

Komunikasi Profetik Dalam Media Sosial Komunitas Musisi Mengaji Bandung

Ratu Arti Wulan Sari, Danistiar Arif Putra, Arfan Suryandi
email: ratuwulanarti@uninus.ac.idm

Abstract

Musisi Mengaji Community (Komuji) Bandung is a community that is unique because it is formed from two similarities, namely the love of music and the need to study religion. Their community activities are reflected in Komuji's Instagram social media @komuji_indonesia which already has 22.7 thousand followers. This study aims to determine how prophetic communication is used in the Instagram social media of Musisi Mengaji Community (Komuji) as a community that carries religious values as well as the art of music. The method used in this research is descriptive qualitative method using the Theory of Prophetic Social Sciences which was initiated by Kuntowijoyo. The data collection techniques used 3 (three) ways, namely observation, interviews, and literature study. The results show that there are prophetic values in the @komuji_indonesia Instagram account, namely (1) Humanization, Instagram @komuji_indonesia represents the pillars of Humanization in its various collaboration events, namely containing the same human dignity even though they have differences in various things, caring for togetherness, and upholding tolerance between humans. (2) Liberation (liberation), Instagram @komuji_indonesia in its content has the pillar of Liberation in an effort to liberate the knowledge system and the economic system through its content. And (3) Transcendence, in the content on the @komuji_indonesia Instagram account, it represents this pillar where everything, both words and actions, is centered on God Almighty.

Keyword: prophetic communication, social media, musisi mengaji community

Pendahuluan

Hidup berkomunitas menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat. Sebuah komunitas bisa terbentuk dari kesamaan hobi, kesamaan daerah, tujuan bahkan cita-cita. Beberapa komunitas yang biasa kita temui seperti komunitas sepeda,

komunitas berkebun, komunitas dongeng, hingga komunitas budaya dan agama yang tersebar banyak di Indonesia.

Salah satu komunitas yang unik, penulis temukan di Bandung, Jawa Barat. Komunitas ini menyatukan dua

hal sekaligus yaitu agama dan musik. Komunitas ini menyatukan mereka yang memiliki kesamaan agama sekaligus yang memiliki kecintaan pada musik, bernama Komunitas Musisi Mengaji (Komuji).

Komuji menjadi komunitas yang memiliki gebrakan baru karena pengalaman pengikutnya yaitu para musisi. Mereka selain mencintai kegiatan bermusik juga berkeinginan untuk belajar dan mengenal Allah SWT serta ajaran Nabi Muhammad SAW. Maka dari itu berbagai kegiatan Komuji banyak diisi oleh materi keagamaan seperti mengulas berbagai kehidupan dalam perspektif agama sekaligus juga menampilkan musik yang dibawakan oleh para musisi.

Aktivitas yang dilakukan oleh Komunitas Musisi Mengaji ini bisa dilihat dalam salah satu media sosial mereka, Instagram @komuji_indonesia yang sudah memiliki pengikut sebanyak 22,7 ribu pengikut (Komuji, 2022). Sekilas aktivitas pada laman Instagram Komuji dipenuhi oleh berbagai konten berupa keagamaan, kolaborasi acara musik dan seni, hingga kutipan-kutipan dari para tokoh Komuji.

Mediasosial Instagram Komunitas Musisi Mengaji menjadi media informasi bagi para pengikutnya, baik yang sudah tergabung menjadi anggota komunitas maupun yang tertarik untuk bergabung mengikuti berbagai event yang dimiliki Komuji. Media sosial Menurut Nasrullah adalah medium lewat internet yang memungkinkan penggunanya merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016).

Komuji sebagai komunitas yang membahas seputar musik dan agama menjadikan media sosialnya bukan hanya sebagai sarana penyebaran informasi namun juga sebagai sarana dakwah. Dakwah tidak hanya terbatas pada menyampaikan sebuah

informasi saja, namun setidaknya aktivitas dakwah memiliki empat dimensi yaitu *tabligh* (menyampaikan), *iriyad* (bimbingan), *tadbir* (pemberdayaan manusia), dan *tabwir* atau *tamkin* (pemberdayaan ekonomi) (A'yuni, 2018).

Melihat media sosial instagram Komuji sekilas setidaknya memiliki keempat dimensi ini, yaitu menyampaikan sebuah informasi keagamaan, memiliki konten bimbingan yang dilakukan oleh tokoh agama, terdapat pemberdayaan manusia dan ekonomi melalui kolaborasi-kolaborasi yang dilakukan para musisi Komuji dengan komunitas lain. Muhammad Nasir (Lesmana, 2015), yang mengemukakan bahwa dakwah mengandung arti kewajiban yang menjadi tanggung jawab seorang muslim dalam *amar ma'ruf nahi mungkar*. Dakwah bisa di kemas dengan berbagai hal, bisa melalui musik, wayang, pengajian dan lain sebagainya.

Dakwah hari ini tidak terbatas di masjid atau musholla Begitupun melalui komunitas, saat ini banyak komunitas-komunitas seperti Komuji yang berlatar belakang keagamaan namun juga berlatarbelakang kesukaannya pada musik yang artinya tidak lagi ada hambatan untuk melakukan penyebaran nilai-nilai agama.

Salah satu komunikasi yang penting dalam penyebaran nilai agama adalah komunikasi profetik atau komunikasi ala Nabi Muhammad SAW. Komunikasi Profetik adalah komunikasi yang mengikuti kepada sifat-sifat kenabian. Kemungkinan komunikasi profetik ini digunakan hanya dalam beberapa komunitas yang mengacu kepada komunitas yang berlandaskan keagamaan. Pada intinya komunikasi profetik tidak hanya digunakan pada komunikasi berbasis agama, namun juga dalam arti luas seperti kemanusiaan.

Komunikasi profetik bukan hanya persoalan dakwah tetapi juga persoalan kemanusiaan secara luas. Maka dari itu, komunikasi profetik tidak hanya dipetakan

atau dibatasi pada hal dakwah atau keagamaan tetapi juga dalam kelompok atau komunitas sosial yang memuat dalam urusan kemanusiaan (Bustanul, 2018).

Ilmu profetik adalah ilmu yang mencoba meniru tanggung jawab sosial para nabi. Komunikasi profetik yang digunakan dalam artikel ini bersandar pada paradigma ilmu sosial profetik yang dicetuskan oleh Kuntowijoyo. Ilmu sosial profetik merumuskan tiga nilai dasar yang menjadi pondasi sekaligus unsur pembentuk paradigmanya, yakni nilai humanisasi (*amar makruf*), liberasi (*nabi munkar*) dan transendensi (keimanan) yang terkandung dalam QS. Ali Imran:110 (Islamy, 2021).

Komunikasi Profetik dianggap memiliki komunikasi bersifat netral. Komunikasi dinilai sebagai suatu saluran, pola dan model yang dapat menghubungkan antara teks (*nash Al-Quran*) dan konteks (kenyataan sosial, politik, ekonomi) yang terkadang memiliki keadaan yang saling mempengaruhi, berbeda atau bahkan saling bertentangan. Pada kondisi apapun relasi antar teks dan konteks membutuhkan komunikasi sebagai saluran yang netral sebagai sebuah jembatan yang menghubungkan keduanya sehingga manusia sebagai khalifah selalu berpedoman pada teks (*nash Al-Quran*) tanpa kehilangan konteksnya (Dr. Iswandi Syahputra, 2017).

Ada beberapa penelitian yang menjadi perbandingan penulis dalam artikel ini, penelitian yang berjudul “Dinamika Dakwah Komunitas Musisi (Studi Deskriptif Terhadap Aktivitas Dakwah yang diselenggarakan Komunitas Musisi Mengaji di Kota Bandung),” karya Intan Aulia Husnunnisa, Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (Husnunnisa I. A., 2018). Fokus penelitian ini terletak pada bentuk aktivitas komunitas musisinya. Persamaannya terletak pada komunitas yang sama yaitu Komunitas Musisi Mengaji,

namun terdapat perbedaan fokus, jika Intan Aulia memfokuskan meneliti aktivitas pada komunitasnya, penulis fokus meneliti komunikasi profetik yang ada dalam media sosial Instagram Komuji.

Selain penelitian tersebut, penelitian lain yaitu “Dakwah Komunitas Muslimah: Analisis deskriptif pada Komunitas Shift Ladies Pemuda Hijrah Di Jalan Saninten No. 02 Kota Bandung. Karya Kartika Putri Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati (Putri, 2020), dalam penelitian ini sama-sama membahas komunitas namun jauh berbeda karena mengambil komunitas yang berbeda serta fokus penelitian yang berbeda pula antara Dakwah Komunitas dengan Komunikasi Profetik yang ada dalam media sosial Instagram. Kedua penelitian ini mendorong penulis untuk menemukan hasil temuan baru dengan fokus penelitian yang baru.

Komunikasi profetik dalam media sosial Instagram Komuji akan diulas menggunakan Teori Ilmu Sosial Profetik milik Kuntowijoyo. Inti nilai dari Ilmu Sosial Profetik berpusat pada humanisasi (kemanusiaan) liberasisasi (pembebasan) dan transendensi (ketuhanan). Komunikasi profetik sebagai suatu konsep yang memiliki nilai sama dengan Ilmu Sosial Profetik memosisikan manusia sebagai khalifah (subjek atau agen) realitas. Komunikasi profetik merupakan cara membangun pemahaman serta relasi baru antara manusia, teks (Al-Quran dan hadist) serta konteks (realitas yang terjadi) di sekitar kita. Komunikasi profetik, komunikasi transformatif tanpa penindasan, pembodohan, penuh dengan kesadaran dan berorientasi transenden (ketuhanan). Dalam artikel ini menarik untuk dilihat lebih jauh bagaimana komunikasi profetik yang digunakan dalam media sosial Instagram Komunitas Musisi Mengaji (Kомуji) sebagai komunitas yang membawa nilai keagamaan sekaligus seni bermusik. Tujuannya diharapkan agar komunitas-

komunitas sejenis lainnya bisa mempelajari cara berkomunikasi melalui media sosial Instagram dengan menggunakan komunikasi berbasis Profetik

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, penelitian jenis ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai suatu fenomena. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan cara mendeskripsikan faktor-faktor yang diteliti (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara observasi, melakukan pengamatan pada akun Instagram Komunitas Mengaji (Komuji), melakukan wawancara terhadap pengikut (*follower*) Instagram Komuji serta studi pustaka untuk mencari referensi yang berkaitan dengan dengan artikel ilmiah ini.

Hasil dan pembahasan

Komuji (Komunitas Musisi Mengaji) dengan akun Instagram @komuji_indonesia yang beseekretariat di Jalan Cilaki No. 33, Bandung Satu, Jawa Barat, Indonesia 40115 berdiri sejak tahun 2010, sudah sekitar 11 tahun yang menjadi ruang bagi musisi untuk bisa berdiskusi perihal agama sekaligus menyalurkan hobi bermusik. Hasil penelitian didapat melalui pengamatan pada konten-konten media sosial Instagram @komuji_indonesia serta wawancara kepada tiga follower (pengikut) Instagram Komuji terkait dengan bagaimana konten-konten yang ditampilkan apakah memiliki pilar-pilar Komunikasi Profetik seperti pada humanisasi (kemanusiaan),

liberasiasi (pembebasan), dan transendensi (ketuhanan).

Konten Instagram yang diamati adalah konten yang di-posting dalam rentang waktu April 2021 hingga April 2022. Pilar pertama yaitu pilar Humanisasi atau memanusiakan manusia, Kuntowijoyo (Syahputra, 2017) mendefinisikannya sebagai peningkatan martabat manusia atau kembali pada fitrah manusia itu sendiri sebagai subjek utama kehidupan. Humanisasi terlihat dalam beberapa konten dan event kolaborasi antara Komunitas Mengaji Bandung (Komuji) dengan komunitas lainnya, seperti yang di post pada 31 Mei 2021 berjudul 'Kita dalam Rumah Bersama' saat memperingati Hari Lahir Pancasila. Serta beberapa konten sejenis lainnya seperti pada tanggal, 18 Oktober 2021 event bernama 'Bhineka Bertaut versi Anak Muda Bandung', dan 'Merawat Beda Festival 2022' pada 4 Februari 2022. Ketiga event ini meski bisa disaksikan secara lengkap di media berbeda yakni Youtube, tetapi melalui postingan di akun Instagramnya @komuji_indonesia merepresentasikan pilar Humanisasi dalam event kolaborasinya yaitu mengandung martabat manusia yang sama walaupun memiliki perbedaan diberbagai hal, merawat kebersamaan, dan menjunjung toleransi antar manusia.



Sumber: Instagram Komuji (Komuji, 2022)
Gambar 1 Tampilan Konten Instagram Komuji

Pilar kedua yaitu Liberasi (pembebasan)

yang berarti upaya pembebasan. Kuntowijoyo (Syahputra, 2017) membatasi bahwa liberasi dalam Ilmu Sosial Profetik adalah Liberasi dalam konteks ilmu. Sasaran liberasi ada empat yakni upaya pembebasan dalam sistem pengetahuan, sistem sosial, sistem ekonomi dan sistem politik yang dianggap mendominasi. Mengamati konten Instagram @komuji_indonesia, terdapat pilar Liberasi dalam upaya pembebasan dalam sistem pengetahuan yaitu dengan adanya konten berjudul ‘Human Unboxing’ dimana pada event ini @komuji_indonesia berupaya untuk membebaskan manusia dari kebodohan pengetahuan khususnya pengetahuan tentang diri manusia sendiri seperti dua diantaranya konten ini mengangkat tema ‘Keduanya berasal dari Energi yang Sama Lalu Mengapa Berbeda?’ dan ‘75 Pasukan Akal dan Kebodohan’. Selain upaya pembebasan dalam sistem pengetahuan terdapat juga upaya pembebasan dalam sistem ekonomi seperti pada konten ‘Workshop Branding Class for Musician’ kelas branding yang ditunjukkan untuk para musisi yang tergabung dalam komunitas ini maupun diluar komunitas. Tujuannya agar para musisi bisa memiliki kemampuan untuk membranding diri dan memperkenalkan karya mereka ke masyarakat luas.

Pilar ketiga yaitu, Transedensi (ketuhanan) adalah upaya memberi makna spiritual pada setiap tindakan. Upaya transedensi dalam Islam adalah upaya keberimanan. Dengan demikian, transedensi adalah mengikat tindakan humanisasi dan liberasi dalam satu tujuan atau satu rujukan yang jelas, yakni Iman kepada Allah Subhanahu Ta’ala. Pilar Transedensi terlihat dalam konten-konten Instagram @komuji_indonesia seperti konten yang di post pada 12 September 2021, berjudul ‘Minggu Pagi Indie’ dimana isi konten adalah membahas karya lagu, namun yang menarik di sisi caption yang menuliskan ‘Jangan berkarya untuk manusia, tetapi berkarya untuk Tuhan

karena Dia tidak akan berpaling dan Maha Mengapresiasi’. Tulisan pada caption ini merepresentasikan pilar Transedensi dimana segala sesuatu baik ucapan maupun tindakannya berpusat pada Tuhan. Pilar ini juga tercermin dalam konten quote yang dipost pada 17 Mei 2021 yang dikutip dari salah satu musisi Mawang bertuliskan ‘Semua orang mempunyai sifat ilahinya masing-masing porsi dan caranya berbeda-beda. Saya yang dulu dan saya yang sekarang berbeda entah itu tingkat berpikir, berbuat dan mencari.’

Selain dari pengamatan penulis pada akun Instagram Komuji, penulis juga melakukan wawancara terhadap tiga follower Komuji yang minimal sudah mengikuti Komuji paling sebentar sudah mengikuti selama 5 bulan. Hasil wawancara dari akun Instagram @gojiweh_ yang telah mengikuti akun Instagram @komuji_indonesia selama kurang lebih 5 bulan, mengungkapkan bahwa komuji telah menerapkan pilar-pilar dari komunikasi profetik. Menurutnya pilar-pilar dari komunikasi profetik ini harus diterapkan karena dengan diterapkannya pilar-pilar komunikasi profetik membuat sama antar anggota artinya tidak membedakan manusia, karena pada dasarnya manusia itu sama derajatnya dihadapan Tuhan.

Tabel 1 Informan followers Komuji

No	Nama Akun	Lama Mengikuti/Bulan
1	@gojiweh_	5
2	@tini161276	>12
3	@ahelahjay	8

Sumber: Hasil Wawancara, Januari 2022

Akun @gojiweh_ juga mengungkapkan bahwa dengan diterapkan pilar-pilar dari komunikasi profetik ini membuat pembebasan berpendapat pada saat diskusi dan menghapus pandangan miring dari masyarakat kepada komunitas pencinta musik, sebagai wadah untuk berdiskusi perihal agama dan juga musik. Adapun manfaat dari terbentuknya komunitas


musisi mengaji (KOMUJI), @gojiweh_ menuturkan menjadikan wadah untuk berdiskusi untuk semua kalangan perihal agama dan juga musik.

Lalu hasil wawancara pada akun @tini161276 yang mengikuti akun Instagram @komuji_indonesia sudah selama satu tahunan, mengatakan bahwa komunitas musisi mengaji (KOMUJI) sudah menerapkan pilar-pilar dari komunikasi profetik dalam aktivitas komunitas ini. Akun @tini161276 ini belum pernah mengikuti diskusi secara offline, akan tetapi mengikuti konten-konten yang di upload di akun Instagram @komuji_indonesia dan menyimpulkan bahwa komunitas ini menerapkan pilar-pilar komunikasi profetik. @tini161276 juga mengungkapkan manfaat dari terbentuknya komunitas ini dapat bertemu dengan musisi yang tergabung dalam komunitas ini dan dapat berdiskusi dan mengaji bersama. Menurutnya, menerapkan pilar-pilar dari komunikasi profetik bertujuan untuk mengikuti jejak dari sifat-sifat Nabi Muhammad SAW, menumbuhkan jiwa pembebasan manusia untuk memperoleh pengetahuan dan bisa bersosialisasi antar manusia baik dalam satu komunitas ini ataupun yang tidak tergabung dengan komunitas ini.

Hasil wawancara dari akun @ahelahjay, sudah mengikuti akun @komuji_indonesia selama 8 bulan. Dan menurutnya manfaat komunitas ini untuk masyarakat adalah menjadikan masyarakat lebih tahu tentang musik dan keagamaan. Banyak kolaborasi antara musik dan agama sehingga masyarakat lebih tertarik belajar agama. Akun @komuji_indonesia menerapkan pilar-pilar komunikasi profetik seperti humanisasi dan juga liberasi. Akun

@ahelahjay juga menuturkan bahwa Komuji selalu mengupload konten-konten keagamaan, keberagaman juga konten tentang workshop film dan juga musik. Harapannya komuji bisa lebih aktif dalam mengedukasi masyarakat dan memberi banyak manfaat bagi masyarakat banyak.

Kesimpulan

Simpulan dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan terkait dengan pengamatan pada konten @komuji_indonesia serta wawancara terhadap follower @komuji_indonesia dalam aktivitas di media sosialnya didapatkan bahwa Komunitas Musisi Mengaji menerapkan pilar dari komunikasi profetik yaitu Humanisasi (memanusiakan manusia) Liberasi (pembebasan), dan Transedensi (ketuhanan). Hal ini dapat dilihat dari, (1) Humanisasi, Instagramnya @komuji_indonesia merepresentasikan pilar Humanisasi dalam berbagai event kolaborasinya yaitu mengandung martabat manusia yang sama walaupun memiliki perbedaan diberbagai hal, merawat kebersamaan, dan menjunjung toleransi antar manusia. (2) Liberasi (pembebasan), Instagram @komuji_indonesia dalam konten-kontennya memiliki pilar Liberasi dalam upaya pembebasan dalam sistem pengetahuan dan sistem ekonomi melalui konten-kontennya. Dan (3) Transedensi, dalam konten-konten di akun Instagram @komuji_indonesia merepresentasikan pilar ini dimana segala sesuatu baik ucapan maupun tindakannya berpusat pada Tuhan YME. 

Referensi

- A'yuni, Q. (2018). Membumikan Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik. *Mumtaz*, 293-304.
- Bustanul, A. (2018). Model Komunikasi Islam. *Tribakti, Jurnal Pemikiran Islam*, 135-144.
- Husnunnisa, I. A. (2018). Dinamika dakwah komunitas musisi: studi deskriptif terhadap aktivitas dakwah yang diselenggarakan komunitas musisi mengaji di Kota Bandung. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Islamy, A. (2021). Sosial, Paradigma Sosial Profetik dalam Bermuamalah di Media. *Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 83-103.
- Komuji. (2022, Juni 6). https://www.instagram.com/komuji_indonesia/. Diambil kembali dari https://www.instagram.com/komuji_indonesia/
- Lesmana, L. A. (2015). IMPLEMENTASI DAKWAH ISLAM MELALUI SENI MUSIK ISLAMI (STUDI DESKRIPTIF PADA GRUP NASYID EDCOUSTIC). *TARBAWY Indonesian Journal of Islamic Education*, 33-45.
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana.
- Syahputra, I. (2017). *Paradigma Komunikasi Profetik Gagasan dan Pendekatan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). TIPE PENELITIAN DESKRIPSI DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.

