

# Jurnal Komunikasi

**The Muslim Show: *Soft Contra* “Labeling” Melalui Media Sosial**

*Yuliana Rakhmawati*

**Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya**

*Victor Marulitua Lumbantobing*

**Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Timur** (Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)

*Teguh Hidayatul Rachmad*

**Konstruksi Kiai Oleh Masyarakat Desa Gadu Timur Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep**

*Anis Kurli*

**Strategi Media Relations Humas PT. Pelabuhan Indonesia III Dalam *Handling Crisis* Pemberitaan Media**

*Agesty Sabreyna RM, R. Bambang Moertijoso*

**Politik Pluralitas dan Demokratisasi Media Dalam Penguatan Masyarakat Sipil**

*Imam Sofyan*

**Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) di Media Radio Segara FM Bangkalan**

*Ipin Rahmadi, Dewi Quraisyin*

***Agenda Setting Function*** (Studi Kasus Krisis Ekonomi Amerika dan Global)

*Netty Dyah Kurniasari*

# Jurnal Komunikasi

Vol. IX. No. 1, Maret 2015

ISSN 1978-4597

## Penanggung Jawab

Surokim

## Ketua Penyunting

Netty Dyah Kurniasari

## Sekretaris Penyunting

Imam Sofyan

Teguh H. Rachmad

## Penyunting Pelaksana

Yuliana Rahmawati

Dewi Quraisyin

Dessy trisilowaty

Syamsul Ariffin

## Penyunting Ahli

Sasa Djuarsa Sandjaja

Pawito

Prahastiwi Utari

## Administrasi

Syamsul Gunawan

Achmad Fauzi

### Alamat Redaksi :

Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Trunojoyo Madura

Jl. Raya Telang PO. BOX 02

Bangkalan 69162

Telp. 031-30123390

Fax. 031-3011506

Email :

[jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

## The Muslim Show: *Soft Contra* "Labeling" Melalui Media Sosial

Yuliana Rahmawati (1-12)

## Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya

Victor Marulitua Lumbantobing (13-20)

## Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Perguruan

Tinggi Swasta di Jawa Timur. (Studi Kasus Perguruan Tinggi Swasta di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur)

Teguh Hidayatul Rachmad (21-40)

## Konstruksi Kiai Oleh Masyarakat Desa Gadu Timur Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep

Anis Kurli (41-56)

## Strategi Media Relations Humas PT. Pelabuhan Indonesia III Dalam *Handling Crisis* Pemberitaan Media

Agesty Sabreyna RM, R. Bambang Moertijoso (57-72)

## Politik Pluralitas dan Demokratisasi Media Dalam Penguatan Masyarakat Sipil

Imam Sofyan (73-82)

## Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) di Media Radio Segara FM Bangkalan

Ipin Rahmadi, Dewi Quraisyin (83-94)

## *Agenda Setting Function* (Studi Kasus Krisis Ekonomi Amerika dan Global)

Netty Dyah Kurniasari (95-104)

Jurnal Komunikasi adalah media untuk pengembangan disiplin ilmu komunikasi. memfokuskan kajiannya pada hasil studi di bidang komunikasi yang dilakukan melalui berbagai ragam sudut pandang. Redaksi menerima naskah, baik berupa ringkasan hasil penelitian maupun kajian yang relevan dengan misi jurnal. Redaksi dapat mengubah naskah sepanjang tidak mengubah makna keseluruhannya, Naskah yang dimuat dalam jurnal komunikasi sepenuhnya merupakan pendapat dan tanggung jawab penulis dan tidak selalu segaris atau mencerminkan pendapat redaksi.

## Kata Pengantar

Jurnal Ilmu Komunikasi edisi Maret 2015 ini menghadirkan tema yang bervariasi, mulai dari kajian media, kajian budaya sampai komunikasi bisnis. Kajian media diawali oleh tulisan Yuliana Rahmawati yang berjudul *The Muslim Show : Soft Contra "Labeling"* Melalui Media Sosial. Tulisan ini mengupas tentang reaksi yang dilakukan oleh pemeluk agama Islam di komik *The Muslim Show*. Seperti kita ketahui setelah peristiwa 9/11, masyarakat muslim mendapatkan labeling sebagai agama yang menyimpang, fundamentalis dan teroris. Sekelompok warga Muslim mencoba mengcounter pemberitaan ini melalui media komik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muslim Prancis berusaha untuk menunjukkan image yang positif dan bahwa Islam agama cinta damai.

Kajian komunikasi bisnis diawali dengan tulisan Victor Marulitua Lumbantobing yang membahas tentang Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat dan positif antara peranan komunikasi yang dilakukan Customer Service terhadap kepuasan pelanggan CV Lintas Semesta khususnya penguasaan product knowledge. Dengan menguasai bentuk layanan yang dimiliki oleh CV Lintas Semesta dan kemampuan komunikasi yang baik untuk memberikan informasi yang tepat serta mampu mendengarkan informasi yang disampaikan pelanggan, baik yang berbentuk keluhan, kritik, saran atas jasa yang dibeli oleh konsumen hingga dapat mengikat pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan.

Selanjutnya tulisan oleh Teguh Hidayatul Rachmad yang berjudul *Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua konsep yang dipakai adalah strategi marketing dan strategi public relations. Kedua strategi dianalisis dari sisi internal dan eksternal. Studi tersebut menyimpulkan bahwa strategi public relations yang dilakukan PN Jawa Timur efektif, namun harus dikombinasikan dengan pendekatan ke calon mahasiswa baru. Lebih lanjut, citra yang positif juga bisa dipertahankan dengan cara meningkatkan kualitas servis dan fasilitas di kampus.

Ipin Rahmadi dan Dewi Quraisyin melakukan penelitian tentang Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) di Media Radio Segara FM Bangkalan. Studi ini ingin mengulas tentang aplikasi konsep IMC yang sudah dilakukan oleh radio Segara Bangkalan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Segara Bangkalan menggunakan enam konsep IMC yaitu advertising, public relations, personal selling, sales promotion, direct marketing dan interactive marketing.

Masih tentang komunikasi bisnis. Agesty Sabreyna dan Bambang Moertijoso

mengulas topik tentang Strategi Media Relations Humas PT. Pelabuhan Indonesia III Dalam *Handling Crisis* Pemberitaan Media. Penelitian menunjukkan ada beberapa langkah yang dilakukan Humas PT Pelindo dalam menghadapi krisis. : Yaitu tahap analisis, identifikasi dan respon media.

Anis Kurli dan Yuliana Rakhmawati mengupas tentang Konstruksi Kiai Oleh Masyarakat Desa Gadu Timur Kecamatan Ganding Kabupaten Sumenep. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat mengkonstruksi kiai sebagai ulama (pemimpin Islam), Kiai sebagai tokoh kharismatik serta sebagai figur politik.

Kajian tentang media juga dilakukan oleh Imam Sofyan dengan artikel berjudul Politik Pluralitas dan Demokratisasi Media Dalam Penguatan Masyarakat Sipil. Artikel ini mencoba untuk mendeskripsikan teori tentang politik pluralitas dalam konteks masyarakat Indonesia. Selain itu juga membahas tentang peran media dalam mengawal demokrasi dan memperkuat masyarakat sipil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perspektif politik dan media dalam upaya pembangunan *civil society* dapat terbentuk melalui model ruang publik Habermas. Dengan sistem politik yang terbuka, politik yang berpihak pada kepentingan masyarakat akan mampu menciptakan sistem media yang bebas sebagai perwujudan demokrasi. Media untuk selanjutnya dapat menjalankan perannya secara fungsional dalam menunjang proses demokratisasi dengan memberikan ruang publik yang bebas pada masyarakat. Pada akhirnya, masyarakat yang *well informed, educated society* berpeluang besar bagi penciptaan masyarakat sipil sebagaimana yang diharapkan tanpa harus *vis a vis* terhadap negara.

Kajian media sebagai penutup edisi maret ini tentang *Agenda Setting Function* (Studi Kasus Krisis Ekonomi Amerika dan Global) yang dilakukan oleh Netty Dyah Kurniasari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah agenda media berpengaruh terhadap agenda publik khususnya tentang pemberitaan krisis ekonomi Amerika dan global. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi dengan cara membandingkan pemberitaan di media tentang krisis ekonomi dengan apa yang terjadi di publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara agenda media dan agenda publik tentang peristiwa krisis ekonomi Amerika dan global.

## THE MUSLIM SHOW: *SOFT CONTRA* “*LABELING*” MELALUI MEDIA SOSIAL

**Yuliana Rakhmawati**

*Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo Madura*  
[Yuliana.rakhmawati@outlook.com](mailto:Yuliana.rakhmawati@outlook.com)

### ABSTRACT

*Post-event 9/11 Muslims get “labeling” as an entity that refers to the fatalist devian, fundamentalists, terrorists and a number of other negative Labeling. Labeling (labeling) can not be separated from the role of the mass media to distribute messages containing the theme of labeling. An idea promoted by some Western media tend to provide reinforcement on the labeling. As one of the sensitive issues that tendentious depiction of Islam and labeling will be a provocative theme. Most Muslims respond to such labeling in ways counterproductive. However, most respond with high context communication through the dissemination of messages clarification by using social media. One such action is through the production and distribution of the comic «The Muslim Show» (TMS). Visualization packaging and design of messages in the TMS showed the creativity of the author to show the entity-whether Muslims specifically or so on about the condition of multidimensional community of Muslims. The themes in the comic duo made by the French Muslims are trying to show the positive side, peaceful Islam in the fight against Islamophobia.*

*Kata kunci: Labeling, comic, TMS.*

### I. PENDAHULUAN

Ulasan beragam diberikan oleh berbagai media *mainstream* terhadap pesan-pesan yang didistribusikan dalam TMS. Salah satu media nasional Indonesia, Republika dalam situs *republika.co.id* menulis opini redaksi terkait dengan komik TMS karya komikus Muslim Perancis Noredine Allam beserta kedua rekannya, Greg Blondin dan Karim Allam dalam

judul “*The Muslim Show : Gelak Tawa Islam di Perancis*”. Disebutkan dalam situs tersebut dalam beberapa satu-dua tahun terakhir, serial TMS menjadi fenomena Facebook di berbagai negara. Di negeri Eiffel, tempat lahir si komik, fan page-nya mendapat tanda jempol lebih dari 300 ribu penggemar, mendudukannya pada peringkat ketiga *fan page* yang paling disukai di sana (Republika.com:2014).

Khusus untuk konsumsi Facebook



(*Facebook Show*) Indonesia menjadi salah satu dari tujuh bahasa pengantar yang digunakan dalam distribusi komik TMS. Selain Indonesia komik TMS juga ditulis dalam bahasa Inggris, Perancis, Malaysia, Arab, Bangla, Urdu ([www.muslim-show.com](http://www.muslim-show.com)). Komik TMS diproduksi oleh studio komik BDUOIN Pada tahun 2010. Studio komik BDUOIN merupakan studio komik pertama di Eropa. Komik ini berusaha memotret keseharian Muslim sebagai entitas minoritas di negara Perancis. Meskipun komik ini digagas oleh muslim Perancis akan tetapi dalam pengerjaan sketsa, ide dan eksekusi mendapat bantuan penuh dari Greg Blondin seorang penganut kristen.

Komik TMS menghadirkan komunikasi secara visual dalam kemasan verbal dan dalam beberapa edisi hanya menghadirkan sketsa tanpa tulisan. Visualisasi yang ditampilkan dalam TMS dikemas sedemikian rupa dengan nuansa perdamaian. Dalam pandangan komunikasi pesan yang disampaikan komik TMS mengandung nilai-nilai dakwah. Sebuah bentuk penyampaian pesan perdamaian dengan metode komunikasi konteks tinggi. Gambar visual dalam komik TMS ingin menunjukkan sisi sederhana dan kemudahan-kemudahan secara substansial dalam Islam.

*Pun* sekaligus dalam komik TMS nilai-nilai identitas muslim (terutama) yang hadir dalam keseharian hidup di Eropa dinegosiasikan dalam bentuk beragam. Apabila media Barat selalu memberi deskripsi muslim sebagai arab maka dalam komik TMS potret tersebut

diperkaya dengan “wajah-wajah” muslim dari beragam etnisitas. Kehidupan muslim pasca tragedi 911 di Eropa atau belahan dunia dimana mereka menjadi minoritas mendapatkan tekanan baik secara sosial, ekonomi maupun budaya. Sensifitas anti-semit yang berlangsung sejak lama di Eropa sekaligus menjadi tema yang pada beberapa kesempatan ikut disertakan.

Penelitian tentang potret kaum muslim sudah dilakukan dibebagai belahan dunia dengan perspektif yang beragam. Alam (2009) melakukan penelitian tentang identitas dan potret muslim India. Ahmad (2005) mengeksplorasi penelitian radikalisasi kaum muslim di Indi termasuk kontribusi wahabi dalam membentuk citra muslim India. Penelitian Kickdekkel (1998) mendeskripsikan tentang identitas dan pola komunitas pada muslim Bosnia. Chen (1983) melakukan kajian tentang Pakistan menjadi menarik mengingat negara Pakistan merupakan salah satu negara Islam yang mengembangkan teknologi atom. Artikel dengan judul “*atom: for peace or war?*” tersebut menuliskan juga ketegangan Pakistan –sebagai representasi dari negara Islam- dengan India.

Collins (1955) menulis gambaran tentang keluarga muslim di Inggris (Eropa). Dalam kajian tersebut Collin menyebutkan bahwa keluarga yang berasal dari “percam-puran” (*mixed marriage*) terutama yang salah satu pasangannya berasal dari muslim –mayoritas pada saat itu adalah imigran- diperlakukan sebagai pasangan “kulit berwarna”. Fathi (1973) menulis tentang pandangan media massa

terhadap imigran muslim di Kanada.

Ramon (2006) dalam artikel hasil penelitian yang berjudul "*The Long-Durée Entanglement Between Islamophobia and Racism in the Modern/Colonial Capitalist/Patriarchal World-System: An Introduction*" mendiskusikan bahwa pada kondisi khusus Islamophobia merupakan cerminan dari rasisme budaya (*cultural racism*). Artikel tersebut juga membahas kasus yang terjadi pada Filosof Eropa Muslim Tariq Ramadan. Islamophobia sebagai bentuk rasisme terhadap muslim bukan saja terjadi pada level pasar tenaga kerja, pendidikan, ruang publik, isu-isu perang global melawan terorisme atau ekonomi global melainkan juga bergeser di ranah pertempuran epistemologi tentang prioritas dunia sekarang ini.

Semua penelitian tersebut menggambarkan fenomena dari sisi emik dari pengalaman dan studi lapangan kepada subjek penelitian. Beranjak dari ini maka penulis mencoba untuk melihat fenomena gambaran muslim dari perspektif etik. Sebuah kajian untuk menggali bahwa sebuah perjuangan dapat pula dilakukan dengan meenjadi bagian dari produsen budaya populer. Tentu saja dengan muatan pesan yang lebih positif tentu pula dengan cara yang tidak mencederai kemanusiaan.

Teori labeling merupakan tesis yang disampaikan oleh sosiolog Amerika Howard Becker (1963). Pandangan Becker tersebut merupakan pengembangan dari teori psikologi sebelumnya yaitu dari pandangan interaksionisme simbolik, Her-

bert Mead. Kajian pada ranah behavioral psikologis membawa kepada temuan-temuan terkait dengan kondisi yang lebih makro yaitu dilihat dari sisi masyarakat (sosiologis). Mead (1953) dalam Blumer (1969) menuliskan tentang interaksi simbolik dimana masyarakat ditempatkan sebagai media tempat terjadinya pertukaran simbol-simbol terdapat implikasinya terhadap bentuk dan pola komunikasi pada masyarakat tersebut. Masyarakat merupakan media dimana terjadi persinggungan antara pikiran (*mind*), diri (*self*) dan komunitas (*society*).

Mead (1955) sebagaimana dikutip dalam Blumer (1969) menunjukkan bahwa kehidupan kelompok manusia (*human group*) merupakan kondisi penting dari padunya kesadaran (*consciousness*), fikiran (*mind*), dunia objek, manusia sebagai organisme pemilik diri dan perilakunya merupakan tindakan yang dibangun. Pendapat ini menolak pandangan tradisional secara filosofi, psikologi, dan sosiologis akan manusia yang mendapatkan fikiran dan kesadaran sebagai sesuatu yang diberi (*givens*). Pandangan Mead akan keberadaan dunia diluar manusia adalah sesuatu yang sudah ada dan merupakan benda, perilaku manusia adalah respon akan benda-benda tersebut dan kelompok (komunitas) terjadi sebagai kumpulan organisme manusia yang reaktif.

Becker (1966) menuliskan bahwa semua kelompok sosial pada dasarnya selalu membuat aturan dan usaha dibawah lingkungan tertentu untuk menegakkan

aturan tersebut. Dalam proses penegakan aturan tersebut terdapat anggota kelompok yang perilaku sosialnya tidak sesuai dengan standar dominan pada komunitas tersebut. Perilaku yang menjurus berbeda tersebut dipandang sebagai penyimpangan (deviasi). Standar yang secara konstuktif aklamasi diterima oleh masyarakat berlaku sangat kontekstual. Dimensi kontekstual tersebut dapat terbatas pada afiliasi-afiliasi kelompok tersebut. Afiliasi dapat berupa kedekatan etnisitas, budaya, keyakinan, politik, ekonomi dan kecenderungan lainnya.

Aturan sosial menentukan situasi dan perilaku yang sesuai dengan standar tersebut, sebagian perilaku dilekatkan sebagai “benar” (*right*) sedangkan selainnya disebut sebagai perilaku “salah” (*wrong*) (Becker, 1966). Penyebutan benar dan salah pada membawa dampak kepada penegakan “aturan”. Seseorang atau anggota komunitas yang dianggap mencederai standar dianggap sebagai entitas “khusus”, sebuah entitas yang tidak dapat dipercaya untuk hidup dan berkembang bersama dengan anggota komunitas lainnya yang sesuai dengan standar. Anggota tersebut akan diberi penjurukan (*labeling*) dan diperlakukan sebagai *outsider*. Dalam konsep psikologis, anggota yang dianggap sebagai “outsider” mempunyai cara pandang yang berbeda terhadap penjurukan yang diberikan kepada dirinya.

Outsider –dalam konteks *the rule-breaker*- dapat beranggapan sebaliknya bahwa orang-orang yang melakukan

penghakiman (*judgment*) terhadap dirinya justru yang dianggap sebagai *outsiders*.

Terminologi “outsiders” digunakan Becker untuk merujuk kepada anggota (kelompok) yang dikenai penghakiman sebagai “penyimpang” (*deviant*) dan juga kepada individu yang berdiri diluar lingkaran “normal” dari kelompok tersebut (Becker, 1966: 15). Tetapi Becker memberikan makna berikutnya terkait dengan terminologi “outsiders” yang merujuk kepada masalah sosiologis yang lebih penting yaitu: “outsiders” dari sudut pandang individu yang dikenai label devian sebagai individu yang dikenakan atas pelanggaran terhadap peraturan (*had been found guilty of breaking*).

Aturan sosial (*social rules*) diciptakan oleh kelompok sosial tertentu. Masyarakat moderen (*modern societies*) merupakan contoh kelompok masyarakat yang dengan tidak mudah diorganisir. Kelompok ini tidak dengan aklamasi menyepakati aturan apa dan bagaimana aturan tersebut diterapkan pada situasi tertentu. Kelompok masyarakat ini mempunyai tingkat diferensiasi garis kelas, etnisitas, profesi dan budaya yang tinggi. Dalam bentuk masyarakat ini seringkali aturan bukan merupakan panduan homogen bagi anggotanya. Di satu sisi kondisi ini rentan memunculkan konflik dimana terjadi antara anggota dalam konsep perilaku yang pantas dan tepat menghadapi situasi-situasi tertentu (Becker, 1966: 15).

Tanda dalam komunikasi merupakan salah satu bagian penting dalam proses



penyandian pesan. John H. Powers (1995) sebagaimana dikutip oleh Littlejohn (2002) menyebutkan bahwa terdapat tiga elemen struktur dari pesan : tanda dan simbol, bahasa dan wacana. Teori moderen tentang tanda dikembangkan oleh filosof abad sembilan belas –Charles Sanders Peirce. Peirce mendefinisikan semiosis sebagai hubungan antara tanda (*sign*), objek (*object*) dan referen atau konsep dalam benak penafsir (Littlejohn, 2002: 59).

Charles Sanders Peirce (1839-1914) menulis bahwa makna hadir dalam beragam cara, atau sering disebut sebagai terminologi teknis dari logika yaitu interpretasi yang disengaja dari sebuah simbol (Short, 2007: 263). Dalam kesempatan lain “makna” dimaknai sebagai sesuatu yang pada umumnya termasuk didalamnya adalah maksud terhadap sesuatu.

Makna hadir dalam diskusi tentang tanda (*sign*). Dalam kajian tanda, makna bukanlah entitas yang hadir dengan sendirinya melainkan melalui konstruksi terhadap tanda yang direferensikan. Semiotik merupakan salah satu teori yang menjelaskan tentang kehadiran makna dalam tanda atau rangkaian tanda. Dalam konteks ini semiosis ditempatkan sebagai hubungan diadik yang dinamis. Tanda tidak hanya berdiri untuk sesuatu yang lain dari dirinya melainkan dapat digunakan untuk merujuk kepada tanda ketiga sebagai contoh asap sebagai tanda akan adanya api- terlepas hubungan antara asap dan api bersifat diadik akan tetapi tanda asap menjadi tanda dari sesuatu yang terbakar

merupakan referensi bagi kehadiran tanda pada elemen ketiga lainnya, interpretan yang lain merupakan hal yang penting (Deely, 1990 : 33).

Deely (1990 : 34-36) menulis bahwa dalam relasi seperti di atas, makna tidak hadir dalam hubungan antara objek dan kekuasaan (*power*) secara mutlak. Jika tanda (*signifier*) merupakan sarana dari petanda yang dirujuk maka menjadi penting untuk menghadirkan kembali tanda dalam pemaknaan (*signifikasi*). Tanda tergantung kepada sesuatu lain diluar dirinya. Tanda merupakan perwakilan yang bersifat derivatif, dalam kapasitas sebagai subordinat. tanda hadir dalam sebuah relativitas. Ada tanda yang menjadi objek otonom atas dirinya sendiri akan tetapi tidak ada tanda yang tidak relatif terhadap objek daripada dirinya sendiri dan objek seperti itu yang disebut sebagai petanda, penafsir atau *signified*.

Perasaan dapat juga menjadi penafsir, meskipun hanya apabila bersinggungan dalam respon. Perasaan tidak dapat menjadi sebuah tujuan bahkan perasaan bukanlah sebuah kejadian. Namun konteks perasaan dapat dijadikan rujukan penafsir dengan merubah perasaan dalam bentuk perilaku agar tercapai bentuk respon dari perasaan seperti yang diharapkan oleh proses penyandian (Short, 2007: 164).

## **Metode**

Analisis terhadap visual dari TMS dilakukan dengan mengidentifikasi tanda-



Gambar 1. “standpoint”

Sumber : [www.facebook.com/themuslimshow](http://www.facebook.com/themuslimshow)

tanda yang mengandung pesan-pesan moral positif. Makna tanda dianalisis menggunakan analisis tekstual media . Pesan moral terutama yang terkait dengan pematangan terhadap “labeling” yang selama ini dilekatkan kepada Muslim. Pierce (2000) membantu penelitian tentang tanda dengan merujuk tanda dalam tiga bentuk yaitu : *icon*, *indeks* dan *simbol*. Semua produk studio BDOUIN versi komik TMS dalam pandangan penulis membawa misi dakwah dan pesan perdamaian. Untuk membatasi penelitian dengan pertimbangan prioritas kedekatan tanda visual mengandung pesan pencitraan positif unit analisis dipilih komik TMS dengan tema “*Biennocular effect of the media*”, “*salam*”, *standpoint*.”

## II. PEMBAHASAN

Ilustrasi visual dari salah satu episode TMS dengan judul “*standpoint*”

digambarkan perilaku pada sebagian manusia-dimana umat muslim termasuk didalamnya. Pada frame atas terdapat tulisan “*The Rich, The Poor and....Me*”. Sedangkan dalam bagian gambar terdapat sebuah rumah sederhana dengan dua penghuni. Dua penghuni digambarkan sedang melihat rumah disamping mereka. satu penghuni (dijendela kiri) melihat bangunan disampingnya yang lebih megah dan mewah dengan mengucap “mengapa rumahku tidak bisa seperti itu?” disertai dengan gerakan tangan menopang dagu dan ekspresi sedih. Sedangkan di sisi jendela kanan terdapat penghuni rumah melihat bangunan di sisi kanan rumah dan berucap “alhamdulillah rumahku tidak seperti itu” disertai ekspresi senyum. Bangunan di sisi kanan rumah merupakan bangunan yang lebih sederhana dan bahkan “kurang”. Rangkaian tanda yang dikemas dalam ilustrasi TMS tersebut merupakan sebuah

proses produksi pesan yang kreatif.

Littlejohn (2002) menulis bahwa dalam produksi pesan setidaknya diper-timbangkan konteks (kebiasaan) *trait* dan perilaku (*behaviors*) serta aspek kognisi. Tanda sebagai media pemaknaan dikenal juga dengan penanda (*signifier*) sedangkan konsep termasuk makna yang dibangun akan tanda disebut sebagai petanda (*signified*). Relasi tanda dalam gambar tersebut terjadi antara ikon, indeks dan simbol. Ikon merujuk kepada tanda yang merujuk kepada objek sebenarnya. Indeks adalah tanda yang menjadi rujukan bagi tanda lainnya. Sedangkan simbol merupakan tanda yang memerlukan kesepakatan dalam pemahamannya.

Dalam ilustrasi diatas penanda yang dominan dan berkorelasi dengan petanda adalah indeks. Indeks tercermin dalam rangkaian gambar rumah, orang dan tulisan-tulisan dalam frame tersebut.

Keseluruhan ikon, indeks dan simbol tersebut dapat dimaknai sebagai gambaran akan manusia sebagai makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Sebagai makhluk individu manusia tidak dapat terlepas dari interaksi dengan lingkungan sosialnya.

Blumer (1969) meneruskan dari pendahulunya George Herbert Mead mengkaji interaksi individu dalam lingkungannya. Dalam proses internalisasi dapat disarikan dari gambar tersebut bahwa dua orang tersebut mempunyai kemampuan yang berbeda dalam memproses stimulus. Sensasi visual yang didapatkan dengan melihat sekeliling (lingkungan sosial) pada dua orang tersebut dipersepsi dengan cara yang kontradiktif.

Satu pria (kiri) merasa tidak nyaman atas pencapaian dan kondisi yang sudah didapatkan dalam bentuk rumah yang cukup. Sedangkan pria di sebelah kanan justru merasa bersyukur bahwa kondisi rumahnya jauh lebih beruntung dibandingkan dengan



Gambar 2. "Salam"

Sumber : [www.facebook.com/themuslimshow](http://www.facebook.com/themuslimshow)

kondisi rumah disampingnya. Apabila dilihat dalam konteks makro kondisi seperti ini hampir terjadi pada semua lapisan masyarakat. Potret kebahagiaan dicerminkan pada sebagian orang dengan indikator material sedangkan pada sebagian yang lain pada tataran bersyukur. Apabila dicermati pria (kanan) mengucapkan kata *alhamdulillah* sebagai bentuk terima kasih atas kondisi dia dapatkan.

Dalam ilustrasi yang kedua dari TMS dengan judul "salam" terlihat dialog yang terjadi antara dua orang. Satu orang berambut pirang lengkap memakai jas, dasi dan sepatu pantofel. Pria ini menunjuk pria didepannya sambil mengucapkan kalimat-kalimat bernada hinaan. "*bla.bla.bla..ini bukan negara kamu*", "*dengarkan tetangga..saya tidak pernah menyukai muslim dan saya tidak takut mengatakan kalian semua...*", "*saya benci muslim, saya benci Islam kamu, saya benci kalian semua*", "*...dan tahukah kamu kalau hidung kamu itu lebih mirip unta*". Serangkaian kalimat tersebut diucapkan dengan ekspresi yang kasar.

Sedangkan pria yang menjadi lawan bicara dengan ekspresi tenang menyampaikan kata-kata "*saya membawakan anda madu, jadi anda tidak harus mengeluarkan tenggorokan anda*".

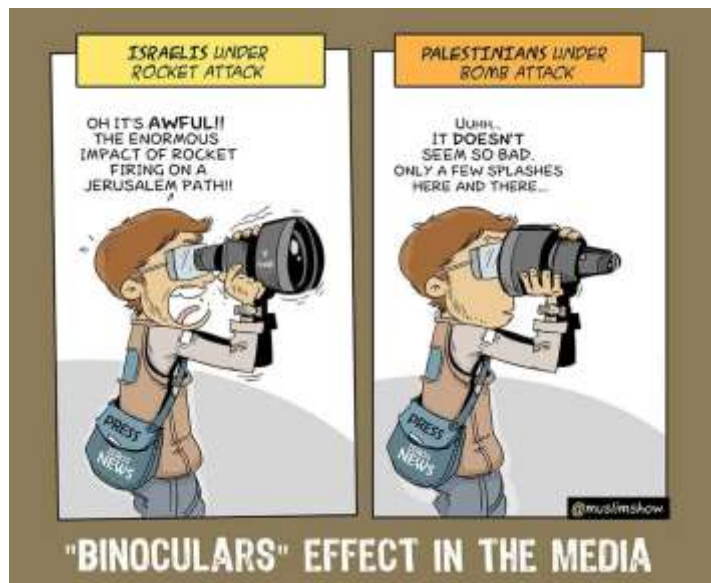
Dialog yang terjadi antara dua pria tersebut menunjukkan relasi indeksikal antara visualisasi ekspresi aktor dan ucapan verbal yang dikeluarkan. Kalimat dan gesture serta bahasa non verbal (cara berpakaian, nada ucapan) mencerminkan

cara respon individu kepada stimulus yang ekstrem. Pria berjas menunjukkan reaksi yang berlebihan seperti pada umumnya orang yang sensitif terhadap *Islamophobia*.

*Islamophobia* bukan merupakan sesuatu yang tiba-tiba menjadi ada setelah peristiwa 9/11. Pada November 1997 Inggris Runnymede mengeluarkan tulisan dengan judul "Islamofobia: sebuah tantangan untuk kita semua". Dalam artikel tersebut *Islamophobiadidefinisikan* sebagai "ketakutan, kebencian dan permusuhan terhadap Islam dan Muslim yang dilakukan oleh serangkaian pandangan tertutup yang menyiratkan dan atribut stereotip negatif dan menghina dan keyakinan umat Islam".

Terjadi serangkaian "pengasingan" umat muslim dari kehidupan ekonomi, sosial dan masyarakat serta diskriminasi berdasarkan persepsi bahwa agama Islam tidak memiliki nilai-nilai yang sama dengan dan entitas yang inferior terhadap Barat. Kondisi ini menggiring pandangan bahwa Islam adalah ideologi politik kekerasan semata bukan sebagai sumber iman dan spiritualitas seperti agama-agama Ibrahim lainnya, Yahudi dan Kristen (Elsito, 2011).

Seperti *anti-Semitisme* dan *xenofobia*, *Islamofobia* memiliki akar sejarah yang panjang dan mendalam. Isu kebangkitan kontemporer telah dipicu oleh masuknya secara signifikan Muslim di Barat pada akhir abad kedua puluh, serta revolusi Iran, pembajakan, penyanderaan, dan tindak terorisme pada 1980-an dan 1990-an, serangan terhadap *World Trade Center* dan Pentagon, dan serangan teroris berikutnya



Gambar 3. “Binoculars effects in the media”

Sumber : [www.facebook.com/themuslimshow](http://www.facebook.com/themuslimshow)

di Eropa. Para korban diskriminasi dan kebencian kejahatan bukan ekstremis yang bertanggung jawab atas kekerasan dan teror akan tetapi mayoritas merupakan muslim moderat di Eropa dan Amerika. Dalam beberapa tahun terakhir, partai-partai politik anti-imigran kanan dan komentator politik di Eropa dan Amerika telah memberi “label” agama Islam dan seluruh umat Islam. sebagai sebuah manifestasi dari bentuk ganas rasisme budaya (Elsito, 2011).

Sebuah awal penyimpangan (devian) melahirkan penjulukan (*labeling*) kepada golongan minoritas yang dianggap tidak memberikan kontribusi positif terhadap masyarakatnya (Becker, 1966). Bagi pelaku yang diberikan penjulukan pada perkembangannya justru akan mempertahankan perilaku sesuai apa yang dijulukan kepadanya. Apabila ditarik dalam ranah kompetisi media yang sangat terbuka informasi apapun dapat dipertukarkan

dengan sangat bebas. Media menjadi agen pembentuk opini yang “mengikuti” kemauan penitip pesan.

Pesan religius spiritual dalam komik TMS salah satunya dalam episode “salam” yang dapat diinferensikan adalah sebagai muslim hendaknya membalas semua hinaan dari orang yang (tidak mengenal) Islam dengan cara yang baik. Kebajikan muslim dalam mengkonter hinaan tersebut menunjukkan bahwa Islam bukanlah agama yang reaksional akan tetapi menggunakan logika dan argumentasi dalam berperilaku termasuk dalam menghadapi hinaan.

Pesan yang didistribusikan oleh media dalam produk berita atau tayangan budaya populer selama ini (terutama) pasca 911 mengarah kepada pembentukan opini bahwa teroris adalah Islam dan Islam adalah teroris. Penjulukan yang diwakili dalam berita dari kantor-kantor berita Barat dan dilansir oleh beberapa media nasional dan lokal. Pakar Komunikasi Politik



UI Effendi Gazali menulis pada media kompas cyber media tentang keberpihakan media terhadap isu teorisme dengan judul artikel "*Without Media There Can Be No Terrorism!*".

Media memegang peranan penting dalam distribusi informasi dan persuasi kepada khalayak. Dalam teori agenda setting disampaikan bahwa agenda media menentukan agenda publik. Pesan provokatif sekalipun dari media akan dapat dikonter dengan sesama pesan media. Dalam konteks ini komik TMS mencoba menghadirkan pesan yang menolak gambaran informasi tentang Islam sebagai sebuah keyakinan yang selama pasca 911 seakan dilekati dengan simbol-simbol kekerasan.

Ilustrasi edisi TMS diatas menggambarkan bagaimana dua media dari ideolog yang berbeda melihat sebuah fenomena dan mengemasnya dalam agenda media. Dua kutub yang sangat ekstrem dalam memaknai "perang" Palestina dan Israel. Kolom kiri digambarkan seorang jurnalis yang melihat konflik tersebut dengan lensa teropong yang sempurna dalam penggunaannya. Jurnalis -yang merupakan-representasi dari industri media menginterpretasi serangan roket terhadap Israel ternyata membawa efek yang sangat besar. Sedangkan di kolom kanan digambarkan jurnalis yang sama melihat serangan bom Israel ke wilayah Palestina bukan merupakan isu yang penting karena hanya menimbulkan percikan-percikan bukan sesuatu yang masiv.

Apabila dicermati gambaran sudut pandang yang tidak memiliki standar pada sebagian media dalam pemberitaan fenomena tertentu pada dasarnya akan menjurus kepada penggiringan publik untuk membuat "labeling" kepada entitas yang diberitakan. Becker(1966:15) menyebutkan bahwa pada kondisi masyarakat yang terdiri dari kelompok-kelompok yang secara struktural mempunyai posisi yang berlainan. Kelompok yang mempunyai posisi "khusus" diberikan kekuasaan untuk menggunakan kekuasaan dan amunisi terbaiknya untuk menegakkan aturan. Perbedaan usia, jenis kelamin, etnisitas dan kelas sosial memberikan kontribusi kepada pembedaan derajat kekuasaan.

Media massa sebagai bagian dari kelompok sosial juga menggunakan standar aturan tertentu dalam merumuskan agenda media. Seperti dalam ilustrasi diatas TMS mencoba untuk memberikan gambaran kepada publik bahwa media (dengan indeks gambar jurnalis) karena perbedaan ideologi, etnisitas, afiliasi dapat melihat dan menyajikan sebuah realitas dalam sudut pandang yang berbeda.

### III. PENUTUP

Pesan dapat diproduksi dan didistribusikan dengan beragam cara. Hal ini terkait dengan tujuan disampaikannya pesan tersebut. Dalam konteks komunikasi jenis pesan atau informasi akan menentukan bagaimana pesan tersebut diperlakukan dalam pola interaksi. Pesan

atau informasi publik, sosial atau bahkan pribadi (privat) berada pada kuadran yang saling bersinggungan.

Dalam konteks pergaulan dunia, umat muslim juga merupakan salah satu sub sistem yang turut memberikan kontribusi pada semua lini kehidupan. Sejarah yang mempunyai kedekatan (*proximity*) melahirkan kecenderungan media dalam membaca fenomena dan menuliskannya kembali untuk publik. TMS memberikan gambaran tentang soft contra terhadap labeling atau penjulukan baik secara eksplisit verbal terhadap entitas muslim atau mengemasnya dalam muatan media yang strategis.

Penyimpangan (*deviance*) yang dilekatkan kepada muslim dalam konteks hubungannya dengan gerakan radikal

menurut TMS patutlah untuk diluruskan. Proses tersebut dirintis dengan penyebaran pesan-pesan afirmatif melalui media sosial. Produk TMS bukan saja memberikan alternatif cara pandang baru kepada para Islamophobia juga "menyentil" kehidupan sebagian muslim itu sendiri.

Untuk mengenali bahwa penyimpangan (*deviance*) sengaja diciptakan untuk kepentingan perilaku tertentu, dengan memberikan "pejulukan" (*labeling*) kepada perilaku sebagai deviasi yang perlu ditekankan bahwa aturan yang diciptakan dan dipelihara tidak selamanya akan berlaku secara umum. Pada dasarnya aturan-aturan dan standar tersebut merupakan objek dari konflik dan ketidaksepakatan sebagai bahagian dari proses politik dari masyarakat tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Arshad (2009). "Contextualising Muslim Identity: Ansaris, Deobandis, Barelwis" dalam *Economic and Political Weekly*, Vol. 44, No. 24 (Jun. 13 - 19, 2009), pp. 86-92
- Ahmad, Imtiaz (2005). "India and the Muslim World" dalam *Jurnal Economic and Political Weekly*, Vol. 40, No. 9 (Feb. 26 - Mar. 4, 2005), pp. 819-822.
- Becker, Howard S (1966). *Outsiders: Studies in Sociology Deviance*. The Free Press. New York.
- Blumer, Herbert (1969). *Symbolic Interactionism, Perspective and Method*. University of California Press.
- Chen, Micki (1983). "Pakistan : Atoms for Peace or War?" dalam *Jurnal Harvard International Review*, Vol. 6, No. 2 (November 1983), pp. 41-42.

- Collins, (1955). "The Moslem Family In Britain" dalam Jurnal *Social and Economic Studies*, Vol. 4, No. 4 (December 1955), pp. 326-337. Sir Arthur Lewis Institute of Social and Economic Studies University of the West Indies.
- Deely, John N (1990). *Basics of Semiotics Advances in Semiotics*. Indiana University Press.
- Elsito, John L (2011). "What Everyone Needs to Know About Islam" diakses dari <http://www.oxfordislamicstudies.com.ezproxy.ugm.ac.id/wentkai.html> pada Maret 2015.
- Fathi, Asghar (1973). "Mass Media and a Moslem Immigrant Community in Canada" dalam jurnal *Anthropologica New Series*, Vol. 15, No. 2 (1973), pp. 201-230. Canadian Anthropology Society.
- Ghazali, Effendi (n/a). *Without Media There Can Be No Terrorism!*, kompas.
- Kickdekkel, David A (1998). "Being Muslim the Bosnian Way: Identity and Community in a Central Bosnian Village" dalam Jurnal *Anthropological Quarterly*, Vol. 71, No. 2 (Apr., 1998), pp. 99-100. The George Washington University Institute for Ethnographic Research.
- McPhail, Thomas L (2006). *Global Communication Theories, Stakeholders, and Trends. 2nd ed. Blackwell Publishing*.
- Ramon, Grosfoguel (2006). "The Long-Durée Entanglement Between Islamophobia and Racism in the Modern/Colonial Capitalist/Patriarchal World-System: An Introduction" dalam Jurnal *Human Architecture* Vol.5 Issue 1. Pp. 1-12. Ahead Publishing House Okcir Press
- Smith, Ken et all (2005). *Handbook of Visual Communication*. Lawrence Erlbaum.
- Short, T.L (2007). *Peirce's Theory of Signs*. Cambridge University Press.
- Republika.com (2014). "*The Muslim Show Gelak Tawa Islam di Perancis*". Dari <http://www.republika.co.id/berita/internasional/global/14/03/09/n26gfz-the-muslim-show-gelak-tawa-islam-di-perancis>

## Pedoman Penulisan

1. Artikel merupakan kajian teoritis, konsep dasar, hasil penelitian dan atau pembahasan mengenai fenomena komunikasi.
2. Artikel ditulis dengan Bahasa Indonesia sepanjang 10-20 halaman kuarto, spasi 2, huruf Times New Roman.
3. Format penulisan artikel:
  - Judul.
  - Nama Penulis (tanpa gelar).
  - Nama lembaga dan alamat tempat bekerja.
  - Abstrak dalam bahasa Inggris (tidak lebih dari 200 kata) dilengkapi dengan kata kunci (dicetak miring)
    - I. Pendahuluan (latar belakang, perumusan masalah, metode, dan landasan teori).  
Masing-masing tidak dinyatakan lewat sub-sub judul.
    - II. Pembahasan (sub judul sesuai dengan topik bahasan)
    - III. Penutup (simpulan dan saran)
  - Daftar Pustaka (berisi pustaka yang dirujuk dalam uraian saja)
  - Lampiran
4. Daftar Pustaka ditulis secara konsisten dengan susunan sebagai berikut:  
Pengarang. Tahun terbit. Judul. Kota Terbit: Penerbit.  
Cntoh:  
Griffin, Michael. 2002. A Fisrt Look at Communication Theories. London: Sage Pub.
5. Artikel dapat dikirim dalam bentuk *soft copy* (CD) dalam format *doc.* atau *rtf.*
6. Artikel yang diterima redaksi dan tidak layak muat tidak dikembalikan.
7. Artikel dikirim ke alamat redaksi:  
Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo. P.O. BOX 2 Raya Telang-Kemal, Bangkalan 69162 atau dikirim via email ke: [jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang Po. Box 2 Bangkalan 69162  
Telp. 031-3012390/Fax. 031-3011506  
Email : Jurnal.komunikasi@yahoo.com

