling bergantung satu dengan lainnya yaitu *source* (komunikator), *massage* (pesan), *channel* (media), *reciever* (komunikan) dan *effect* (efek).<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Agus M.Hardjana, 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal 15

<sup>2</sup> Mulyana, Deddy 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hal 11.

<sup>3</sup> *Ibid* hal 67-71.

## 2. Fungsi Komunikasi

Terdapat empat fungsi komunikasi adalah:

-Menginformasikan (*to inform*): Yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

-Mendidik (*to educate*) yaitu: fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

-Menghibur (*to entertain*) yaitu: Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.

-Mempengaruhi (*to influence*) yaitu: fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.<sup>4</sup>

## 3. Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan. Menurut Effendy ada empat tujuan komunikasi, yaitu:

- Mengubah Sikap (*to Change The Attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

- Mengubah Pendapat Atau Opini (*to Change Opinion*), yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

---

<sup>4</sup> Lutfi Basit Dosen, *FUNGSI KOMUNIKASI*, n.d., <https://id.wikipedia.org>.

- Mengubah perilaku (*to Change The Behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.
- Mengubah masyarakat (*to Change The Society*), yaitu tingkat social individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.<sup>5</sup>

#### **4. Unsur Unsur Komunikasi**

Unsur-unsur komunikasi adalah komponen-komponen dasar yang membentuk proses komunikasi. Terdapat lima unsur pokok dalam komunikasi yang dikenal dengan model komunikasi Shannon-Weaver, yang merupakan salah satu model paling dikenal dalam studi komunikasi. Berikut adalah unsur-unsur komunikasi secara lengkap:

##### *-Pengirim (Sender)*

Pengirim adalah individu atau entitas yang menginisiasi proses komunikasi dengan membuat pesan yang akan dikirimkan kepada penerima. Pengirim memutuskan pesan apa yang ingin disampaikan dan memilih media yang sesuai untuk mengirimkannya.

##### *-Pesan (Message)*

Pesan adalah informasi yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan bisa berupa teks, suara, gambar, atau kombinasi dari semuanya. Pesan harus dirancang sedemikian rupa agar bisa dimengerti oleh penerima.

##### *-Media Komunikasi (Communication Channel)*

Media komunikasi adalah jalur fisik atau teknologi yang digunakan untuk mentransmisikan pesan dari pengirim ke penerima. Contohnya meliputi percakapan langsung, telepon, surat, email, media sosial, dan lain-lain.

##### *-Penerima (Receiver)*

---

<sup>5</sup> Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti 27

Penerima adalah individu atau kelompok yang menerima pesan yang telah dikirimkan oleh pengirim. Penerima harus memiliki kemampuan untuk memahami pesan yang diterima.

-Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik adalah tanggapan atau respons yang diberikan oleh penerima kepada pengirim setelah menerima dan memahami pesan. Umpan balik penting untuk memastikan bahwa pesan telah diterima dengan benar dan untuk mengevaluasi keberhasilan komunikasi.<sup>6</sup>

### 5. Bentuk- Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, diantaranya:

- Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain. bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.<sup>7</sup>

- Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang- orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang

---

<sup>6</sup> <https://fisip.umsu.ac.id/pengertian-komunikasi-dan-unsur-unsurnya/>

<sup>7</sup> Deddy Mulyana.2010.Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.hal 80

paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi.

- Komunikasi Kelompok (*group communication*)

Komunikasi kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu dengan lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut.

- Komunikasi Publik (*public communication*)

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.<sup>8</sup>

- Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni: komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan

---

<sup>8</sup> *ibid* hal 81-82

komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip.

- Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik).<sup>9</sup>

## **Komunikasi Interpersonal**

### **1. Definisi Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah sebuah komunikasi atau proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih dan biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Sebenarnya komunikasi interpersonal bisa terjadi dimana saja seperti ketika menonton film, belajar, dan bekerja. Komunikasi interpersonal juga bisa disebut sebagai komunikasi antarpribadi. Efektivitas antarpribadi ditentukan oleh seberapa jelas pesan yang disampaikan.

Pengertian komunikasi interpersonal menurut para ahli.

- Joseph A. Devito, sebagaimana dikutip dari jurnal Proses Komunikasi Interpersonal antara Guru dengan Murid Penyandang Autis di Kursus Piano Sforzando Surabaya (2013), menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan secara verbal maupun nonverbal antara dua orang atau lebih yang saling memengaruhi.
- Menurut R. Wayne Pace, komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi antara dua orang atau lebih secara

---

<sup>9</sup> *Ibid* hal 83.

tatap muka. Ini memungkinkan komunikator menyampaikan pesan secara langsung dan komunikan menanggapi pada saat yang bersamaan.

- Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2010) menuliskan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antarmanusia secara tatap muka yang memungkinkan pesertanya menangkap reaksi orang lain dengan langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.
- Barnlund Barnlund mengartikan komunikasi interpersonal sebagai pertemuan dua orang atau lebih yang terjadi secara spontan dan tidak terstruktur.
- Everett M. Rogers berpendapat komunikasi interpersonal adalah komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antar beberapa individu.
- John Stewart dan Gary D'Angelo mengatakan Komunikasi interpersonal berpusat pada kualitas komunikasi antarpartisipan. Partisipan berhubungan satu sama lain lebih sebagai person (unik, mampu memilih, mempunyai perasaan, bermanfaat, dan merefleksikan diri sendiri) dari pada sebagai objek atau benda (dapat dipertukarkan, terukur, secara otomatis merespon rancangan dan kurang kesadaran diri).
- Menurut Dean Barnlund Komunikasi interpersonal sebagai orang-orang pada pertemuan tatap muka dalam situasi sosial informal yang melakukan interaksi terfokus lewat pertukaran isyarat verbal dan nonverbal yang saling berbalasan.
- Agus M. Hardjana berpendapat Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung, dan penerima dapat menanggapi secara langsung pula.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> <https://umsu.ac.id/komunikasi-interpersonal-pengertian-contoh/>

## 2. Tipe Komunikasi Interpersonal

Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam (Deddy Mulyana dan Gembirasari 2005) menjelaskan bahwa komunikasi antarmanusia muncul dalam beberapa tipe situasi yang berbeda yaitu sebagai berikut:

### A. Komunikasi dua orang

Komunikasi dua orang atau diadik mencakup segala jenis hubungan antarpribadi, antara satu orang dengan orang lain, mulai dari hubungan paling singkat biasa sampai hubungan yang bertahan lama dan mendalam, misalnya komunikasi diadik pimpinan dan bawahan. Ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang terlibat komunikasi dua orang yang berlangsung singkat, karena diantara dua orang itu hanya saling memandang, tegur sapa, tersenyum, dan sebagainya.

### B. Wawancara

Wawancara adalah salah satu tipe komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Misalnya seorang pimpinan mewawancarai karyawan yang menjadi bawahannya untuk mencari informasi mengenai pelaksanaan suatu pekerjaan. Dalam komunikasi interpersonal tipe wawancara ini, arah distribusi pesan bersifat relatif tetap.<sup>11</sup>

### C. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil merupakan salah satu tipe komunikasi interpersonal, dimana beberapa orang terlibat dalam suatu pembicaraan, percakapan, diskusi, musyawarah dan sebagainya. Istilah kelompok kecil memiliki tiga makna:

- (1) jumlah kelompok sedikit
- (2) para anggota kelompok saling mengenal dengan baik;

---

<sup>11</sup> Siska Eka Pratiwi and Umar Farouk, "Effective of Interpersonal Communication At PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang," *Jurnal Admisi & Bisnis* 18, no. 1 (2017): 19–30.

(3) pesan yang dikomunikasikan bersifat unik, khusus dan terbatas bagi anggota.<sup>12</sup>

### 3. Unsur Unsur Komunikasi Interpersonal

Menurut Liliweri Dalam berkomunikasi antarpersonal terdapat beberapa unsur dari sebuah proses komunikasi, yaitu:

#### A. Sumber

Sumber merupakan pengirim dalam komunikasi antarpersonal yang merupakan awal mula dari sebuah informasi, atau orang yang menjadi dasar sebuah pesan. Dalam mengirim pesan maka baiknya kita memiliki:

- 1) *the idea* atau gagasan serta maksud untuk menyampaikan pesan.
- 2) *conveying the message*, yaitu bermacam-macam cara untuk menyampaikan pesan. Misalnya dilakukan secara lisan dan juga tertulis.
- 3) *interpretation* atau juga kemampuan untuk menafsirkan pesan, sehingga lebih mudah pesan saat disampaikan kepada penerima.

#### B. Encoding

Encoding merupakan proses untuk mensandi pesan yang hendak disampaikan sehingga pesan yang akan disampaikan akan dapat dimengerti secara baik dan benar. Dalam proses encoding ini ia dapat merumuskan sebuah pesan yang terjadi di dalam pikiran dari komunikator. Serta komunikator tidak hanya mengartikan sebuah ide, gagasan serta pikiran saja, akan tetapi ia juga dapat memutuskan media yang akan digunakan sebagai penyalur sebuah pesan tersebut.<sup>13</sup>

#### C. Pesan

---

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Liliweri. 2015. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hal 65

Pesan merupakan ide, pikiran atau perasaan yang akan dan ingin disampaikan oleh pengirim atau sumber kepada penerima. Pesan juga merupakan maksud yang berbentuk sinyal, yaitu:

- 1) sinyal parallel, yaitu proses yang terjadi dengan tatap muka, serta suara digerakkan dan menampilkan makna yang berbeda.
- 2) sinyal serial, yang tampil dalam bentuk suara dan juga isyarat yang berubah menjadi sinyal elektronik, gelombang radio atau kata-kata dan juga gambar.

#### D. Saluran

Saluran merupakan sarana dimana pesan yang bergerak merupakan sumber dan dasar dari penerima bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain atau dari satu orang ke orang yang lain. Dalam komunikasi antarpersonal tatap muka, saluran tampil melalui (a) mulut (suara), bahasa tubuh (gesture), (b) udara (suara) serta cahaya (gesture).

#### E. Decoding

Decoding merupakan proses yang dilakukan oleh penerima (decoder) agar pesan tersebut bermakna sebagaimana maksud dari pengirim.

#### F. Penerima

Penerima merupakan orang yang akan menerima pesan tentang suatu objek dan juga kejadian tertentu yang di rasakan dan di tafsirkan oleh pengirim dengan sedemikian rupa sehingga pesan yang di tafsirkan tersebut sama dengan yang di maksudkan oleh pengirim.<sup>14</sup>

#### G. Gangguan

Gangguan merupakan hambatan pada proses komunikasi dari pengirim kepada penerima, gangguan terdiri dari gangguan internal, yaitu bersifat seperti kelelahan, kurang terampil, dan juga emosi dan gangguan eksternal, yaitu bersifat kebisingan serta gangguan lingkungan.

---

<sup>14</sup> *ibid Hal 68*

## H. Umpan balik

Umpan balik merupakan respons atau pengakuan dari penerima untuk pesan-pesan yang berasal dari komunikator kepada komunikan. Menurut Keyton ada 3 bentuk umpan balik, yaitu

- *Descriptive feedback*, yaitu umpan balik yang mengidentifikasi atau menggambarkan bagaimana cara seseorang berkomunikasi.
- *Evaluative feedback*, yaitu umpan balik yang mengevaluasi cara seseorang berkomunikasi.
- *Prescriptive feedback*, yaitu umpan balik yang memberikan perilaku yang seharusnya akan dilakukan.

## I. Konteks

Konteks merupakan cara menerangkan situasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi.<sup>15</sup>

### 4. Tujuan dan Fungsi Komunikasi Interpersonal

Dalam melakukan sesuatu, manusia pasti memiliki fungsi dan tujuan yang ingin dicapai. Hal tersebut juga berlaku pada aktivitas komunikasi. Tujuan merupakan sesuatu yang ingin dicapai melalui peran dan fungsi tertentu. Sedangkan fungsi merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa tujuan dan fungsi merupakan hal yang berkaitan. Dikutip dari buku Komunikasi Antar Personal (2015) karya Alo Liliweri, tujuan dan fungsi dari komunikasi pada manusia secara umum adalah:

- \* Mengirimkan (*to inform*) dan mengetahui (*informed*) informasi
- \* Menyatakan (*to express*) dan menghayati perasaan

---

<sup>15</sup> *Ibid Hal 70*

- \* Menghibur (*to entertain*) dan menikmati (*enjoy*)
- \* Mendidik (*to educate*) dan menambah pengetahuan (*educated*)
- \* Memengaruhi (*to persuade*) dan perubahan sikap (*attitude changes*)
- \* Mempertemukan berbagai harapan sosial (*to integrate various expectation*) dan terjadi proses integrasi sosial (*integrated expectation*).<sup>16</sup>

Tujuan komunikasi Pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan, antara lain :

- 1) Perubahan sikap (*attitude change*).
- 2) Perubahan pendapat (*opinion change*).
- 3) Perubahan perilaku (*behavior change*).
- 4) Perubahan sosial (*social change*).<sup>17</sup>

## 2.2 fungsi Komunikasi *opinion leader*

Fungsi Komunikasi *Opinion Leader*: Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, "fungsi" berarti kegunaan, daya guna, dan pekerjaan yang dilakukan. Fungsi juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan tugas yang serupa atau erat terkait yang dilakukan oleh seorang pegawai tertentu. Tugas-tugas ini didasarkan pada sekelompok aktivitas yang serupa secara karakteristik atau cara mereka dilakukan.<sup>18</sup>

Kegiatan utama yang dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga disebut sebagai fungsi. Menurut J.S. Badudu dan Sutan Mohammad Zain dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, mengemukakan fungsi adalah jabatan atau kedudukan.

---

<sup>16</sup> <https://www.kompas.com/skola/read/2022/09/09/133000269/komunikasi-interpersonal--tujuan-dan-fungsi?page=all>

<sup>17</sup> Onong Uchjana Effendy 2004, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,), hal 8.

<sup>18</sup> Nining Haslinda Zainal, *Tugas dan Fungsi Pegawai*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2008), 22

<sup>18</sup> Badudu dan Sutan, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1996), 412

Fungsi menandai suatu jabatan dalam sebuah organisasi yang menunjukkan tugas dan fungsinya.<sup>19</sup>

Komunikasi adalah proses menyampaikan pesan kepada orang lain sehingga mereka dapat memahami atau mengubah perilaku mereka. Pada saat yang sama. Dalam proses berkomunikasi didalamnya memiliki tujuan dan fungsi yang berbeda-beda, diantaranya adalah sebagai berikut:

#### 1. Komunikasi sosial

Komunikasi sangat penting untuk membangun identitas diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, kebahagiaan, dan pengurangan tekanan dan stres, antara lain. yang menghibur dan menumbuhkan hubungan sosial.

#### 2. Komunikasi Ekspresif

komunikasi ekspresif meskipun tidak selalu dapat mempengaruhi orang lain secara otomatis, itu dapat terjadi sejauh komunikasi tersebut menjadi instruksi tentang cara mengkomunikasikan perasaan (emosi) kita. Perasaan terutama dikomunikasikan melalui bahasa nonverbal.

#### 3. Komunikasi ritual

Komunikasi ritual terjadi secara kolektif dan dalam bentuk yang menegaskan kembali komitmen terhadap tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, negara, ideologi, dan agama.

#### 4. Komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental dilakukan dengan beberapa tujuan umum, seperti memberikan informasi, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, menggerakkan tindakan, dan menghibur.

---

<sup>19</sup> 17 Fitri Permata Sari, "Peran Opinion Leader Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Depok Dalam PILKADA Kota Depok 2015", (Skripsi Prodi Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016), 23

Berdasarkan apa yang telah disebutkan sebelumnya, pendapat pemimpin menjadi salah satu komponen yang sangat memengaruhi alur komunikasi. Khususnya di daerah pertanian. Opinion leader melakukan banyak peran dalam pengambilan keputusan dan kebijakan, menurut Wells dan Prensky. Mereka adalah pemberi informasi (figur otoritas), trendsetter, dan pemberi nasihat (pemimpin opini lokal)<sup>20</sup>

#### a. Pengambil Keputusan/Kebijakan Umum:

Beberapa ahli setuju bahwa "keputusan" berarti pilihan, yaitu pilihan antara dua atau lebih pilihan yang mungkin. Namun, hampir tidak pernah terjadi pilihan antara yang "hampir benar" dan yang "mungkin salah". Kebijakan adalah set gagasan yang berfungsi sebagai dasar untuk rencana, kepemimpinan, dan pelaksanaan tugas.<sup>21</sup>

Disisi lain ada pula pembagian jenis keputusan berdasarkan masalah yang dihadapi, yaitu:

1) Keputusan yang diprogramkan, keputusan ini adalah keputusan yang dibuat berdasarkan problem yang diketahui secara baik atau

masalah yang diketahui secara jelas. Informasi juga tersedia secara mencukupi untuk digunakan dalam mengambil keputusan. Fakta-fakta dan angka-angka serta data diolah untuk memberikan informasi yang bermakna sehingga keputusan bisa diprogramkan.

2) Keputusan yang tidak diprogramkan, adapun keputusan ini adalah keputusan yang diambil atau dibuat berdasarkan masalah yang tidak diketahui secara jelas atau data dan informasinya kurang tersedia sebagaimana mestinya.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Fitri Permata Sari, "Peran Opinion Leader Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Depok Dalam PILKADA Kota Depok 2015", (Skripsi Prodi Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016), 23

<sup>21</sup> Syamsul Arifin, *Leadership Ilmu dan Seni Kepemimpinan*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2012), 179

<sup>22</sup> *bid*, 179-180

Pengambil keputusan adalah suatu proses pemikiran dalam rangka pemecahan suatu masalah untuk memperoleh hasil akhir untuk dilaksanakan. Pembuatan keputusan ini bertujuan untuk mengatasi atau memecahkan masalah yang bersangkutan dengan berbagai konflik sehingga usaha pencapaian tujuan yang dimaksud dapat dilaksanakan secara efektif dan baik. Menurut beberapa ahli menyatakan bahwa keputusan yang baik adalah keputusan yang memenuhi beberapa persyaratan, diantaranya:

- 1) Keputusan yang dibuat, baik yang bersifat strategis, taktis maupun operasional, harus berkaitan dengan berbagai sasaran yang ingin dicapai.
- 2) Keputusan yang diambil harus memenuhi persyaratan rasionalitas dan logika yang berarti menuntut pendekatan ilmiah berdasarkan teori para ahli.
- 3) Keputusan yang diambil dengan menggunakan pendekatan ilmiah digabung dengan daya pikir yang kreatif, inovatif, intuitif, dan bahkan emosional
- 4) Keputusan yang diambil harus bisa dilaksanakan
- 5) Keputusan yang diambil harus diterima dan dipahami baik oleh kelompok pemimpin yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam melaksanakan keputusan itu maupun oleh para pelaksana kegiatan operasional.<sup>23</sup>

b. Pemberi Informasi (authority figure)

*Opinion leader* berfungsi sebagai pemberi informasi, saran, atau pengalaman pribadinya untuk membantu masyarakat memenuhi keinginan mereka. Lider opini memiliki kredibilitas tinggi sebagai sumber informasi karena mereka bertujuan untuk memberikan informasi tentang segala hal tanpa mendapatkan kompensasi apapun untuk saran mereka.

---

<sup>23</sup> *Ibid*, 182-183

Informasi adalah sekumpulan fakta atau data yang telah diproses dan dikelola sehingga mudah dipahami dan bermanfaat bagi orang yang menerimanya. Tidak semua fakta atau data dapat diubah menjadi informasi untuk kepentingan penerimanya.<sup>24</sup> Informasi sendiri dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, tabel, dan sebagainya. Terdapat beberapa jenis informasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Informasi berdasarkan sifat, informasi ini dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: Faktual (yaitu informasi yang dibuat berdasarkan fakta dan dapat dibuktikan kebenarannya), Opini atau konsep (yaitu informasi yang dibuat berdasarkan pendapat seseorang tentang suatu hal), Deskripsi (yaitu informasi yang dibuat dalam bentuk penjelasan terperinci mengenai suatu hal).
- 2) Informasi berdasarkan kegunaan, informasi ini dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu: informasi yang menambah pengetahuan, yaitu informasi yang isinya menambah pengetahuan baru bagiseseorang, dan informasi berdasarakan penyajian, yaitu informasi yang disampaikan dalam beberapa bentuk, misalnya artikel, audio, gambar, video, dan lainnya.
- 3) Informasi berdasarkan bidang kehidupan, contohnya seperti informasi kesehatan, informai pendidikan, informasi bisnis, informasi olahraga, dan sebagainya.
- 4) Informasi berdasarkan peristiwa, informasi ini dibagi menjadi dua bagian yaitu, informasi dalam negeri (Domestik), dan informasi luar negeri.

### c. Trend Setter

Yaitu seseorang yang pengalaman pribadinya diikuti oleh orang lain. Tokoh ini mempunyai gaya hidup untuk ditiru, meskipun tidak peduli apakah orang lain akan mengikuti gaya hidupnya atau tidak. Trend setter diawali dengan

---

<sup>24</sup> 21 Sariyono, "Peran Kepala Desa Sebagai Opinion Leader Di Desa Salaguta Kecamatan Budong-Budong Kabupaten Mamuju Tengah", (Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Alluddin, Makasar, 2017), 28

proses dimana adanya ide keratif dan inovatif, kemudian ditawarkan dan dikomunikasikan kepada masyarakat umum, kemudian masyarakat akan menilainya, jika cocok dan bisa memenuhi keinginan masyarakat, maka ide tersebut akan menjadi pusat perhatian.<sup>25</sup>

Trend setter sendiri memiliki beberapa cirri-ciri yaitu: menjadi inspirasi, menjadi panutan, berkharisma, menjadi populer, dan diikuti banyak orang.

#### d. Pemberi Nasihat (Local opinion leader)

Yaitu seorang individu yang berada di dalam kelompok referensi positif, memberikan anjuran dan pengalaman pribadi tentang produk mana yang sebaiknya dipilih seseorang agar dapat diterima dikelompok tersebut. Opinion leader sebagai pemberi nasihat dan saran dapat berbicara mengenai suatu hal, pengalamannya terhadap hal tersebut, sehubungan dengan apa yang mereka ketahui tentang hal tersebut, atau yang lebih agresif menganjurkan orang lain untuk mencoba menerapkan atau menghindari hal tersebut.<sup>26</sup>

Nasihat adalah suatu petunjuk yang memuat pelajaran terpetik dan baik dari si penutur yang bisa dijadikan sebagai bahan referensi ataupun alasan bagi si mitra tutur untuk melaksanakan suatu hal. Secara umum, pengertian nasihat adalah suatu hal yang berhubungan dengan hal yang baik-baik. Nasihat juga dapat diartikan sebagai teguran, petunjuk, ajaran, pelajaran, anjuran, yang isi pokoknya mengarah pada kebaikan hal yang baik-baik. Nasihat juga dapat diartikan sebagai teguran, petunjuk, ajaran, pelajaran, anjuran, yang isi pokoknya mengarah pada kebaikan.

Ada dua macam nasihat, yaitu: pertama, Al-masnu yaitu nasihat yang bisa kita dengar. Misalnya, nasihat seorang mubaligh kepada pendengarnya, nasihat guru kepada muridnya, atau nasihat orang tua kepada anaknya, nasihat-nasihat itu menjadi pelajaran karena bisa kita dengar. Kedua, Al-masyhud yaitu nasihat yang

---

<sup>25</sup> Sariyono, "Peran Kepala Desa Sebagai Opinion Leader Di Desa Salaguta Kecamatan Budong-Budong Kabupaten Mamuju Tengah", (Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Alluddin, Makasar, 2017), 28

<sup>26</sup> *Ibid*, 28

tidak kita dengar tapi dapat kita saksikan, seperti seluruh perjalanan hidup seorang yang bisa menjadi nasihat bagi anda.

### **2.3 *opinion leader***

#### 1. sejarah opinion leader

Sejarah singkat Opinion Leader Istilah opinion leader menjadi perbincangan dalam literatur komunikasi sekitar tahun 1950 – 1960 an sebelumnya istilah opinion leader dalam literatur komunikasi sering digunakan kata-kata *influential*, *influencer*, atau *tastemaker* untuk menyebut opinion leader. kemudian kata opinion leader lebih sering dikenal dimasyarakat pedesaan, sebab pada saat itu tingkat media masih rendah serta pendidikan yang belum maju. Jadi kebutuhan akan informasi di pedesaan didapat dari mereka yang mempunyai pemahaman yang tinggi serta kebutuhan akan media yang tidak rendah.<sup>27</sup>

Di negara-negara berkembang, peran para pemimpin pendapat memperoleh kedudukan yang sangat penting, karena mereka memiliki kemampuan dalam meneruskan pesan-pesan secara ampuh. Para pemimpin opini itu mampu mempengaruhi tingkah laku orang lain kearah yang dikehendaki. Karena kemampuannya dalam mempengaruhi opini publik para pemimpin pendapat itu memiliki massa pengikut yang besar jumlahnya. Biasanya, siapa yang mampu menyertakan atau mendasarkan pendapatnya pada argumentasi yang lebih kuat dan dalam perspektif yang lebih luas, dialah yang memiliki massa pendukung yang paling besar.<sup>28</sup>

Karena besarnya massa pendukung, suara pemimpin pendapat kerap dianggap sebagai suara rakyat. Dalam negara demokrasi suara rakyat dianggap sebagai suara tuhan, *vox populi vox dei*. Ketika komunikasi sudah dikuasai pendapat dari pemimpin pendapat, maka peran pemangku jabatan resmi atau pejabat pemerintah menjadi melemah. Pemimpin pendapat yang berada dalam posisi kepemimpinan formal (*formal leadership*) biasanya melakukan kegiatan

---

<sup>27</sup> *Mohammad Shoelhi, Komunikasi Internasional, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2009), 68*

<sup>28</sup> *Ibid, 68*

komunikasi untuk mempengaruhi orang lain secara tidak formal melalui jaringan komunikasi interpersonal.<sup>29</sup>

## 2. pengertian *opinion leader*

*Opinion leader* Orang yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan masyarakat umum dikenal sebagai pemimpin pendapat. Salah satu keuntungan pemimpin pendapat *Opinion leaders* biasanya lebih mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya, lebih mahir dalam mempertahankan kebiasaan masyarakat, dan lebih mampu mempertahankan norma sosial.<sup>30</sup>

Orang yang sering dimintai petunjuk dan informasi oleh mayoritas masyarakat juga disebut sebagai pembicara opini, yang menyampaikan informasi politik kepada masyarakat melalui media massa. Misalnya, orang yang dipercaya oleh masyarakat, atau figur informal yang menarik. Mereka yang memiliki otoritas tinggi dan bertanggung jawab atas sikap dan perilaku pengikutnya dikenal sebagai pemimpin pendapat. Mereka diikuti bukan karena status atau posisi politik, tetapi karena kharisma, kewibawaan, ketundukkan, dan mitos yang mereka miliki. Dengan demikian, para pembicara dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

- 1) Pemimpin resmi (pemimpin resmi) adalah mereka yang memiliki posisi resmi dalam masyarakat, seperti pejabat, pamong praja, kepala desa, kepala kelurahan, camat, dll.
- 2) Pemimpin tidak resmi, atau pemimpin tidak resmi, adalah orang-orang yang terkemuka dalam masyarakat yang tidak diangkat secara resmi tetapi memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat di sekitar mereka. Tokoh-tokoh masyarakat seperti tokoh agama, tokoh adat, dan lain-lain.<sup>31</sup>

Pengamatan empiris menunjukkan bahwa pemimpin pendapat adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan membimbing pendapat dan tingkah laku orang lain kearah yang dikehendaki, orang yang

---

<sup>29</sup> *Ibid*, 69

<sup>30</sup> Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 161

<sup>31</sup> St. Sofiyah, "Persepsi Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Fungsi Kepala Desa Sebagai *Opinion Leader* Di Desa Pawunu Kec. Dolo Barat Kab. Sigi", *Jurnal Academica Fisip Untad Vol. 03, No. 01 (Februari 2014)*, 56

memiliki kemampuan seperti itu seringkali di cari untuk dimintai informasi atau nasihatnya mengenai suatu persoalan.

Pemimpin opini biasanya digunakan dalam praktik komunikasi untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku masyarakat sehingga mereka bersedia menerima dan mendukung tujuan komunikator. Komunikator lebih memilih merangkul para pemimpin opini daripada menjalankan peran langsung. Untuk mencapai tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam komunikasi, kendala komunikasi adalah alasan utama di balik metode ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Lazarsfeld berikut beberapa ciri opinion leader beserta komunikasi yang dijalankannya sebagai berikut:

- 1) Komunikasi interpersonal mempunyai struktur jaringan yang lebih (umpamanya kerabat, keluarga besar, suku, dan sebagainya yang sangat kuat, karena ikatan yang telah lama ada)
- 2) Komunikasi dalam masyarakat Indonesia ditandai oleh cirri-ciri sistem komunikasi feodal. Ada garis hierarki yang ketat sebagai bawaan dari sistem awal tradisional, pemuka pendapat sudah tentu dan mempunyai pengaruh yang jelas
- 3) Pemimpin pendapat dianggap telah dikenali dan dapat diketahui dengan mudah dari fungsi mereka masing-masing seperti alim ulama, pemuka adat, guru swasta, atau pendidikan informal, dukun dan sebagainya.
- 4) Pemimpin pendapat tidak hanya mereka yang memegang fungsi dalam pranata informal masyarakat tetapi juga pemimpin formal, termasuk yang mempunyai kedudukan karena ditunjuk dari luar (pamong praja, dokter, penyuluh, dan sebagainya).
- 5) Pemimpin pendapat di Indonesia dianggap bersifat polimorfik, yaitu serba tahu atau tempat menanyakan segala hal.

6) Pemimpin pendapat pasti akan meneruskan informasi yang diterimanya kepada pengikutnya, meskipun dengan perubahan-perubahan. Terkadang pula dalam hal ini adalah bahwa pemimpin.<sup>32</sup>

Ada dua pengelompokan *opinion leader* berdasarkan aktif tidaknya dalam perilaku, sebagai berikut:

1) *Opinion leader* aktif (*opinion giving*). *Opinion leader* disebut aktif jika Ia sengaja mencari penerima atau followers untuk mengumumkan atau mensosialisasikan suatu informasi.

2) *Opinion leader pasif* (*opinion seeking*). Artinya *opinion leader* dicari oleh followers-nya. Dalam hal ini followers aktif mencari sumber informasi kepada *opinion leader* sehubungan dengan permasalahan yang sedang dihadapi.

### 3. Cara mengetahui *opinion leader*

Menurut M. Rogers (1973) setidaknya-tidaknya ada tiga cara mengukur atau mengetahui adanya *opinion leader*. Ketiga cara yang di sebutkan dalam literatur-literatur komunikasi itu adalah sebagai berikut:

#### 1) Metode sosiometrik

Dalam metode ini masyarakat ditanya kepada siapa mereka meminta nasihat atau mencari informasi mengenai masalah kemasyarakatan yang dihadapinya. Metode ini bisa disebut sebagai sosiometrik atau jaringan komunikasi. Misalnya masalah itu mengenai difusi inovasi, kepada masyarakat diajukan pertanyaan: “dari mana anda memperoleh informasi tentang difusi inovasi?” jadi orang yang paling banyak mengetahui dan dimintai nasihat tentang masalah tersebut dialah yang disebut sebagai *opinion leader*.

#### 2) Informants rating

---

<sup>32</sup> Sariyono, “Peran Kepala Desa Sebagai *Opinion Leader* Di Desa Salaguta Kecamatan Budong-Budong Kabupaten Mamuju Tengah”, (Skripsi Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Alluddin, Makasar, 2017), 21

Lewat metode ini diajukan pertanyaan-pertanyaan tertentu pada orang/responden yang dianggap sebagai key informants dalam masyarakat mengenai siapa yang dianggap masyarakat sebagai pemimpin-pemimpin mereka. Dalam metode ini peneliti harus jeli dalam memilih key informants dan mereka yang benar-benar dekat dengan masyarakatlah yang selayaknya dipilih.

### 3) Self designing method

Dalam metode ini kita dapat mengajukan pertanyaan kepada responden dan minta diajukan tendensi orang lain yang dapat menunjuk siapa-siapa yang diperkirakan mempunyai pengaruh. Misalnya, Apakah seseorang yang memerlukan suatu informasi perlu meminta keterangan kepada ibu /bapak. Jika jawabannya tidak maka hal tersebut belum menunjukkan siapa yang sering dimintai keterangan. Hal ini sangat bergantung kepada ketepatan (akurasi) responden untuk mengidentifikasi dirinya sebagai pemimpin.

### 4. Syarat dan karakteristik *opinion leader*

Menjadi *opinion leader* bagi masyarakat tentunya memiliki syarat-syaratnya tersendiri, syarat seorang pemimpin opini yang dikemukakan oleh Floyd Ruch adalah sebagai berikut:

- 1) Social perceptions, artinya seorang pemimpin harus memiliki ketajaman dalam menghadapi situasi
- 2) Ability in abstract thinking, artinya pemimpin harus memiliki kecakapan secara abstrak terhadap masalah yang dihadapi.
- 3) Emotional stability, artinya pemimpin harus memiliki perasaan yang stabil, tidak mudah tertekan pengaruh dari luar (yang tidak diyakini atau bertolak belakang dengan keyakinan masyarakat)<sup>33</sup>

*Opinion leader* adalah orang yang mempunyai keunggulan dari masyarakat kebanyakan. Sudah sepantasnya jika mereka mempunyai karakteristik

---

<sup>33</sup> St. Shofiyah, "Persepsi Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Fungsi Kepala Desa Sebagai Opinion Leader Di Desa Pawunu Kec. Dolo Barat Kab. Sigi", Jurnal Academica Fisip Untad Vol. 03, No. 01 (Februari 2014), 569-570

yang membedakan dirinya dengan yang lain. Beberapa karakteristik yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) Lebih tinggi pendidikan formalnya dibanding dengan anggota masyarakat lain.
- 2) Lebih tinggi Status Sosial Ekonominya (SSE);
- 3) Lebih inovatif dalam menerima dan mengadopsi ide baru;
- 4) Lebih tinggi pengalaman medianya (media exposure);
- 5) Kemampuan empatinya lebih besar;
- 6) Partisipasi sosialnya lebih besar;
- 7) Lebih kosmopolit (mempunyai wawasan dan pengetahuan yang luas);
- 8) Lebih peduli pada masalah-masalah yang dihadapi masyarakat Meskipun para pemimpin oipini dapat dibedakan dengan orang-orang lain, perbedaan tersebut tidak terlihat secara mencolok dalam melakukan kepemimpinannya, ia tidak menonjolkan sifat-sifat tertentu yang unik, tetapi yang terlihat dalam pergaulan Ia lebih mudah diterima oleh para pengikutnya, lebih berkemampuan daripada pengikutnya, dan lebih dapat menyesuaikan diri kepada norma-norma masyarakat.<sup>34</sup>

Pada umumnya ciri-ciri yang melekat pada opinion leader tidak bisa diletakkan secara tajam pada para pemimpin desa. Sebab adakalanya batasan yang melekat tersebut sangat tipis sekali antara opinion leader dengan follower-nya. Salah satu keunggulan opinion leader dibanding dengan masyarakat kebanyakan adalah pada umumnya opinion leader itu lebih mudah menyesuaikan diri dengan masyarakatnya, lebih kompeten dan lebih tahu memelihara norma yang ada. Kemampuan dirinya memelihara norma menjadi salah satu konsekuensi logis bentuk pelayanan atau suri tauladan yang diberikan atau ditunjukkan kepada masyarakatnya. Jadi, jika pada suatu saat masyarakat.

---

<sup>34</sup> *Mohammad Shoelhi, Komunikasi Internasional, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2009), 7148 Nurudin, Sistem Komunikasi Indonesia, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004),*

Jadi, jika pada suatu saat masyarakat mengalami kemajuan yang berarti, peran *opinion leader* lambat laun akan berkurang. Sebab berbagai macam ciri yang dimiliki pemuka pendapat itu sudah melekat pada masyarakat desa. Misalnya, jika sebelumnya masyarakat menanyakan tentang sebuah inovasi pada pemuka pendapat namun karena tingkat pendidikan dan media exposure-nya sudah mulai tinggi, banyak pemuda desa justru lebih mengetahui tentang inovasi tersebut. Dalam kondisi inilah pemimpin opini akan mengalami pergeseran peran terhadap kasus-kasus tertentu.

## 2.4 Cerak Pantang

### 1. pengertian cerak pantang

Cerak Pantang adalah larangan berbicara atau mengeluarkan kata-kata seperti kata-kata porno, nakal, atau tidak menghormati orang lain. lain (jais) dan kata-kata yang tidak pantas. Cerak Pantang dalam tata pergaulan adalah norma, etika, dan sopan santun dalam berbicara. Berhati-hatilah saat berbicara dengan orang lain. Anak-anak, orang tua, guru, dan pemimpin.

Sebagai contoh, orang yang tidak suami istri berbicara di tempat tertentu dengan cara yang tidak wajar dan tidak baik, seperti berbisik tentang kata-kata porno. bisik atau terang-terangan, dan seorang remaja mengucapkan kata-kata yang tidak pantas di depan orang lain, seakan-akan dia tahu tentang hubungan suami istri atau cerita porno. Orang tua dan anak dewasa berbicara atau bercerita tentang masalah porno di depan anak-anak yang tidak pantas mendengarkannya. Saat seorang anak berbicara dengan orang tuanya dan menentang tatapan wajahnya, gerak pantang juga melarang seseorang berbicara dengan kasar, sombong, angkuh, atau dengan nada yang tinggi.<sup>35</sup>

Selain itu, "*Cerak Pantang*" adalah istilah yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu kepada orang lain yang tidak sesuai dengan etika Islam dan norma sopan santun. Cerak enta sesanah adalah istilah untuk kata-kata seperti itu.

---

<sup>35</sup> Hasimi, Sumang dan Kemali dalam *Masyarakat Gayo*, (Banda Aceh: Pusat Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Budaya 1992), hal 98.

Dalam ajaran Islam, disebut "qaulal-zur". Pantang Perceraken adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan percakapan antara pria dan wanita tentang hal-hal yang tidak pantas atau tidak wajar dibicarakan. Pantang Perceraken ini mencakup tidak hanya kata-kata tetapi juga penyesuaian waktu, tempat, keadaan, dan cara pengungkapannya. Mungkin isi, substansi, tujuan, dan maksud kata-kata yang diungkapkan bagus, tetapi waktu berlalu dan karena lokasi dan kondisi yang diungkapkan tidak tepat, istilah seperti itu dianggap sebagai Pantang Perceraken (*Cerak Pantang*)<sup>36</sup>

Termasuk dalam kategori "cerak pantang" adalah kata-kata yang memiliki arti negatif, yang menyebabkan pertengkaran, yang berbohong, mengejek, atau membuka rahasia orang lain.

Ada beberapa contoh Cerak Pantang (Pantang Peceraken)<sup>37</sup>

a. Kata "pantang" mengacu pada Tuhan.

- 1) Anak gih mupau, yang berarti anak yang memiliki moral yang buruk;
- 2) Anak jalang, yang berarti anak yang tidak memiliki ikatan resmi;
- 3) Bejalang, yang mengatakan seseorang itu wanita jalanan; dan
- 4) Jema dejjel, yang dianggap sebagai keturunan Dajjal.

b. Kata Pantang mengacu pada makhluk halus.

- 1) Jin paliis (digambarkan sebagai jin yang suka mengganggu orang lain),
- 2) Jema bajang (digambarkan sebagai seseorang yang dilahirkan oleh jin),
- 3) Jema ntube (digambarkan sebagai seseorang yang memiliki ilmu hitam), dan
- 4) Jema nkedel (digambarkan sebagai seseorang yang menderita penyakit menular meskipun ia sehat).

c. Kata Pantang yang berkaitan dengan upacara adat

---

<sup>36</sup> Bahaqi, dkk. *Bahasa Gayo*, (Jakarta: Sastra Indonesia dan Daerah 2007), hal. 76.

<sup>37</sup> Hakim Aman Pinan, *Pesona Tanah Gayo (Pemerintahan Aceh Tengah, 2003)*, hal. 164.

- 1) Gih muedep (disebutkan kepada seseorang yang tidak sopan dan tidak pantas untuk berbicara di forum)
- 2) Dorol unang apakmu (menyebutkan orang dewasa atau anak yang menyinggung nama bapaknya)
- 3) Ototmu (menyebutkan alat vital bapaknya),
- 4) Capahmu (menyebutkan alat vital ibunya),
- 5) Inak ninemu (menyebutkan hubungan intim),
- 6) Ko (engkau), kata ini tidak baik digunakan untuk memanggil seseorang baik anak-anak atau orang tua.

d. Istilah Pantang yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari

- 1) Put ninemu/put namamu (kata penghinaan untuk menyakut orang tua)
- 2) Seberu tue, yang merupakan penghinaan terhadap orang tua yang belum menikah atau menikah, dan
- 3) sebujang liet, yang merupakan penghinaan terhadap seorang laki-laki yang sudah tua yang belum menikah.

## 2. Sejarah *Cerak Pantang*

Budaya Kata "pantang" dan "budaya" adalah kata yang sama dalam bahasa Gayo di Aceh. Kultur atau budaya mencakup semua usaha dan aktivitas manusia menjalankan dan mengubah alam. Budaya Gayo, di sisi lain, dapat didefinisikan sebagai setiap usaha dan tradisi yang dilakukan oleh orang Gayo, seperti yang terlihat dalam perilaku sehari-hari mereka. Budaya Gayo terdiri dari pengetahuan, keyakinan, nilai, dan norma-norma yang terkandung dalam kehidupan sehari-hari mereka. Semuanya disebut edet (adat)<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> M. J. Melalatoa, *Kamus Bahasa Gayo Indonesia (Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1985), hal. 295.*

Akibatnya, budaya masyarakat Gayo memainkan peran penting dalam membentuk pola hidup masyarakat Gayo yang lebih maju, optimis, berani, bertindak, dan berperilaku secara kooperatif. Adat istiadat masyarakat Gayo.

merupakan gaya hidup yang dimiliki dan diwariskan oleh masyarakat Gayo dari generasi ke generasi. tradisi, hukum adat, kebiasaan-kebiasaan, dan adat juga termasuk dalam budaya Gayo. Istilah "istiadat" sebenarnya memiliki arti yang luas dan dapat mencakup semua hal di mana suatu komunitas atau individu menjadi terbiasa untuk melakukannya.<sup>39</sup>

Namun, kata "*pantang*" berasal dari bahasa asli Tanah Gayo dan menggambarkan tindakan amoral yang dilakukan oleh orang dewasa. dilarang oleh hukum. Akal pikiran, hati, rohani dan jasmani, akhlak, sikap, tabiat, dan keterampilan dan keahlian Pantang memungkinkan masyarakat untuk hidup dalam keadaan aman, damai, bahagia, dan sejahtera dunia dan akhirat. Dari perspektif moral, tindakan atau perbuatan yang sangat tidak terpuji dalam budaya Pantang tidak hanya berusaha menghindari tindakan yang menyimpang dari norma-norma tata krama masyarakat, tetapi juga bertentangan dengan adat.<sup>40</sup>

Dalam masyarakat Gayo, *Cerak Pantang* muncul ketika masyarakat meninggalkan adat istiadat tradisional. Ini terlihat jelas dari penampilan manusia yang tidak sesuai dengan aturan sosial baik atau buruknya. Dimana Pantang dilihat dari cara masyarakatnya berinteraksi di lingkungan dan di luar lingkungan. *Cerak pantang* ini sudah ada sejak lama, mungkin muncul sebagai bentuk kekesalan atau luapan emosi seseorang. Misalnya, jika seorang anak tidak mau mendengarkan perintah orang tuanya, orang tuanya akan mengeluarkan perkataan kasar sebagai tanggapan atas kemarahannya. Salah satu alasan mengapa Cerak Pantang menjadi umum di kalangan remaja saat ini adalah karena masuknya budaya asing yang mempengaruhi orang Gayo. Selain itu, masyarakat Gayo tidak menyadari hukum Pantang karena mereka tidak tahu pentingnya menjaganya.

---

<sup>39</sup> Gibb dan Kramers, *Pengertian Adat Istiadat*, (*Encyclopaedia of Islam Leiden*, 1990), hal, 14.

<sup>40</sup> Hakim Aman Pinan, "Peranan Adat Gayo dalam Masa Peralihan, (*Dalam Majalah Telangke*, 1996), hal. 12.

Peran Tokoh Adat agama dalam Mengurangi *Cerak Pantang* Budaya, adat, agama, sopan santun, dan akhlak masyarakat pedesaan mengatur hubungan satu sama lain. Karena mereka telah menjadi bagian integral dari masyarakat, mereka takut melanggar.

adat, tata krama, dan akhlak yang berlaku di masyarakat, karena mereka yang melanggarnya akan mendapat celaan dari masyarakat dan kadang-kadang dikeluarkan dari masyarakat. Seolah-olah mereka hidup di bawah pengawasan satu sama lain dan berbagi saran satu sama lain.<sup>41</sup>

Oleh karena itu, peran Tokoh Agama dan Adat sangat penting untuk mencegah orang-orang dari melakukan hal-hal yang dilarang oleh norma dan adat, terutama dalam hal percakapan mereka dengan orang lain.<sup>42</sup>

Keterlibatan Tokoh Agama dan Adat dalam mengurangi Cerak Pantang termasuk:

1. Tokoh agama dan adat secara langsung menasihati masyarakat yang bersangkutan untuk meninggalkan kegiatan yang melanggar norma hukum, sosial, dan agama.
2. Tokoh agama dan adat meminta masyarakat yang bersangkutan untuk menghentikan percakapan yang melanggar adat dan norma.
3. Pada langkah terakhir, Tokoh agama dan adat memberikan sanksi kepada masyarakat yang melanggar aturan. Hukuman dapat diterapkan terhadap setiap tindakan yang melanggar standar sosial dan moral. Seseorang harus mematuhi peraturan dan tata cara yang berlaku untuk menghindari kelakuan buruk yang sering dilakukan atau yang menyebabkan peristiwa buruk yang lebih buruk terjadi di dalam keluarga dan di lingkungan sosial.

---

<sup>41</sup> Abdul Aziz, *Psikologi Agama Ajaran Muslim Pancasila*. (Jakarta: Sinar Baru 1998) hal 28

<sup>42</sup> Soepomo, *Bab-Bab Hukum Adat*, (Jakarta: Pradya Paramita, 1977), hal.75.

## 2.5 Alim Ulama

Secara bahasa, kata „ulama“ adalah bentuk plural dari kata „alim“ yang merupakan ism fa‘‘il dari kata dasar „ilm. Jadi „alim“ adalah orang yang berilmu. Kata „ulama“ ini kemudian diserap kedalam Bahasa Indonesia untuk arti orang yang ahli dalam hal atau dalam pengetahuan agama islam. Artinya ulama adalah orang-orang dengan spesifikasi penguasaan ilmu-ilmu syariah, dengan semua detail mulai dari hulu hingga hilir.<sup>43</sup>

Alim Ulama atau Kiai biasanya merupakan gelar yang diberikan oleh masyarakat kepada seorang ahli agama islam yang memiliki atau menjadi pemimpin pesantren atau mengajar kitab-kitab islama klasik kepada para santrinya. Namun, dizaman sekarang, banyak juga ulama yang cukup berpengaruh dalam masyarakat juga mendapat gelar “kiai”, walaupun mereka tidak memimpin pesantren.<sup>44</sup>

Menurut ensiklopedia dalam islam, Ulama adalah orang yang memiliki ilmu agama dan pengetahuan, keulamaan yang dengan pengetahuannya tersebut memiliki rasa takut dan tunduk kepada Allah SWT. Sebagai orang yang mempunyai pengetahuan luas, maka Ulama telah mengukir berbagai peran dimasyarakat, salah satu peran Ulama sebagai tokoh Islam adalah mereka sebagai kelompok terpelajar yang membawa pencerahan kepada masyarakat sekitarnya.

Peran ulama dalam kehidupan masyarakat beragama dalam memimpin dan membangun sebuah moral dan pemikiran yang agamis dikalangan masyarakat memang sangatlah menarik. Dalam pelaksanaannya Alim Ulama dapat berperan lebih luas, bukan hanya terbatas pada pembangunan rohaniah masyarakat saja, tetapi juga dapat berperan sebagai motivator, pembimbing, dan pemberi landasan etis dan moral, serta menjadi mediator dalam seluruh aspek kegiatan pembangunan. Berikut peran Ulama dalam berbagai aspek antara lain.<sup>45</sup>

### 1) Ulama sebagai motivator

---

<sup>43</sup> Moh. Romzi, “Ulama dalam Perspektif Nahdatul Ulama”, *Religio: Jurnal Studi Agama-Agama* Vol. 02 No. 01, (Maret, 2012), 42

<sup>44</sup> 29 Zulfi Mubaraq, *Perilaku Politik Kiai*, (Malang : UIN Maliki Pers, 2012), 3

<sup>45</sup> 30 Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, (Bandung : Rosdakarya, 2006), 138

Begitu kompleksnya masalah yang dihadapi umat manusia di dunia ini, yang pemerintah sendiri sulit untuk mengatasinya, seperti pemberantasan kemiskinan, mengatasi kesenjangan, mencegah kerusakan lingkungan, dan mencegah terjadinya pelanggaran hak asasi manusia. Para Ulama atau tokoh agama dapat memberikan semangat kepada masyarakat untuk selalu giat berusaha.

Para ulama seharusnya memberi tahu orang bahwa takdir adalah batas terakhir dari upaya manusia untuk sukses. Oleh karena itu, dalam konteks Ini menunjukkan bahwa para ulama mampu berbicara secara rasional sambil tetap mendorong masyarakat untuk mencapai apa yang mereka inginkan.<sup>46</sup>

2) Ulama sebagai pendidik moral Peran kedua yang dimainkan oleh ulama dalam masyarakat adalah membantu menyebarkan kebaikan. prinsip moral dan etika masyarakat. Dalam hal ini, para ulama, dengan pengetahuan agama yang mereka miliki, memberikan standar moral untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Mereka melakukan ini dengan menggunakan kitab suci, contoh para Nabi, dan hukum agama yang berlaku.<sup>47</sup>

3) Ulama sebagai mediator Peran lain ulama sangat penting dalam kehidupan masyarakat, seperti sebagai perwakilan masyarakat dan pengatur dalam menjalin kerjasama yang harmonis dengan berbagai pihak untuk melindungi kepentingannya dimasyarakat, sehingga pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan masyarakat dapat mensosialisasikan kepentingannya melalui ulama yang dipercaya di desa.<sup>48</sup>

## 2.6 Tokoh Adat

Tokoh Adat adalah pihak yang berperan menegakkan aturan adat, tokoh adat berperan dalam membina dan mengendalikan sikap dan tingkah laku warga masyarakat agar sesuai dengan ketentuan adat.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup> *Ibid*, 139

<sup>47</sup> *32 Ibid*, 140

<sup>48</sup> *33 Ibid*, 141

<sup>49</sup> *Desy Artina, Junaidi, "Peran Tokoh Adat dalam Pemekaran Desa di Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan", Jurnal Melayunesia Law Vol. 1, No. 1, (Desember 2017), 40*

Fungsi tokoh adat dalam masyarakat tidak jauh berbeda dengan fungsi hukum, yaitu sebagai berikut:

- 1) Memberikan pedoman kepada anggota masyarakat, bagaimana seharusnya bertingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat dan merupakan dasar dari tingkah laku tersebut adalah kebiasaan yang bersifat normatif yaitu adat istiadat.
- 2) Menjaga keutuhan persekutuan dalam masyarakat, supaya persekutuan tersebut tetap terpelihara dan tidak dirusakkan oleh berbagai tindakan anggota masyarakat yang tidak sesuai adatistiadat.
- 3) Memberikan pegangan kepada anggota masyarakat untuk mengadakan sistem pengendalian sosial. Pengendalian sosial tersebut lebih bersifat pengawasan terhadap tingkah laku masyarakat sehingga hidup persekutuan dapat dipertahankan sebaik-baiknya.
- 4) Memperhatikan setiap keputusan-keputusan yang telah ditetapkan dalam hukum adat, sehingga keputusan tersebut mempunyai wibawa dan dapat memberikan kepastian hukum yang mengikat semua anggota masyarakat.
- 5) Merupakan tempat bersandarnya anggota masyarakat untuk menyelesaikan, melindungi, menjamin ketentraman.<sup>50</sup>

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Kajian terdahulu mempunyai arti peninjauan kembali pustaka-pustaka yang terkait (review of related literature). Sesuai dengan arti tersebut kajian terdahulu adalah peninjauan kembali (review) pustaka (laporan penelitian dan sebagainya) tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun penulis mencantumkan kajian terdahulu dari:

1. Tugas akhir dari Fitri Permata Sari dengan judul “Peran Opinion Leader Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Depok Dalam PILKADA Kota Depok 2015” dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran apa yang dilakukan MUI Kota Depok dalam PILKADA

---

<sup>50</sup> Soebakti, Poespanoto, *Asas-Asas dan Susunan Hukum Adat*, (Jakarta : Pradya Paramitha, 1981), 225

Depok 2015 dan bagaimana sikap MUI Depok dalam PILKADA Kota Depok 2015. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan adalah di PILKADA Kota Depok 2015, peran opinion leader menjadi salah satu unsur yang mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan kegiatan tersebut, yang salah satunya adalah peran Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kota Depok. Peran MUI Kota Depok yaitu sebagai pengayom masyarakat, yang bertujuan untuk meyakinkan masyarakat agar antusias mengikuti PILKADA Kota Depok 2015, dan juga MUI menjaga independensi atau netralisasi.

Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sehingga peneliti merujuk penelitian ini sebagai salah satu kajian terdahulunya. Persamaannya adalah sama-sama memiliki pokok bahasan mengenai *opinion leader* dalam masyarakat. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah Majelis Ulama Indonesia sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti subjek penelitiannya adalah seorang Kepala Desa, Alim Ulama dan Tokoh Adat di Desa Giri Sako Kec. Logas Tanah Darat Kab.Kuantan Singingi. Pada penelitian ini juga memfokuskan peran opinion leader hanya dalam PILKADA sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti merujuk pada opinion leader yang lebih umum.

2. Penelitian dari St. Sofiyah dalam jurnal *Academica Fisip Untad* : Volume

3, Nomor 1 bulan Februari tahun 2011, dengan judul “Persepsi Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Fungsi Kepala Desa sebagai Opinion Leader di Desa Pawunu Kecamatan Dolo Barat Kabupaten Sigi” dari Universitas Tadulako. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan fungsi Kepala Desa sebagai opinion leader.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara mendalam dengan responden. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pertama, pada dasarnya sebagian besar masyarakat Desa Pawunu yang menjadi responden dalam penelitian ini menganggap bahwa Kepala Desa Pawunu telah melaksanakan

fungsinya sebagai Kepala Desa pengambil keputusan dan pengambil kebijakan, sebagai sumber informasi, serta sebagai pemberi nasihat dengan baik sesuai harapan masyarakat desa pewunu.

Kedua, Masyarakat Desa Pewunu memiliki pandangan yang sangat baik terhadap pelaksanaan fungsi Kepala Desa sebagai Opinion Leader di Desa Pewunu Kec. Dolo Barat Kab. Sigi. Hal ini terlihat pada hasil analisis yang telah dijelaskan pada Kepala Desa sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan, sebagai sumber informasi, serta sebagai pemberi nasihat.

Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sehingga peneliti merujuk penelitian ini sebagai salah satu kajian terdahulunya. Persamaannya adalah sama-sama meneliti mengenai Kepala Desa sebagai opinion leader. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian topik yang dibahas merujuk pada bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan fungsi Kepala Desa sebagai opinion leader, sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti lebih merujuk pada bagaimana fungsi Kepala Desa, Alim Ulama dan Tokoh Adat sebagai opinion leader secara langsung.

3. Tugas Akhir dari Sariyono dengan judul “Peran Kepala Desa sebagai Opinion Leader Di Desa Salaguta Kecamatan Budong-Budong Kabupaten Mamuju Tengah” dari Universitas Allauddin Makasar tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peranan Kepala Desa dalam membangun citra kerja yang baik terhadap warga pada masyarakat di Desa Salugatta Kabupaten Mamuju Tengah dan untuk mendeskripsikan peranan Kepala Desa dalam meningkatkan hubungan komunikasi dengan masyarakat di Desa Salugatta Kabupaten Mamuju Tengah.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dan menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemerintahan desa masih perlu dibenahi dalam pengurusan dan komunikasi Kepala Desa kepada masyarakat sehingga dalam peraturan desa dapat berlajlan dengan baik. Dalam pemerintahan desa harus membangun citra kerja yang baik dan hubungan komunikasi yang sangat lancar supaya dapat menghasilkan kerja sama yang baik

dalam peraturan desa yang ada di Desa Salugatta Kecamatan budong-Budong Kabupaten Mamuju Tengah.

Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, sehingga peneliti merujuk penelitian ini sebagai salah satu kajian terdahulunya. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang Opinion Leader di suatu desa, dan perbedaannya adalah dalam penelitian ini yang diteliti hanya Kepala Desa saja, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti meneliti tentang Kepala Desa, Alim Ulama dan Tokoh Adat, dan bagaimana pelaksanaan fungsinya sebagai opinion leader.

## **2.8. Kerangka Berfikir**

Kerangka Pikiran: Bagian yang paling mendefinisikan alur pemikiran penelitian dalam memberikan penjelasan kepada orang lain tentang memecahkan sejumlah masalah dengan cara yang jelas, sistematis, dan terarah. Dalam kerangka pikir ini, variabel yang ditunjukkan sebagai tolak ukur penelitian akan dijelaskan dan diharapkan dapat menjelaskan secara struktural bagaimana Alim Ulama, dan Tokoh Adat bertindak sebagai pemimpin pendapat di Desa badak tempat penelitian ini dilakukan.

Peneliti terlebih dahulu melakukan observasi terhadap Alim Ulama dan Tokoh Adat sebagai pembicara di Desa badak Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengetahui siapa saja pembicara di desa badak yang lebih berpengaruh. berpartisipasi aktif dengan masyarakat untuk memfasilitasi peneliti.

Setelah mengetahui siapa yang bertindak sebagai pemimpin pendapat di Desa tersebut, peneliti akan mempelajari peran mereka sebagai pemimpin pendapat, terutama untuk seorang Tokoh Adat dan Alim Ulama adalah pemimpin opini lain yang juga dipercayai oleh masyarakatnya. Peneliti akan menggunakan teori Wells dan Prensky tentang peran dan fungsi pemimpin *opinion leader*

**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**