



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Perilaku Komunikasi Peziarah Kubur Jamaah Syatariah

Rinaldi¹, Dalmenda², Rizki Putra Aslendra³

¹²³Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

rinaldisikumbang@gmail.com, de_pamuntjak@yahoo.co.id, aslendra79@gmail.com

Abstract

Research with the title Behavior Communication Pilgrims Graves of Jamaah Syatariah, was Aims to see the value of a pilgrimage and behavior communication. The method used in this research is qualitative method with Phenomenology approach. Subject of the research is Pilgrims grave in a grave of Syeh Burhanuddin in Pariaman and Makam Tuanku Aluma grave in Agam, Sumatera Barat. The collection of data used in this research are through profound interview and participative observation. The result shows that there are three classification of pilgrims. They are pilgrims with the goal of malepeh niaik, turun ka aia, and looking for grave secured.

Keyword: Pilgrimage, Behavior Communication, Nonverbal Communication

Abstrak

Penelitian dengan judul Perilaku Komunikasi Peziarah Kubur Jamaah Syatariah, bertujuan untuk melihat makna ziarah dan perilaku komunikasi yang terbentuk saat para peziarah melakukan ritual di makam para ulama tersebut. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Subjek dalam penelitian ini adalah para peziarah kuburan di makam Syeh Burhanuddin di Pariaman dan Makam Tuanku Aluma di Agam, Sumatera Barat. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Hasil penelitian menemukan tiga kategori/klasifikasi peziarah. Pertama, peziarah dengan tujuan malapeh niaik, kedua, peziarah dengan tujuan turun ka aia, dan ketiga, peziarah dengan tujuan meminta karomah dari kuburan. Masing-masing kategori tersebut memiliki pemaknaan berbeda atas kegiatan ziarah yang mereka lakukan. Begitu juga dengan perilaku komunikasi yang mereka lakukan. Terdapat perbedaan perilaku yang sangat berkaitan dengan makna ziarah yang mereka pahami.

Kata kunci: Ziarah, Perilaku Komunikasi, Komunikasi nonverbal

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Penulis bertemu dengan seorang ibu paruh baya yang sedang berziarah di makan Tuanku Aluma di Agam. Si Ibu yang berzairah dengan membawa anaknya yang masih sekolah tersebut berdoa dan *ratik* (zikir) di samping kuburan Tuanku Aluma. Setelah prosesi doa selesai, si ibu mengambil air dalam wadah yang

berasal dari kulit kerang yang disediakan di samping kuburan, kemudian mengusapkan air tersebut pada kepala dan wajah anaknya. Merasa penasaran, Penulis menanyakan kenapa mengusapkan air tersebut di kepala si anak, si ibu tersebut beralasan bahwa usapan dengan air tersebut diyakini bisa menambah kecerdasan si anak.

Kejadian di atas adalah satu dari banyak fenomena yang dilakukan dan diyakini oleh para peziarah di makam yang mereka kunjungi. Banyak perilaku lain yang mereka lakukan dengan makna yang mereka pahami secara turun-temurun. Uniknya, perilaku tersebut dilakukan oleh orang yang datang dari luar daerah tersebut. Di Makam Tuanku Aluma misalnya, sebagian besar peziarah adalah orang Pariaman baik yang tinggal di Pariaman, atau orang Pariaman yang tinggal di daerah lain. Sedangkan penduduk asli sekitar makam Tuanku Aluma jarang melakukan ritual tersebut. Begitu juga sebaliknya, di makam Syeh Burhanuddin, peziarahnya datang dari daerah lain, diantaranya dari Koto Tuo, Agam, daerah asal Tuanku Aluma.

Banyak perilaku komunikasi yang peziarah lakukan, menarik untuk Penulis teliti. Perilaku komunikasi secara sederhana diartikan sebagai tindakan dalam berkomunikasi. Tindakan dalam komunikasi bisa dalam bentuk verbal dan nonverbal. Menurut Mulyana (2001:260) pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Sedangkan non verbal berupa tindakan selain kata-kata yang diucapkan. Joseph A. De Vito membagi komunikasi non verbal dalam lima bagian yaitu, komunikasi tubuh, komunikasi wajah, gerakan mata, komunikasi ruang, parabahasa dan waktu.

Pembentukan makna dalam perilaku komunikasi menjadi hal yang menurut peneliti menarik untuk diteliti dalam fenomena ini. Untuk melihat perilaku komunikasi tersebut, penulis mencoba menangkap dengan kacamata fenomenologi. Pendekatan fenomenologi punya gagasan pokok yang mengatakan bahwa manusia secara aktif akan menginterpretasikan pengalaman mereka dengan memberi makna atas apa yang mereka alami. Perilaku dan tindakan seseorang didasari atas apa yang mereka maknai terhadap tindakan tersebut. Oleh karena itu penulis merasa tertarik melakukan penelitian tentang perilaku komunikasi para peziarah kubur.

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Perilaku Komunikasi Jamaah Syatariah di Makam Syeh Burhanuddin Kabupaten Pariaman dan Makam Tuanku Aluma di Kabupaten Agam”.

Tujuan penelitian ini berusaha untuk mendeskripsikan perilaku komunikasi yang dilakukan saat melaksanakan ziarah kubur.

Kerangka Teoretis

Komodifikasi menurut Vincent Moscow seperti dikutip dalam Ibrahim dan Akhmad (2014) diartikan sebagai proses mengubah barang dan jasa, termasuk di dalamnya komunikasi, yang dinilai karena kegunaannya, menjadi komoditas yang dinilai dari karena apa yang akan mereka berikan di pasar.

Secara sederhana komodifikasi bisa diartikan sebagai peralihan barang dan jasa yang pada awalnya dinilai karena gunanya, kemudian menjadi komoditas yang bernilai karena ia bisa mendatangkan keuntungan di pasar.

Kondisi ini jelas terlihat dalam penelitian ini. Budaya ziarah makam, yang sebenarnya dinilai sebagai sarana untuk mendoakan dan menghargai ulama yang sudah meninggal, menjadi sarana mencari keuntungan oleh pengelola makam dengan berbagai ritual yang dilakukan melalui perantara pengelola makam.

Sebagai contoh misalnya, saat berdoa, para pengunjung dianjurkan untuk member sedekah kepada penjaga makam agar doanya lebih mudah sampai. Dan praktik ini seolah menjadi ladang ekonomi yang menopang penghidupan si penjaga makam. Dengan alasan makbulnya doa mereka, praktik “jual-beli” doa terjadi di area makam ini. Menurut pemikiran Karl Marx, komodifikasi merupakan nilai tukar dengan produk lain.

Menurut Mosco (2009: 11-16), komodifikasi adalah upaya mengubah sebuah nilai dan keyakinan masyarakat tentang sebuah produk ke arah yang diinginkan oleh pemilik

produk tersebut. Dalam hal ini adalah para pengelola makam.

Komodifikasi dalam kegiatan ziarah ini bisa dalam banyak hal, misalnya pemberian sedekah, hewan kurban yang harus disembahkan, tanah kuburan yang dibawa pulang, alat-alat peribadatan yang harus dibeli di area makam. Dan berbagai bentuk sumbangan demi terlaksananya ritual tersebut.

Fenomenologi

Fenomenologi sebagai sebuah tradisi memiliki fokus pada internal, pengalaman kesadaran dari orang. Dalam hal ini melihat pada cara bagaimana orang-orang mengerti dan memberi arti pada peristiwa tentang hidupnya dan juga pada rasa tentang diri mereka (Littlejohn, 2009:50).

Fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Fenomena bukanlah diri seseorang yang tampak secara kasat mata, melainkan tidak terlihat dengan mata akan tetapi bisa disadari secara sadar. Oleh karenanya fenomenologi merupakan refleksi langsung pengalaman manusia. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita dan bagaimana penampakkannya (Kuswarno, 2009:1).

Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk merekonstruksi dunia kehidupan manusia sebenarnya dalam bentuk yang mereka alami sendiri. Realitas tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi (Matthes dalam Mulyana, 2004: 63).

Dalam konteks fenomenologis, para peziarah adalah individu yang melakukan tindakan sosial dengan individu lainnya. Mereka mengonstruksi dunianya sendiri sehingga memunculkan sebuah perilaku komunikasi ketika berziarah. Proses memaknai dan merekonstruksi inilah yang akan coba dilihat dalam penelitian ini.

Konstruksi Sosial Atas Realitas

Individu dalam pandangan teori tafsir sosial atas kenyataan atau sering disebut orang dengan teori konstruksi realitas sosial adalah individu yang merdeka, bukan korban dari fakta sosial, melainkan individu yang memproduksi sekaligus mereproduksi dunia sosialnya. Istilah konstruksi realitas sosial mulai populer sejak tulisan Berger dan Luckmann berjudul *The Social Construction of Reality* dipublikasikan. Proses konstruksi sosial dilakukan oleh individu melalui tindakan dan interaksinya. Individu secara terus menerus menciptakan suatu realitas secara bersama-sama secara subjektif. Realitas menurut Bungin (2011) adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Maksudnya, realitas dunia sosial tersebut berdiri sendiri di luar individu, yang menurut kesan kita realitas itu ada dalam diri sendiri hukum yang mengusainya.

Menurut Berger (dalam Bungin), sosiologi pengetahuan harus bisa menjelaskan dialektika antara diri (*self*) dengan dunia sosiokulturalnya. Dialektika ini berlangsung dalam tiga proses yaitu: *pertama*, eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. *Kedua*, obyektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi di dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan. *Ketiga*, internalisasi, yaitu proses individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu tersebut menjadi anggotanya (Bungin, 2011: 15).

Berger dan Luckmann (2012), mengatakan bahwa hubungan manusia dengan lingkungan di sekitarnya (alam) bersifat keterbukaan. Semua kegiatan manusia bisa mengalami proses pembiasaan (habitualisasi). Setiap tindakan yang sering diulangi pada akhirnya akan menjadi suatu pola yang kemudian juga bisa direproduksi kembali. Pembiasaan berarti bahwa tindakan tersebut bisa dilakukan kembali di masa mendatang

dengan cara yang sama dengan upaya yang sama ekonomisnya (Berger dan Luckmann, 2012: 72-73).

Aktivitas komunikasi tidak hanya berdampak pada pertukaran makna. Makna dalam sebuah proses komunikasi tidak selalu bisa sama. Makna pesan yang ditangkap dan diterima oleh penerima pesan belum tentu akan sama dengan makna pesan yang disampaikan oleh si pemberi pesan. Kontsruksi makna sangat dipengaruhi oleh banyak hal.

Interaksi Simbolik

Konsep interaksi simbolik ini (*symbolic interactionism*) diperkenalkan salah satunya oleh Goerge Herbert Mead. Tulisan Mead tentang interaksi simbolik ini berjudul *Mind, Self, and Society* yang diterbitkan sekitar tahun 1930-an di Universitas Chicago. Akan tetapi dalam tulisan tersebut hanya memuat konsep inti dari teori *interaksi simbolik* saja, sedangkan istilah *interaksi simbolik* sendiri dipopulerkan oleh muridnya Herbert Blumer melalui beberapa bukunya yang terbit tahun 1960-an.

Konsep dasar interaksi simbolik menyatakan bahwa dalam berinteraksi dalam kehidupan ini, manusia akan selalu berbagi makna dan pengertian tertentu, melakukan tindakan tertentu, dan memahami kejadian melalui cara tertentu pula. Menurut Charon (2007: 28-29), terdapat lima pokok pikiran utama dalam interaksi simbolik. Kelima pokok pikiran ini bisa menjelaskan bagaimana interaksi simbolik melihat manusia. Kelima pokok pikiran ini terbagi atas: (1) Manusia harus dipahami sebagai makhluk sosial. (2) Manusia harus dipahami sebagai makhluk yang berfikir. (3) Manusia tidak merasakan dan memahami lingkungannya secara langsung, akan tetapi manusia memberikan definisi terhadap situasi yang mereka berada di dalamnya. (4) Alasan seseorang bertindak adalah hasil dari pemikirannya atas situasi apa yang terjadi. (5) Manusia adalah makhluk yang aktif dalam berhubungan dengan lingkungannya.

Berdasarkan lima pokok pikiran yang telah diungkapkan di atas, barulah dapat diambil intisari bahwa dalam berinteraksi manusia tidak akan pernah lepas dari tiga unsur yaitu pikiran, diri, dan lingkungannya.

Makna dalam Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi merupakan tindakan dalam berkomunikasi. Setiap tindakan dalam komunikasi meliputi tindakan verbal dan nonverbal. Perilaku komunikasi yang penulis maksud dalam pembahasan ini meliputi komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dan nonverbal ibarat dua sisi mata uang yang terkadang tidak dapat dipisahkan antara satu dan lainnya, bahkan akan sulit bagi kita melakukan komunikasi verbal tanpa diikuti oleh komunikasi nonverbal.

Menurut Mulyana (2001:260) pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Oleh karenanya komunikasi verbal adalah usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan menggunakan bahasa. Selain perilaku komunikasi verbal, juga terdapat perilaku komunikasi nonverbal yaitu perilaku komunikasi yang menggunakan simbol atau isyarat selain kata-kata.

Joseph A. De Vito (2006) membagi komunikasi nonverbal dalam lima dimensi, diantaranya, Komunikasi tubuh: komunikasi tubuh adalah pintu utama yang sering dilewati oleh setiap orang dalam proses komunikasi nonverbal; Komunikasi wajah: Gerakan wajah mengkomunikasikan macam-macam emosi selain juga kualitas atau dimensi emosi; Gerakan mata: Pesan-pesan dikomunikasi oleh mata bervariasi bergantung pada durasi, arah dan kualitas dari perilaku mata; Komunikasi ruang, wilayah, dan sentuhan: Selain berkomunikasi dengan kata-kata dan dengan tangan, wajah, dan mata kita juga berkomunikasi dengan ruang, wilayah dan sentuhan; Parabahasa dan waktu: Hal ini berkaitan dengan cara kita mengucapkan sesuatu dan bukan pada apa yang kita ucapkan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis untuk mengungkapkan bagaimana perilaku komunikasi peziarah kuburan.

Moleong (2012:10) menyatakan bahwa penelitian fenomenologi berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga ia mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh para subjek di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari. Dengan kata lain, diperlukan “empati” dan interaksi dialektis antara peneliti dan informan melalui metode kualitatif yang dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan.

Penelitian fenomenologi diawali dengan menentukan siapa dan dimana penelitian ini dilakukan dan kepada siapa mencari sumber datanya. Inilah yang disebut dengan *localiting site/individual* oleh Creswell. Kemudian peneliti akan menentukan informan kunci. Setelah peneliti mendapatkan informan, peneliti akan mencoba membangun kedekatan dan hubungan dengan informan agar penelitian bisa berjalan (*gaining acces and making report*). Setelah mendapatkan informan dan pendekatan berhasil dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data dari mereka (*collecting data*) untuk direkam dan didokumentasikan sebagai informasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan informan penelitian berjumlah 11 orang yang berasal dari peziarah. Triangulasi data dilakukan pada tuanku di makam tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan kuburan Syeh Burhanuddin di Pariaman dan Kuburan Tuanku Aluma di Kabupaten Agam.

Hasil Penelitian

Perilaku komunikasi merupakan tindakan dalam berkomunikasi. Setiap tindakan dalam komunikasi meliputi tindakan verbal dan nonverbal. Perilaku komunikasi yang penulis

maksud dalam pembahasan ini meliputi komunikasi verbal dan nonverbal.

Perilaku komunikasi para peziarah dalam pembahasan ini penulis klasifikasikan ke dalam tiga jenis. Pertama, perilaku komunikasi peziarah dengan tujuan *malapeh niaik*, kedua, peziarah dengan tujuan turun *ka aia*, ketiga, peziarah dengan tujuan *batarak*. Untuk melihat perilaku komunikasi, penulis lakukan dengan pendekatan observasi langsung dan observasi tidak langsung.

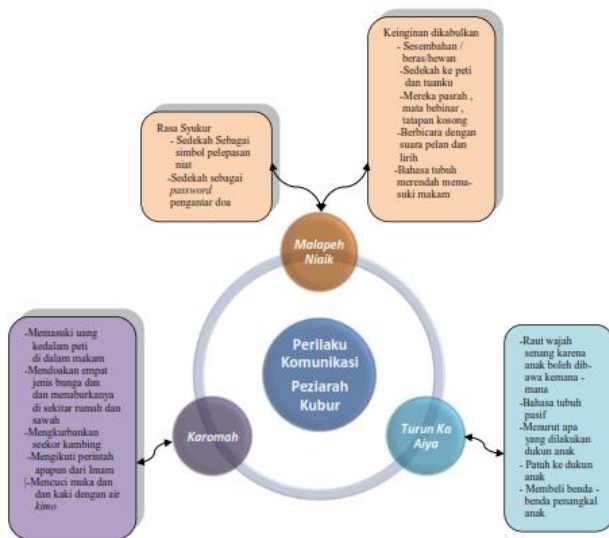
Perilaku komunikasi yang dilakukan oleh para peziarah sangat tergantung dari makna yang mereka artikan dari masing-masing kategori di atas. Bagaimana mereka mereka memaknai perilaku mereka sangat ditentukan dari latar belakang dan pengalaman masa lalu mereka. Salah seorang informan menyebutkan kepada peneliti, bahwa apa yang dilakukannya di makam tersebut adalah hasil tuntunan yang mereka dapatkan dari orang tua mereka saat mereka kecil. Dalam konsep Berger dan Luckman disebut sebagai tahapan primer dalam proses sosialisasi manusia.

Berger dan Luckman (1990: 178) menyebut proses sosialisasi individu terjadi dalam dua tahap. Tahap pertama disebut dengan sosialisasi primer, yaitu sosialisasi pertama yang dialami individu dalam masa kanak-kanak yang dengan hal tersebut ia menjadi anggota masyarakat. Proses sosialisasi kedua disebut sebagai sosialisasi sekunder yaitu proses lanjutan yang mengimbas individu yang sudah disosialisasikan tersebut ke dalam sektor baru dunia objektif masyarakatnya.

Sosialisasi primer merupakan satu proses yang sangat penting akan kelak akan menentukan sosialisasi sekundernya. Biasanya seseorang akan mengikuti proses sosialisasi sekunder yang punya kemiripan dengan proses sosialisasi primer yang dulu dialaminya. Setiap individu masuk ke dalam satu struktur sosial yang objektif dan akan menemukan orang-orang yang sangat berpengaruh dan berjasa bagi dirinya dalam proses sosialisasi primer. Berger dan Luckman menyebut individu yang

berpengaruh dalam tahap sosialisasi primer tersebut dengan istilah *significant others*.

Observasi langsung penulis lakukan dengan terlibat dalam kegiatan yang mereka lakukan. Ketika mereka berdoa, penulis juga ikut berdoa, saat mereka mendekati ke makam dengan beragam ekspresi, penulis juga melakukan hal yang sama. Hal ini penulis lakukan untuk mendapatkan suasana yang mereka rasakan dan *aura* tempat yang mereka kunjungi. Hal ini penting dilakukan agar penulis mendapatkan gambaran tentang apa yang peziarah rasakan dan apa yang mereka lakukan.



Gambar 3. Perilaku Komunikasi Peziarah Kubur

Perilaku komunikasi Peziarah dengan Tujuan *Malapeh Niaik*

Malapeh niaik adalah istilah yang digunakan untuk peziarah yang datang dengan tujuan menunaikan hajat dan niat mereka. Kelompok ini adalah kelompok terbesar dari peziarah yang peneliti wawancara dan amati di lapangan berasal dari kategori ini. Peziarah yang masuk dalam kategori ini melakukan ziarah dengan dua tujuan utama. *Pertama*, sebagai rasa syukur terhadap apa yang sudah mereka dapatkan. *Kedua*, sebagai sarana agar urusan dan hajat mereka dikabulkan.

Peziarah dengan tujuan untuk bersyukur biasanya datang dengan wajah yang tanpa beban. Dilihat dari raut muka yang mereka

tampilkan, terlihat lebih lepas dibandingkan peziarah yang datang untuk tujuan agar hajat mereka dikabulkan. Ada peziarah yang datang secara berkelompok dan sebagian mereka datang dengan anggota keluarga. Antar kelompok komunikasi mereka cenderung pasif.

Saat berada di area makam, komunikasi yang mereka lakukan cenderung lebih pasif. Area makam adalah wilayah mereka bertemu dengan para panjaga makam. Penjaga makam bisa dari tuanku, katik, ataupun imam. Imam bertugas sebagai perantara doa. Biasanya peziarah akan berdoa di makam melalui perantaraan seorang imam. Saat makam sepi pengunjung, peran imam sangat dominan untuk berkomunikasi dengan peziarah.

Saat peziarah masuk biasanya mereka akan menyerahkan uang ataupun beras sebagai *syarat* untuk didoakan oleh sang imam. Peziarah di lokasi makam ini biasanya datang dengan tatapan kosong, berbicara dengan lirih, kontak mata dengan imam pun diusahakan seminal mungkin. Mereka lebih banyak menunduk seolah mengikuti apapun yang diinstruksikan imam. Komunikasi ruang yang terjadi pun biasanya dalam jarak sosial. Nada suara juga disampaikan dengan lirih.

Hal berbeda terlihat saat mereka sudah keluar dari area makam. Mereka seolah menjadi diri mereka sendiri. Berbicara dengan nada biasa, mulai tertawa dengan anggota keluarga yang menemani, dan terlihat rileks.

Hal yang sama penulis perhatikan terhadap informan yang bernama Abdul Aziz, saat berada di lokasi makam beliau sangat menjaga perilaku, berbicara dengan suara pelan. Saat melakukan *ratik*, Aziz terlihat sangat bersemangat, goyangan kepala ke kiri dan ke kanan bersahutan mengikuti suara *ratik* yang dilantunkan. "*Tanda kami khusyuu berdoa saat ayunan kepala semakin mudha mengikuti alunan suara zikir,*" ujar Aziz. Zikir yang mereka lakukan menggunakan bahasa minang yang ditulis dalam tulisan arab melayu. Alasannya agar mudah dipahami dan dilafalkan.

Perilaku komunikasi Peziarah dengan Tujuan Turun ka Aia

Turun ka aia adalah sebuah ritual untuk menyucikan bayi yang berusia 0-3 bulan. Tujuan dilaksanakannya ritual ini adalah sebagai pertanda seorang bayi boleh dibawa keluar rumah, selain itu ritual ini dilakukan agar sang bayi disukai oleh orang lain. Tujuan terkahir dari ritual ini adalah bayi tidak mudah diganggu orang ataupun makhluk lain.

Ritual ini dimulai dengan memandikan bayi dengan campuran kunyit, beras, dan jeruk. Air yang dipakai untuk memandikan bayi diambil dari dalam sumur yang berada tak jauh dari makam.

Hampir semua informan kategori ini melaksanakan ritual dengan muka yang senang. Seperti yang penulis amati dari raut muka Rita. Dia adalah orang tua bayi yang anaknya baru saja melaksanakan ritual *Turun ka aia*. Saat bayinya dimandikan, Rani tampil dengan muka yang berseri-seri. Menurutnya ekspresi tersebut muncul karena merasa senang karena anaknya sudah bisa dibawa kemana-mana.

Setelah selesai mandi bayi tersebut akan dibawa ke dalam makam, kemudia di dalam makam akan didoakan oleh imam agar bayi terhindar dari mara bahaya. Bahasa tubuh si ibu bayi cenderung pasif. Dia akan selalu mengikuti apa yang diarahkan oleh dukun bayi ataupun imam yang membimbing berdoa.

Sebelum meninggalkan lokasi makam, orang tua bayi akan membeli beberapa benda yang dipercaya bisa menjadi penangkal bagi sang bayi. Beberapa benda yang dibeli adalah Quran kecil yang disebut Quran stambul yang biasa disimpan di dalam rumah. Bawang putih yang disebut dasun sebagai ajimat untuk diikatkan di tubuh bayi. Semua itu dilakukan oleh Rita dengan pasrah tanpa adanya pertanyaan kepada dukun anak ataupun sang imam.

Perilaku komunikasi Peziarah dengan Tujuan Karamoh

Kategori ketiga atau yang terakhir dari kelompok peziarah adalah mereka yang datang

ziarah dengan tujuan ingin mendapatkan karomah. Mereka melakukan ini dengan beberapa tujuan. Ada yang datang dengan tujuan agar mereka dimudahkan rezeki. Perilaku komunikasi yang mereka tunjukkan dengan muka pasrah.

Mereka akan mengeluarkan uang untuk dimasukkan ke dalam peti sebagai syarat pendoa memanjakan doa kepada mereka. Saat masuk lokasi makam, air muka yang dipancarkan terlihat pasrah. Tatapan mereka kosong. Cenderung tidak berani menatap muka sang imam secara langsung. Hal yang sama juga terjadi untuk peziarah dengan tujuan lain seperti datang berziarah dengan tujuan terhindar dari bahaya.

Hal yang sama juga terlihat dari para peziarah yang datang dengan tujuan agar pertanian mereka terhindar dari hama. Terdapat beberapa symbol yang mereka gunakan dalam komunikasi. Mereka akan membawa empat jenis bunga berbeda (sitawa, si dingin, sikumpai, cik karau) yang diletakkan di atas makam. Selain bunga mereka juga meletakkan sebotol air dan mengambil pasir kuburan untuk dibawa pulang. Pasir kuburan, bunga empat jenis, air kuburan disimbolkan sebagai penangkal kejahatan dan sekaligus penjaga tanaman mereka agar terhindar dari hama tanaman. Benda-benda tersebut juga disimbolkan sebagai sarana yang bisa diharapkan untuk menentramkan rumah.

Ritual ini juga dilengkapi dengan membakar kemenyan dengan tujuan memanggil arwah leluhur yang sudah meninggal. Semua mereka lakukan dengan tatapan kosong.

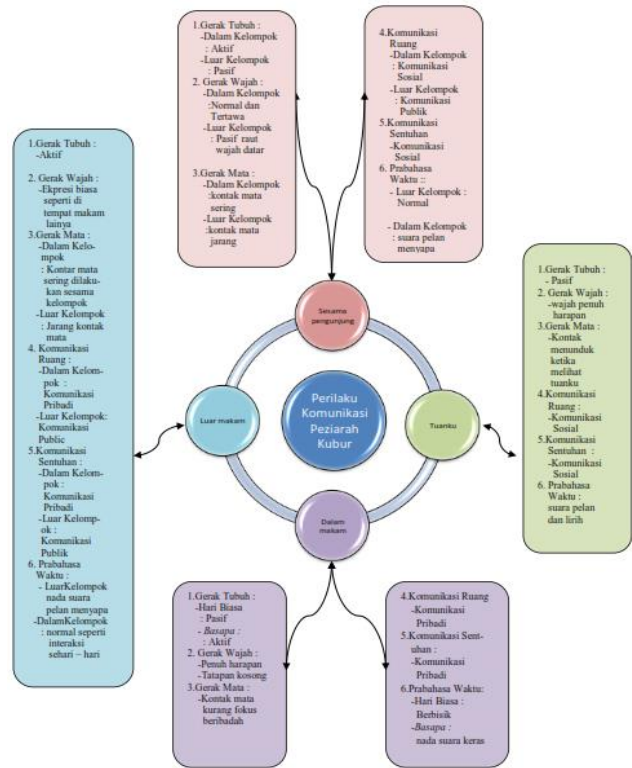
Benda terakhir yang mereka gunakan adalah mengambil air dari wadah dari kulit kerang yang mereka sebut air kimo. Air ini disimbolkan sebagai media untuk menambah kekuatan fikiran.

“Benda-benda tersebut hanya sebagai perantara untuk menyampaikan hajat mereka, pada akhirnya kita tetap berdoa dan meinta kepada Allah,” ujar Ali Imran

Berbagai benda tersebut tidak digunakan oleh para peziarah dengan tujuan untuk wisata religi, perilaku komunikasi mereka terlihat sama antara di dalam lokasi makan maupun di luar lokasi makam. Hanya saja sebagaimana mereka datang dengan tatapan kosong, mengikuti apa yang diucapkan oleh ketua rombongan yang membawa mereka.

Dari semua peziarah, mereka umumnya tidak saling berkomunikasi dengan peziarah dari kelompok lain. Mereka cenderung menghindari komunikasi dengan orang baru. Hal ini terlihat saat mereka di dalam maupun di luar lokasi makam. Untuk membuktikannya, peneliti juga beberapa kali ditolak untuk wawancara dengan alasan tidak mau.

Konsep dasar interaksi simbolik menyatakan bahwa dalam berinteraksi dalam kehidupan, manusia akan selalu berbagi makna dan pengertian tertentu, melakukan tindakan tertentu, dan memahami kejadian melalui cara tertentu pula. Dalam bukunya yang lain, Blumer menyampaikan bahwa Mead mengidentifikasi sebuah interaksi sosial bisa ditandai dengan dua hal yaitu “*conversation of gestures*” dan “*use of the significant symbol*” (Blumer, 1992:18). “*A significant symbol*” diartikan sebagai sebuah gerakan yang makna dari gerakan tersebut bisa dirasakan, sedangkan *conversation of gestures* dimaksudkan bahwa dalam berinteraksi, gerak tubuh kita juga bisa mewakili komunikasi secara verbal. Hal ini sangat terlihat dalam bahasa tubuh yang mereka lakukan. Sederhanya, dapat dilihat dalam bagan di bawah ini.



Gambar 3. Perilaku Komunikasi Nonverbal Peziarah Kubur

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa kegiatan ziarah kubur menjadi tradisi yang sudah turun temurun dilakukan oleh Jamaah Syatariah. Peziarah melaksanakan ziarah kubur dengan berbagai tujuan. Tujuan ziarah yang beragam juga membedakan makna ziarah mereka. Perilaku komunikasi yang mereka lakukan juga sangat bergantung dari makna yang mereka pahami.

Hasil penelitian menemukan klasifikasi peziarah ke dalam 3 kelompok. Pertama peziarah dengan tujuan *malapeh niaik*, kedua, peziarah dengan tujuan turun *ka aia*, ketiga, peziarah dengan tujuan *batarak*. Para peziarah dengan tujuan *malapeh niaik* memaknai ziarah sebagai sarana untuk bersyukur kepada tuhan atas apa yang mereka raih dan apa yang mereka capai. Para peziarah dengan tujuan *turun ka aia* memaknai ziarah sebagai sarana agak anak bayi disukai orang lain, agar anak terhindar dari gangguan makhluk asing dan orang lain, serta sebagai pertanda seorang anak sudah bisa dibawa keluar. Peziarah untuk

tujuan karomah memaknai ziarah sebagai sarana agar rezeki dimudahkan, dihindari dari bahaya, lahan pertanian terjaga, diberi kesembuhan, rumah tentram, dan wisata religi.

Perilaku komunikasi peziarah juga tergantung dari tujuan ziarah mereka. Peziarah dengan tujuan *malapeh niaik* akan menunjukkan perilaku komunikasi dengan bermacam simbol. Berdasarkan bahasa tubuh, mereka lebih cenderung pasif, tatapan kosong, dan lebih pasrah. Peziarah dengan tujuan turun *ka aia* lebih menunjukkan raut muka senang walaupun tetap dengan bahasa tubuh yang pasif. Mereka biasanya juga membeli benda-benda khusus sebagai ajimat untuk bayi. Untuk peziarah dengan tujuan karomah perilaku mereka lebih pasif, tatapan kosong dan komunikasi simbol cukup banyak digunakan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis menyarankan dua hal, yaitu: (1) Anggota jamaah syatariah yang cukup banyak dengan semangat keislaman yang sangat tinggi sebenarnya berpotensi besar diarahkan untuk sebuah gerakan keumamatan. Disarankan para pemangku kebijakan untuk memaksimalkan potensi besar ini dengan berbagai cara, seperti pengembangan keilmuan Islam dengan berbagai sumber. (2) Penelitian selanjutnya disarankan untuk melengkapi penelitian ini untuk melihat peran tuanku dalam menentukan pilihan politik jamaah syatariah. Penulis melihat ini penting karena berdasarkan penelitian anggota jamaah syatariah sangat loyal dengan imam ataupun tuankunya.

Referensi

- Berger, Peter L, dan Luckmann, Thomas. 2012. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Penerjemah Hasan Basri. LP3ES: Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Kencana Prenada Media Grup: Jakarta.

- Blumer, Herbert. 1992. *George Herbert Mead and Human Conduct*. AltaMira Press: Lanham.
- Charon, Joel M.,. 2007. *Symbolic Interactionism*. Ninth Edition. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- DeVito, Joseph A. 2006. *Human Communication. The Basic Course*. USA : Pearson Education. Inc.
- Ibrahim, Idi Subandi, dan Akhmad Bcahruddin Ali. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi, Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor: Jakarta.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Widya Padjadjaran: Bandung.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publications: California.
- Mosco, Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication*. Second Edition. Los Angeles: Sage Publications Ltd.
- Misiak, Hendryk, Sexton Virginia Staudt. 2009. *Psikologi Fenomenologi, Eksistensi, dan Humanistik*. Penerjemah Koswara, E. Refika Aditama: Bandung.
- Moleong, Lexi J.,. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi revisi. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Samad, Duski. 2003. *Syekh Burhanuddin dan Islamisasi Minangkabau*. TMF Press: Jakarta.