



Ibadah haji merupakan jenis ibadah yang melibatkan banyak stakeholder yang mengelola penyelenggaraan haji. Di Indonesia, Haji diselenggarakan dan dikoordinasi pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia. Pemerintah dalam menyelenggarakan ibadah haji melakukan koordinasi dan diplomasi haji dengan pemerintah Kerajaan Arab Saudi untuk mendapatkan ijin dan pelayanan yang optimal. Pemberangkatan jemaah haji melibatkan persetujuan oleh kedua pemerintahan yang saling memberikan manfaat bagi kedua negara. Dalam perspektif komunikasi, proses penyelenggaraan ibadah haji memerlukan negosiasi dan diplomasi yang saling menguntungkan bagi kedua negara. Komunikasi dalam skala internasional diperlukan untuk saling meyakinkan tentang perencanaan penyelenggaraan haji. Komunikasi internasional melibatkan interaksi secara global dengan memperhatikan kebijakan pemerintah, aspek budaya, teknologi, dan media yang diperlukan (Littlejohn & Foss, 2009).



JWriting Soul Publishing
Perum Mentari Bumi Sejahtera BJ 05
Kalipecabean, Candi, Sidoarjo
Email: jwritingsoul@gmail.com
WA: 0856-0737-2626



Paradigma dan Konstruksi Makna Haji
KOMUNIKASI HAJI

Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag. M.Si



KOMUNIKASI HAJI

Paradigma dan Konstruksi Makna Haji

Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag. M.Si

ORASI ILMIAH

KOMUNIKASI HAJI
Paradigma dan Konstruksi Makna Haji

Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Ampel Surabaya

Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag. M.Si



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Disampaikan di Depan Rapat Terbuka
Senat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
2023

Komunikasi Haji; Paradigma dan Konstruksi Makna Haji

— Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag. M.Si

Copyright ©2023; vi + 158 halaman; 13.5 x 20.5 cm
Cetakan pertama, Juni 2023

Penyunting : -
Tata Letak : Ajeng Maharani
Sampul : Ajeng Maharani
Ilustrasi Cover: freepict premium

Diterbitkan oleh:



JWriting Soul Publishing

Perum Mentari Bumi Sejahtera blok BJ-05
Kalipecabean, Candi - Sidoarjo, Jawa Timur
jwritingsoul@gmail.com
0856-0737-2626 / 08953-9722-0070

Dicetak oleh FastBook, Cirebon

PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Yang Terhormat Rektor dan para Wakil Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya

Yang Terhormat Ketua Senat, Sekretaris Senat, para Ketua Komisi Senat dan seluruh anggota Senat UIN Sunan Ampel Surabaya

Yang Terhormat Para Dekan, Wakil Dekan, Ketua Jurusan, Sekretaris Jurusan, Ketua Program Studi, Sekretaris Program Studi di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya

Yang Terhormat Direktur, Wakil Direktur, Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

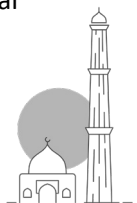
Yang Terhormat Kepala Biro, Kepala Bagian, Koordinator Bagian, Sub Koordinator, jajaran pejabat, dan tenaga kependidikan di lingkungan UIN Sunan Ampel

Yang Terhormat Para Ketua Lembaga dan Kepala Pusat di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya

Yang Terhormat Ketua SPI UIN Sunan Ampel Surabaya

Yang Terhormat Ketua Unit Pelaksana Teknis (UPT) di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya

Yang Terhormat Ketua, jajaran pengurus dan keluarga besar Ikatan Alumni UIN Sunan Ampel Surabaya



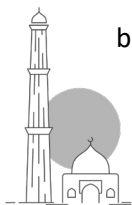
Yang Terhormat Ketua dan Pengurus Dharma Wanita
Persatuan UIN Sunan Ampel Surabaya
Yang Terhormat Para dosen, pembimbing dan guru saya
selama menggapai dunia pendidikan
Yang Terhormat para kolega di Fakultas Dakwah dan
Komunikasi dan Pascasarjana UIN Sunan Ampel
Surabaya, serta di perguruan tinggi lain
Yang Terhormat Para Tamu Undangan dan hadirin sekalian
yang berbahagia.

*Subhanallah Walhamdulillah Wala Ilaha Illallah Wallahu
Akbar, Wa Lā haula wa lā quwwata illā billāhil ‘aliyyil azhīmi*
(Maha Suci Allah, segala puji bagi Allah, tiada sesembahan
yang berhak disembah selain Allah, dan Allah Maha Besar,
dan Tiada daya dan upaya kecuali dengan kekuatan Allah
yang Maha Tinggi lagi Maha Agung).

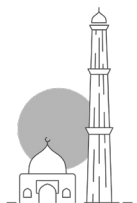
Pada majelis yang mulia ini, iijinkan saya mengucapkan
puji syukur ke haribaan Allah SWT atas segala rahmat, taufiq,
dan hidayahNya sehingga kita semua dapat hadir pada majelis
yang mulia ini dalam keadaan sehat wal afiat. Bagi saya, dapat
berdiri di hadapan majelis yang mulia untuk menyampaikan
pidato pengukuhan Guru Besar ini merupakan taqdir dan
anugerah Allah yang tak terhingga nilainya.

Setelah melalui proses yang ketat dan detail, kerja ekstra
keras, komitmen, dedikasi, kesabaran, do’a, dan dukungan
dari semua pihak telah mengantarkan capaian jabatan
akademik tertinggi sebagai Guru Besar dalam Bidang Ilmu
Komunikasi yang pertama di lingkungan UIN Sunan Ampel
Surabaya.

Hadirin, Bapak, Ibu, sahabat-sahabat sekalian yang
berbahagia

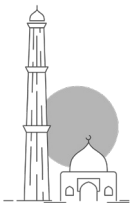


Dalam majelis yang mulia dan terhormat ini, izinkan saya menyampaikan pidato penguken sebagai Guru Besar Bidang Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul **“Komunikasi Haji; Paradigma dan Konstruksi Makna Haji”**. Semoga naskah ini dapat bermanfaat bagi kita semua, dan sekaligus sebagai tanggungjawab moral-akademik sebagai Guru Besar.



DAFTAR ISI

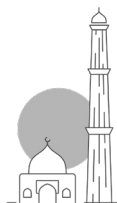
Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
A. Pendahuluan	1
B. Paradigma Komunikasi Haji dan Konstruksi Makna Haji	7
C. Metode Penelitian	21
D. Paradigma Komunikasi dalam Penyelenggaraan Haji di Indonesia	24
E. Konstruksi Makna Haji oleh Jemaah	37
Menginjakkan Kaki di Kota Madinah	41
Mengejar Arba'in dan Berdo'a di Raudhah	47
Berjumpa Ka'bah, Rumah Allah	56
Menggapai Haji Mabruur	64
Menjadi Haji Antarbudaya	74
Impression Management Haji	83
Metafisika Magis Haji	87
F. Menuju Paradigma Baru dalam Komunikasi Haji	98
G. Makna Spiritual, Sosial dan Emosional dalam Haji	115
H. Penutup	123
I. Referensi	126
Ucapan Terima Kasih	138
Biografi Penulis	144





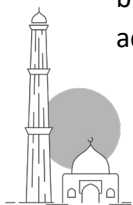
A. Pendahuluan

Ibadah haji merupakan jenis ibadah yang melibatkan banyak *stakeholder* yang mengelola penyelenggaraan haji. Di Indonesia, Haji diselenggarakan dan dikoordinasi pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia. Pemerintah dalam menyelenggarakan ibadah haji melakukan koordinasi dan diplomasi haji dengan pemerintah Kerajaan Arab Saudi untuk mendapatkan ijin dan pelayanan yang optimal. Pemberangkatan jemaah haji melibatkan persetujuan oleh kedua pemerintahan yang saling memberikan manfaat bagi kedua negara. Dalam perspektif komunikasi, proses penyelenggaraan ibadah haji memerlukan negosiasi dan diplomasi yang saling menguntungkan bagi kedua negara. Komunikasi dalam skala internasional diperlukan untuk saling meyakinkan tentang perencanaan penyelenggaraan haji. Komunikasi internasional melibatkan interaksi secara global dengan memperhatikan kebijakan pemerintah, aspek budaya, teknologi, dan media yang diperlukan (Littlejhon & Foss, 2009).



Sejak tahun 2017, Indonesia dalam setiap tahunnya rata-rata mendapatkan kuota haji dari pemerintah Arab Saudi 211.000 jemaah. Namun dalam proses penyelenggaraan haji, biasanya pemerintah Arab Saudi menambah kuota haji sekitar 10.000 jemaah. Kecuali haji tahun 1443 H / 2022 M yang diselenggarakan dalam suasana pandemi COVID-19 yang belum stabil, kuota haji Indonesia berjumlah 100.051 jemaah. Penetapan kuota haji bagi jemaah Indonesia dan penambahan kuota ini tentu hasil dari proses diplomasi haji yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Dalam konteks komunikasi, terjadinya penambahan kuota haji merupakan hasil dari proses komunikasi internasional yang dilakukan oleh pemerintah.

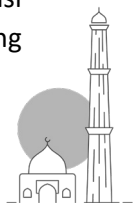
Komunikasi internasional diperlukan untuk mengelola penyelenggaraan haji dalam level internasional antar negara. Dalam level nasional, pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia memiliki stakeholder yang digerakkan untuk melakukan komunikasi dalam rangka penyelenggaraan haji di Indonesia. Secara struktural, Kementerian Agama memiliki Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah yang dipimpin oleh Direktur Jenderal. Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 10 tahun 2010, pasal 243, tugas Direktorat Penyelenggaraan Haji dan Umrah adalah merumuskan, melaksanakan kebijakan, dan standarisasi teknik di bidang penyelenggaraan haji dan umrah. Selanjutnya, pasal 244 menjelaskan fungsi lembaga ini untuk: perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan haji dan umrah, penyusunan norma, standar, prosedur, kriteria, dan pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang penyelenggaraan haji dan umrah, serta pelaksanaan administrasi kelembagaan.



Struktur penyelenggaraan haji level nasional memiliki garis komando dan koordinasi pada level regional sampai lokal, kecamatan. Pada level regional, struktur komando dan koordinasi penyelenggaraan haji dan umrah berada pada level Kementerian Agama Wilayah Propinsi, Kementerian Agama Kabupaten/Kota, dan Kementerian Agama pada level terendah berada pada Kantor Urusan Agama (KUA) tingkat kecamatan.

Struktur penyelenggaraan haji di atas mencerminkan paradigma komunikasi organisasi yang diselenggarakan secara *top down*. Komunikasi organisasi adalah proses pencarian makna bersama yang dilakukan oleh individu untuk menjalankan tugas organisasi yang memiliki kekuatan mengikat antar anggota organisasi untuk mencapai tujuan bersama (Nurdin, 2014). Dalam hal ini, Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama Republik Indonesia memiliki jaringan komunikasi organisasi yang mengikat untuk menjalankan tugas penyelenggaraan haji dari level pusat sampai ke daerah.

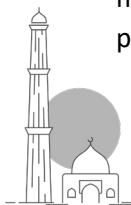
Disisi lain, stakeholder pengguna layanan penyelenggaraan haji pemerintah adalah masyarakat atau lebih khusus disebut sebagai jemaah haji. Masyarakat yang telah mendaftar haji pada tahun 2022 mencapai antrian 15-30 tahun keberangkatan haji. Jika jumlah jemaah haji berangkat dalam kondisi normal 221.000 jemaah, maka dengan antrian 30 tahun lagi keberangkatan, jemaah haji keseluruhan telah antri berjumlah 6.630.000 jemaah. Mereka semua memerlukan informasi tentang kepastian berangkat haji. Jutaan jemaah haji memerlukan komunikasi yang harmonis, menyejukkan, dan menenangkan. Komunikasi harmonis adalah komunikasi yang dibangun atas dasar ketulusan, kejujuran, saling



memahami, saling menghormati, dan saling memperhatikan hak dan kewajiban antar stakeholder komunikasi (Nurdin et al., 2020).

Jutaan jemaah haji yang masuk dalam daftar tunggu keberangkatan haji memerlukan komunikasi publik yang simpatik dari stakeholder penyelenggara haji. Komunikasi publik adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh individu atau mewakili lembaga/organisasi untuk menyebarkan pesan kepada masyarakat (Maarif, 2017).

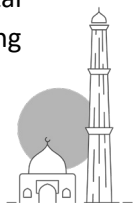
Secara struktur organisasi, komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah sebagai pengelola haji telah memiliki garis komando dan koordinasi yang jelas dan terstruktur dengan tegas mulai dari tingkat pusat hingga daerah (KUA kecamatan). Ketersediaan struktur organisasi dalam pelayanan haji yang memiliki tugas dan fungsi yang jelas mempengaruhi indeks kepuasan jemaah haji. Berdasarkan data Kementerian Agama RI, Indeks Kepuasan Jemaah Haji Indonesia (IKJHI) dalam lima tahun terakhir mengalami peningkatan nilai, tahun 2016 dengan nilai 83.83, tahun 2017 dengan nilai 84.85, tahun 2018 dengan nilai 85.23, tahun 2019 dengan nilai 88.44, dan tahun 2022 dengan nilai 90.45 (Dewi, 2019; Kemenag, 2019; Rilis, 2022). Pada tahun 2020 dan 2021 pemerintah Indonesia tidak menyelenggarakan haji karena pandemi COVID-19. Data kepuasan layanan jemaah haji Indonesia ini juga diperkuat dengan penelitian Wildayati (2017), Umar (2018), Herman et al., (2019), Awaliyah (2021), Zulaikha (2022), dan Wicaksono et al., (2023) yang mendeskripsikan kepuasan jemaah atas layanan penyelenggaraan haji di Indonesia. Namun demikian, tentu masih ada letupan-letupan ketidakpuasan jemaah haji atas praktik pelayanan selama menjalankan ibadah haji. Misalnya,



ketika pulang jemaah meminta air zam-zam lebih dari 5 liter per-orang, terbatasnya fasilitas toilet di Arafah, Muzdalifah, dan di Mina (ARMUZNA), dan sebagainya (Rinaldi, 2022).

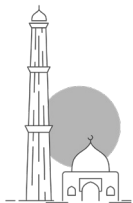
Data di atas menunjukkan bahwa manajemen komunikasi pemerintah dalam penyelenggaraan haji mengalami peningkatan dalam pelayanan terhadap jemaah haji Indonesia. Ada paradigma komunikasi yang dikembangkan oleh pemerintah dalam penyelenggaraan haji sehingga melahirkan pemahaman jemaah tentang ibadah haji dan bermuara pada kepuasan jemaah haji. Paradigma adalah pendekatan umum, sebuah pandangan tentang dunia, dengan berpijak pada teori yang lebih spesifik, dan menjelaskan sebuah fenomena atau fakta-fakta (Baldwin et al., 2004). Menurut Robert Fredrichs, paradigma adalah pandangan yang mendasar dari suatu disiplin ilmu tentang apa yang menjadi *subject matter* yang semestinya dipelajari (Wiryanto, 2004). Paradigma komunikasi dalam penyelenggaraan haji yang dikembangkan oleh Kementerian Agama melahirkan pelayanan prima kepada jemaah haji dan menimbulkan rasa kenyamanan dan ketenangan dalam menjalankan ibadah haji.

Selama menunaikan ibadah haji, jemaah memiliki pengalaman spiritual, sosial, dan emosional. Pengalaman ini dapat berbeda-beda antar jemaah dengan realitas dan situasional yang berbeda-beda. Ritual haji dan umrah yang dilakukan mulai dari miqat, tawaf, sa'i, tahalul, wukuf di Arafah, bermalam di Muzdalifah dan Mina, melempar jumrah, berdo'a di Multazam, berdo'ah di raudhah, serta mengejar ibadah arbai'n melahirkan konstruksi makna bagi jemaah haji. Ada pengalaman-pengalaman transendental dan spiritual yang dialami jemaah. Realitas objektif yang



terjadi selama menunaikan ibadah haji diinterpretasikan oleh jemaah sebagai pengalaman subjektif dan menjadi makna yang disadari sebagai pengetahuan tentang haji. Untuk mendeskripsikan konstruksi makna yang dipahami jemaah haji memerlukan pendekatan fenomenologi untuk mengurai dan mengeksplorasi pengalaman individu selama menjalankan ibadah haji (Kuswarno, 2009).

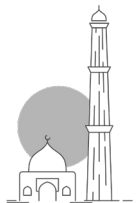
Berdasarkan pemikiran di atas, tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan paradigma komunikasi yang dikembangkan oleh Kementerian Agama dalam penyelenggaraan haji di Indonesia dan mengeksplorasi pengalaman individu jemaah selama menjalankan ibadah haji yang melahirkan konstruksi makna haji.





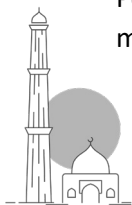
B. Paradigma Komunikasi Haji dan Konstruksi Makna Haji

Dasar penyelenggaraan haji di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 8 tahun 2019 tentang penyelenggaraan haji dan umrah. Undang-Undang ini kemudian diubah menjadi Undang-Undang nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, kemudian dicabut dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPU) nomor 2 tahun 2022 tentang Cipta Kerja. Penjelasan tentang keagamaan pasal 68 menyebutkan bahwa penyelenggaraan ibadah haji dan umrah adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi, serta pelaporan ibadah haji dan ibadah umrah. Adapun jemaah haji adalah warga negara yang beragama Islam dan telah mendaftarkan diri untuk menunaikan ibadah haji sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan.



Berdasarkan peraturan pemerintah di atas, maka penyelenggaraan haji di Indonesia menerapkan fungsi manajemen klasik dengan pendekatan komunikasi praktis. Teori yang dikategorikan sebagai teori organisasi klasik atau manajemen klasik adalah teori yang dikemukakan pada abad 19, tepatnya pada akhir tahun 1800, 1887, sampai dengan 1920an (Nhema, 2015). Fungsi manajemen klasik pada awalnya digagas oleh Henri Fayol (1949) yang menguraikan prinsip administrasi dalam pelayanan publik dengan prinsip pembagian tugas, adanya kewenangan/otoritas, disiplin, sentralisasi administrasi, satu arah/tujuan, pembagian sub-sub bagian, remunerasi, satu rantai komando, tertib, ekuitas, stabilitas kepemilikan, adanya inisiasi, dan moral (Nhema, 2015). Prinsip manajemen Fayol ini kemudian disederhanakan oleh Gulick (anggota tim Fayol) menjadi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, pelaporan dan penganggaran (Nhema, 2015).

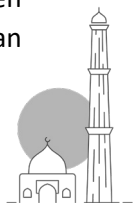
Sebelum Fayol (1949), Max Weber (1947) mengemukakan prinsip-prinsip administrasi. Menurut Weber, birokrat harus menjadi pelayan yang netral bagi setiap kepentingan stakeholder yang terkait dengan tugas dan fungsi jabatan administrasi. Jika Fayol menfokuskan pada proses administrasi, maka Weber menekankan pada struktur administrasi. Weber membagi tiga jenis otoritas, pertama, otoritas masyarakat tradisional yang mana penguasa menikmati otoritas pribadi berdasarkan sistem adat. Ketua Adat mendapatkan penghormatan khusus dalam sistem adat. Kedua, otoritas kharismatik di mana pemimpin memperoleh otoritasnya dari kualitas pribadi yang dimiliki. Pengikut tunduk pada otoritas tersebut karena kepercayaan mereka pada kekuatan magis, intuitif, dan jasa pemimpin.



Ketiga, ada otoritas hukum di mana para pengikut mengakui kompetensi hukum dari orang yang menjalankan otoritas. Mereka yang menjalankan otoritas bertindak sesuai dengan tugas mereka sebagaimana ditetapkan oleh peraturan yang berlaku. Berdasarkan tiga jenis otoritas inilah, Weber mengklaim sebagai konstruksi ideal yang disebutnya birokrasi (Nhema, 2015).

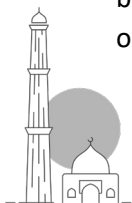
Teori manajemen klasik berkembang ke teori manajemen neo-klasik. Jika teori manajemen klasik menekankan pada aspek mekanistik dalam pekerjaan, bahkan manusia diasumsikan sebagai mesin yang sedang bekerja, maka teori manajemen neo-klasik mengembangkannya dengan sentuhan manusiawi. Teori manajemen neo-klasik menambahkan aspek manusiawi dalam teori organisasi dan manajemen, misalnya; regulasi kerja yang otoriter dikembangkan dengan sentuhan demokrasi, konsep makhluk ekonomi dikembangkan menjadi makhluk sosial, sistem formal menjadi informal, dan konsep ekonomi pekerja dikembangkan menjadi sentuhan emosional dan manusiawi kualitas pekerja (Nhema, 2015).

James D. Gwartney dan Richard L. Stroup menekankan pentingnya manajemen inovatif sebagai manajemen kontemporer tanpa meninggalkan praktik manajemen klasik dengan melakukan evolusi manajemen. Manajemen kontemporer menerapkan prinsip penyamaan visi untuk mencapai tujuan organisasi untuk meminimalisir konflik, mengutamakan konsep motivasi atau mendorong kuantitas dan kualitas kerja daripada mengendalikan pekerja (Săvoiu & Manea, 2013). Peter Drucker, pemenang Nobel dalam bidang ekonomi memberikan penekanan dalam manajemen modern melalui definisi yang menggambarkan wawasan



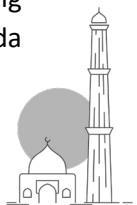
yang luas dan berkembang di era modern, yaitu menetapkan tujuan bisnis, organisasi produksi dan tenaga kerja, motivasi dan komunikasi, menetapkan metode pengukuran kinerja, dan pengembangan kinerja karyawan secara berkelanjutan (Săvoiu & Manea, 2013).

Manajemen modern terus berkembang dan berbenah dalam menghadapi perkembangan teknologi yang bersinergi dengan organisasi. Perkembangan ini melahirkan konsep *Plan, Do, Check, dan Action* (PDCA) yang dikembangkan oleh Dr. Edwards Deming, seorang ahli manajemen mutu dari Amerika Serikat pada tahun 1950 sebagai empat tahap pemecahan masalah yang berulang. Konsep PDCA adalah sebuah sistem manajemen mutu yang digunakan sebagai alat perbaikan berkelanjutan tanpa berhenti yang banyak digunakan dalam manajemen modern dan berorientasi ke masa depan. *Plan* adalah perencanaan yang terdiri dari penetapan tujuan dan proses untuk mencapai hasil yang spesifik. *Do* adalah melakukan langkah yang sebelumnya telah dibuat. *Check* adalah tahapan proses audit atau diagnosa yang telah dipantau dan dievaluasi sesuai dengan spesifikasi tujuan. *Action* adalah tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan hasil dan memenuhi atau bahkan melampaui spesifikasi capaian yang ditentukan (Isniah et al., 2020). Ishikawa mendefinisikan ulang siklus PDCA dengan memasukkan penentuan tujuan, target, dan metode untuk mencapai tujuan dalam tahap perencanaan (*Plan*). Pada tahap melakukan (*Do*), memasukkan aspek pelatihan dan pendidikan untuk mendukung implementasi. Tahap kontrol (*Check*) memiliki peluang untuk selalu merevisi standar secara berkelanjutan yang dapat diimplementasikan dalam setiap organisasi (Moen & Norman, 2006).



Manajemen penyelenggaraan haji di Indonesia dilakukan secara terstruktur yang terdiri dari; pertama, organisasi *permanent system*, yaitu struktur organisasi yang bersifat tetap, meliputi Kementerian Agama, Ditjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah, Kantor Wilayah Kementerian Agama Propinsi, Kabupaten/Kota, dan Kantor Urusan Haji Indonesia di Arab Saudi. Kedua, organisasi *non-permanent system*, yaitu struktur organisasi yang bersifat tidak tetap, meliputi Panitia Penyelenggara Ibadah Haji (PPIH) di tingkat pusat, embarkasi, dan di Arab Saudi dengan melibatkan stakeholder yang terkait. Ketiga, organisasi Penyelenggara Haji di Arab Saudi (Rokhmad, 2017).

Proses manajemen dalam penyelenggaraan haji di Indonesia sebagai aktivitas organisasi tidak dapat lepas dari komunikasi, bahkan dapat dikatakan proses manajemen haji adalah komunikasi (Nurdin, 2014). Dalam manajemen haji diperlukan komunikasi agar perencanaan, pengorganisasian, tindakan, dan evaluasi tetap berjalan secara efisien. Menurut Cutlip & Center, komunikasi organisasi memerlukan proses yang melibatkan tahapan *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluation* (Widhagha & Gumilang, 2019). Pertama, pencarian data (*fact finding*); pencarian data dilakukan sebelum melakukan perencanaan yang ditentukan. Tahapan ini meliputi riset khalayak atau stakeholder dan menemukan permasalahan yang sebenarnya. Kedua, perencanaan (*planning*); melakukan perencanaan berbasis data yang ditemukan dalam pencarian data. Fakta yang temukan dijadikan sebagai dasar perencanaan yang terintegratif dalam sebuah perencanaan organisasi. Ketiga, mengkomunikasikan (*communicating*); perencanaan yang telah ditetapkan selanjutnya dikomunikasikan kepada



publik, khalayak, dan stakeholder yang terlibat, dengan strategi komunikasi yang tepat untuk menginformasikan, mempersuasi, dan memotivasi publik untuk memahami dan memberikan dukungan terhadap apa yang dilakukan oleh organisasi/lembaga. Keempat, penilaian (*evaluation*); tahapan ini penting dilakukan untuk memberikan penilaian atau evaluasi terhadap keberhasilan perencanaan organisasi yang dilakukan, kendala yang dihadapi dalam kegiatan yang dilakukan, dan dijadikan sebagai dasar dalam perencanaan selanjutnya.

Keterlibatan ilmu komunikasi dalam aktivitas manajemen melahirkan integrasi keilmuan dalam bentuk manajemen komunikasi dan merupakan fungsi manajemen strategis (Raupp & Hoffjann, 2012). Manajemen komunikasi adalah elemen dasar yang digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan manajemen. Manajemen komunikasi berperan untuk mengoptimalkan sumber daya manusia dan teknologi melalui strategi komunikasi untuk keberhasilan komunikasi organisasi (Sahputra, 2020).

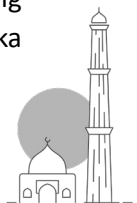
Hubungan antara komunikasi dan strategi bisnis dianggap sebagai isu penting dalam praktik manajemen komunikasi (Raupp & Hoffjann, 2012). Komunikasi memiliki peran penting dalam keberhasilan seorang pemimpin dalam menjalankan manajemen organisasi. Komunikasi adalah dasar bagi manajemen dalam mengkomunikasikan visi dan misi organisasi, menginformasikan bidang pembiayaan manajemen, sarana prasarana, resiko, kesehatan, dan keselamatan organisasi. Ketrampilan manajer dalam komunikasi mempengaruhi efektivitas dalam manajemen komunikasi. Komunikasi berfungsi mengintegrasikan aspek-aspek yang terdapat dalam manajemen. Komunikasi adalah



pondasi yang mendukung pilar-pilar manajemen dalam mencapai tujuan organisasi (Zulch, 2014).

Manajemen memerlukan strategi komunikasi untuk mendukung capaian organisasi dalam penyelenggaraan haji. Strategi identik dengan manajemen strategis organisasi, namun strategi juga dapat digunakan dalam skala individu, yaitu, mentransfer ide perencanaan menjadi tindakan operasional (Steyn, 2003). Strategi digunakan untuk menghadapi dan melakukan perubahan. Strategi adalah pilihan tentang apa yang harus dilakukan dan yang tidak dilakukan. Strategi mencerminkan pola perilaku seseorang. Mengimplementasikan strategi dapat diartikan sebagai mengkomunikasikan perubahan. Strategi komunikasi adalah mengkomunikasikan pilihan strategi yang digunakan dan membantu mengimplementasikan apa yang dilakukan (Jones, 2008). Pilihan strategi komunikasi dapat dipengaruhi oleh informasi yang diterima, bagaimana cara meresponnya, dan sejauhmana keterlibatan media dalam mempengaruhinya (Rudeloff et al., 2021). Strategi komunikasi memainkan peran penting dalam mengelola penyelenggaraan haji di Indonesia (Nurdin et al., 2022 : 238).

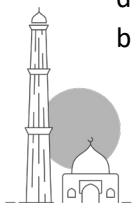
Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam penyelenggaraan haji melahirkan konstruksi makna bagi jemaah haji. Model penyelenggaraan haji dan konstruksi makna jemaah dikaji dengan perspektif interpretatif dan fenomenologi. Paradigma interpretatif mengedepankan pada aspek *verstehen*, yaitu pemahaman yang harus berusaha menjelaskan makna tindakan manusia, pengalaman, komunikasi, dan bagaimana makna disampaikan melalui kehidupan sehari-hari orang, apa yang mereka lakukan, apa yang mereka alami, dan cara mereka



berhubungan dengan orang lain (Littlejohn & Foss, 2009). Paradigma fenomenologi mengkaji kehidupan individu yang mencerminkan pengalaman dan makna yang dikonstruksi (Given, 2008). Jemaah haji Indonesia mengkonstruksi makna atas pengalamannya dalam menjalankan ibadah haji dalam bentuk komunikasi transendental, komunikasi lintas budaya, dan *impersonal management*.

Komunikasi transendental adalah peralihan aktivitas keseharian menuju kekuatan ilahiyah yang berada di luar kekuatan dirinya yang dilakukan melalui penghambaan vertikal kepada Tuhan (Syam, 2015). Dalam sudut pandang yang lain, komunikasi transendental juga dinamakan dengan komunikasi vertikal, yaitu komunikasi manusia kepada Tuhan yang didasari kepasrahan diri dengan berdo'a dan memohon pengampunan atas kesalahan yang telah dilakukan, dan memohon keselamatan dunia dan akhirat (Holillaha, 2017). Komunikasi transendental merupakan bagian dari kesadaran transendental yang dilakukan untuk menutup kesadaran realitas keseharian dan berpaling kepada realitas spiritual dengan berdo'a dan berserah diri kepada Tuhan (Littlejohn & Foss, 2009).

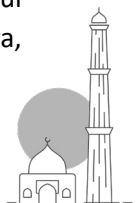
Komunikasi transendental memiliki ciri-ciri tentang apa yang dilakukan yaitu dilakukan secara sadar, individual, fenomenal, spontanitas, bagian dari refleksi diri, dan hasil reduksi dari peristiwa yang terjadi (Syam, 2015). Jemaah haji Indonesia adalah penganut ajaran agama yang kuat. Aspek religiusitas dan spiritualitas menjadi tempat bersandar ketika menjumpai puncak ruang spiritualitas dalam ritual haji. Perjalanan ibadah haji adalah perjalanan 'sakral' yang disadari setiap individu (jemaah haji) secara spontan sebagai bagian dari peristiwa yang dialaminya. Kesadaran tentang



'sakralitas' dan spiritualitas haji ini menghasilkan reduksi atas segala peristiwa yang terjadi dan menciptakan kesadaran atas adanya Tuhan. Kesadaran ini melahirkan tindakan komunikasi transendental yaitu tindakan komunikasi manusia kepada Tuhan dengan cara berdo'a dan menyerahkan diri dihadapan Tuhan sebagai bentuk ketidakberdayaannya.

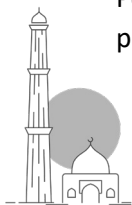
Jemaah haji yang datang ke Mekkah dan Madinah berasal dari latar belakang budaya yang beragam. Mulai dari budaya latar belakang pendidikan, warna kulit, bahasa, budaya, dan kebangsaan. Interaksi antar jemaah yang berbeda budaya ini dalam perspektif komunikasi dinamakan dengan komunikasi antar budaya. UNESCO menyatakan bahwa budaya adalah pendorong pembangunan dan sebagai pilar penting dalam pembangunan berkelanjutan (Aririguzoh, 2022). Komunikasi lintas budaya dibangun atas interkoneksi berbagai elemen budaya dan lingkungan. Komunikasi lintas budaya di bangun dengan bahasa internasional seperti seperti Inggris, Prancis, dan Spanyol, atau bahasa lokal di seluruh dunia. Komunikasi dilakukan dalam konteks-konteks sosiokultural atau kondisi yang terikat dengan konteks. Pola pikir dan prinsip-prinsip komunikasi dikembangkan dalam berperilaku, berpikir, dan berinteraksi dengan dunia luar melalui bahasa dan budaya. Konsep dasar ini digunakan sebagai filosofi dalam komunikasi lintas budaya (Abdulrahman, 2022). Komunikasi lintas budaya mengkaji orang-orang dari budaya yang berbeda menerapkan pola budaya dan komunikasi mereka dalam interaksi, dan mengkaji karakteristik budaya dan komunikasi mempengaruhi interaksi dalam konteks tertentu (Xu, 2013).

Ada hubungan antara budaya dan komunikasi. Orang menunjukkan identitas mereka kepada orang lain melalui komunikasi. Komunikasi menggunakan simbol, misalnya,



kata-kata, untuk mengirim pesan kepada penerima. Melalui simbol memungkinkan budaya direpresentasikan atau dikonstruksi melalui komunikasi verbal dan nonverbal. Penerima pesan mungkin berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Mereka mencoba menciptakan makna dengan menginterpretasikan simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi. Kesalahpahaman dapat terjadi karena simbol-simbol mungkin tidak memiliki arti yang sama bagi pengirim dan penerima pesan. Jika hal ini tidak ditangani dengan baik, dapat menimbulkan stereotip, prasangka, dan diskriminasi. Monaghan (2020), Zhu (2016), Holmes (2017), Merkin (2017), dan Samovar dkk. (2012) mengatakan bahwa komunikasi lintas budaya terjadi di antara orang-orang dari kelompok budaya yang berbeda. Hal ini menunjukkan bagaimana orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda dapat berkomunikasi secara efektif dengan membandingkan, mengkontraskan, dan memeriksa konsekuensi dari perbedaan pola komunikasi mereka. Berkomunikasi dengan orang dengan latar belakang budaya berbeda memiliki tantangan, kejutan, dan bahkan perlu belajar berulang-ulang karena bahasa, nilai, dan aturan yang berbeda (Aririguzoh, 2022). Dalam hal ini, jemaah haji Indonesia mengalami interaksi lintas budaya sehingga melahirkan komunikasi lintas budaya antar jemaah haji.

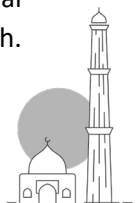
Pengelolaan kesan (*impression management*) diperlukan dalam memainkan peran sebagai jemaah haji. Pengelolaan kesan menampilkan atribut pemain peran dengan segala ekspresinya. Pemain peran harus mampu mengelaborasi karakter para pemain peran untuk diserap dan menjadi panduan dalam kehidupan sosial (Goffman, 1971). Pengelolaan kesan dapat dilakukan dengan memainkan peran di panggung depan (*front*), yaitu pada saat jemaah



berangkat, dan terutama pada saat kepulangan jemaah dari tanah suci. Dunia panggung dipenuhi dengan desain (*setting*) yang disediakan dan direncanakan bermain seperti apa (Rakhmat, 2013). Pengelolaan kesan dalam komunikasi haji dapat membangun keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat (Nurdin, Ahmadi, et al., 2022). Pengelolaan kesan dalam komunikasi haji diperlukan sebagai modal sosial jemaah haji.

Sistem penyelenggaraan haji di Indonesia dapat dikaji dengan pemikiran manajemen modern dengan pendekatan *excellence management*, yaitu menekankan sumber daya organisasi untuk selalu mencapai sesuatu yang unggul. Sebuah organisasi tidak hanya dapat mencapai organisasi yang efektif, namun juga harus dapat mencapai organisasi yang unggul (*excellence organization*) dengan selalu melakukan perbaikan yang berkelanjutan dalam meningkatkan mutu organisasi (Rokhayati, 2014). Para ahli belum ada kesepakatan bersama tentang konsep pendekatan manajemen unggul. Namun semua memahami bahwa manajemen yang unggul bergantung pada rangkaian kompetensi dan nilai yang beragam. Manajemen unggul adalah organisasi yang memiliki kemampuan manajemen untuk mengubah organisasi dan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah dengan cepat (Koch & Cebula, 1994). Manajemen penyelenggaraan haji perlu menerapkan manajemen unggul agar pelayanan jemaah dapat dilakukan secara optimal.

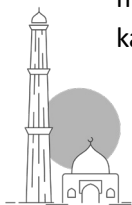
Implementasi manajemen unggul berdampak pada kenyamanan dan ketenangan jemaah dalam melakukan ritual haji, dan melahirkan pengalaman spiritual yang melampaui ibadah-ibadah lainnya. Pemaknaan pengalaman spiritual ini menjadi titik kulminasi seseorang dalam beribadah.



Banyak varian makna yang diberikan oleh jemaah untuk mendeskripsikan pengalamannya selama beribadah di tanah suci, mulai dari pemberangkatan, selama berada di Mekkah dan Madinah, dan sampai kepulangannya. Pemaknaan berdasarkan pengalaman seseorang dalam haji ini ditelaah berdasarkan teori konstruksi sosial yang digagas oleh Peter L Berger dan Thomas Luckman. Dalam teori ini menggambarkan bahwa realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subyeknya (Kuswarno, 2009).

Ritual haji memerlukan proses dialektika antara individu (jemaah) dengan masyarakat, yaitu proses negosiasi peran (antara jemaah dengan masyarakat sekitarnya) dalam masyarakat secara timbal balik yang menghasilkan realitas keseharian. Negosiasi yang dilakukan melahirkan individu yang berpengaruh dalam lingkungannya (sebutan Pak Haji dan Bu Hajjah), dan memiliki tanggungjawab untuk merawat lingkungan masyarakatnya (Berger & Luckmann, 1990). Realitas obyektif dan manusia adalah produk sosial (Calhoun, dkk, 2007). Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi (Bungin, 2008).

Banyak varian simbol yang digunakan oleh jemaah haji untuk meningkatkan spiritualitas dalam ibadah. Penggunaan simbol-simbol dalam ibadah haji ditelaah dengan teori interaksi simbolik dari George Herbert Mead (1863 – 1931). Teori interaksi simbolik memusatkan perhatiannya pada interaksi antara individu dan kelompok. Teori interkasi simbolik menjelaskan bahwa orang-orang berinteraksi terutama dengan menggunakan simbol-simbol yang mencakup tanda, isyarat, dan yang paling penting melalui kata-kata secara tertulis dan lisan. Suatu kata tidak memiliki



makna yang melekat dalam kata itu sendiri, melainkan hanyalah suatu bunyi, dan baru akan memiliki makna bila orang sependapat bahwa bunyi tersebut mengandung suatu arti khusus (Nurdin, 2020).

Jemaah haji selama proses keberangkatan, selama di tanah suci, dan kepulangannya memainkan peran dalam pengelolaan kesan (*impression management*). Fenomena ini dapat ditelaah dengan teori dramaturgi dari Erving Gooffman. Menurutnya dalam kehidupan sosial ada dua panggung yang diperankan oleh setiap orang yaitu panggung depan (*front region*) dan panggung belakang (*back region*). Panggung depan adalah tempat menampilkan diri seoptimal mungkin, sesuai kehendak sosial yang disepakati. Panggung belakang adalah wujud peran yang sesungguhnya dalam kehidupan (Mulyana, 2005).

Secara rinci gambaran alur teoritis dapat dilihat dalam figure 1 sebagai berikut:

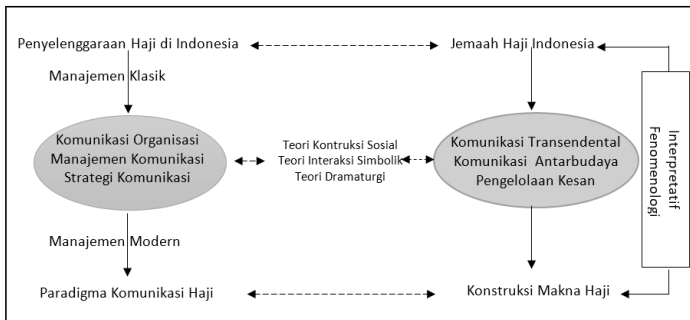
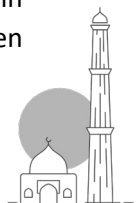
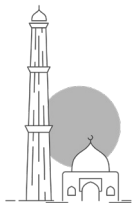


Figure 1. Alur Teoritis Paradigma dan Konstruksi Makna Haji

Figure 1 di atas menjelaskan bahwa penyelenggaraan haji di Indonesia dipandu oleh pemerintah yang tercermin dalam undang-undang yang telah ditetapkan. Manajemen



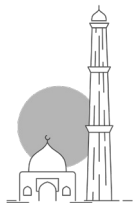
haji dikelola berdasarkan peraturan perundangan yang isinya mencerminkan manajemen klasik, namun dalam pelaksanaannya telah mengadopsi manajemen modern dengan pendekatan *excellence management*. Dalam penerapan manajemen penyelenggaraan haji di Indonesia secara praktis telah terintegrasi dengan keilmuan komunikasi dalam bentuk komunikasi organisasi, manajemen komunikasi, dan strategi komunikasi. Pola penyelenggaraan haji ini melahirkan pondasi dasar keilmuan yang dinamakan dengan paradigma komunikasi dalam haji. Selain itu, jemaah haji mengkonstruksi makna tentang pengalaman spiritualitas yang dialaminya, dan melahirkan konstruksi makna dalam bentuk komunikasi transendental, komunikasi lintas budaya, dan pengelolaan kesan. Fenomena yang terkait dengan penyelenggaraan haji dan konstruksi makna ditelaah dengan perspektif teori konstruksi sosial, teori interaksi simbolik, dan teori dramaturgi.



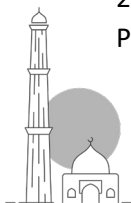


C. Metode Penelitian

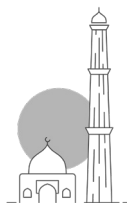
Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretatif yang mengedepankan aspek pemahaman makna tindakan manusia, pengalaman, komunikasi, dan bagaimana makna disampaikan melalui kehidupan sehari-hari, apa yang mereka lakukan, apa yang mereka alami, dan cara mereka berhubungan dengan orang lain (Littlejohn & Foss, 2009). Paradigma interpretatif digunakan untuk memahami *roadmap* penyelenggaraan haji di Indonesia dalam perspektif komunikasi dan menghasilkan paradigma komunikasi haji melalui telaah dokumen. Sedangkan pendekatan fenomenologi digunakan untuk mendeskripsikan pengalaman empiris individu dalam mengkonstruksi makna dan mengelola kesan berdasarkan pengalaman spiritual selama haji (Given, 2008). Fenomenologi digunakan untuk memahami pandangan orang yang mengalami secara langsung (Kuswarno, 2009). Fenomenologi digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman pengelola haji dan jemaah selama melaksanakan haji.



Penelitian menggunakan jenis deskriptif-kualitatif untuk menggambarkan fenomena penyelenggaraan haji dan pengalaman jemaah haji secara holistik (Moleong, 2006). Pengalaman penyelenggara haji dan jemaah dideskripsikan secara kualitatif dan holistik berdasarkan informasi dari pengalaman informan. Sasaran penelitian ini adalah model penyelenggaraan haji (dokumen) dan jemaah haji tahun 1443 H / 2022 M. Informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling* yang memiliki kriteria; terlibat dalam penyelenggaraan haji dan jemaah haji tahun 1443 H / 2022 M. Jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 25 informan. Data dikumpulkan melalui wawancara kepada penyelenggara haji dan jemaah haji (nama informan sengaja disamarkan) dan dokumentasi penyelenggaraan haji di Indonesia. Observasi dilakukan dengan keterlibatan peneliti selama pelaksanaan haji tahun 1443 H / 2022 M dengan mengamati dan menganalisis kevalidan informasi yang diberikan, dan di dukung adanya dokumen-dokumen yang memperkuat apa yang disampaikan informan. Selanjutnya, data dianalisis dengan menginterpretasikan informasi berdasarkan kategori-kategori data yang telah ditentukan, yaitu informasi tentang penyelenggaraan haji (telaah dokumen manajemen haji), pengalaman transendental, komunikasi antarbudaya, serta pengelolaan kesan. Data tersebut diverifikasi, dan disimpulkan menjadi temuan penelitian (Miles & Huberman, 1992). Analisis telaah dokumen penyelenggaraan haji dilakukan melalui dokumen perundang-undangan dan peraturan pemerintah yang dijadikan sebagai landasan penyelenggaraan haji yaitu: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020, Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun



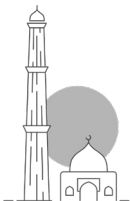
2022, Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2022, Peraturan Menteri Agama Nomor 6 Tahun 2021, Peraturan Menteri Agama Nomor 13 Tahun 2021, dan Peraturan Menteri Agama Nomor 72 Tahun 2022. Sedangkan data hasil pengamatan dan wawancara tentang konstruksi makna haji dianalisis melalui reduksi dan menyajikan data dengan mengelompokkan data sesuai kategori pengalaman dan pemaknaan selama di Madinah dan Mekkah, data tersebut diverifikasi kevalidannya, dan disimpulkan sebagai temuan penelitian.





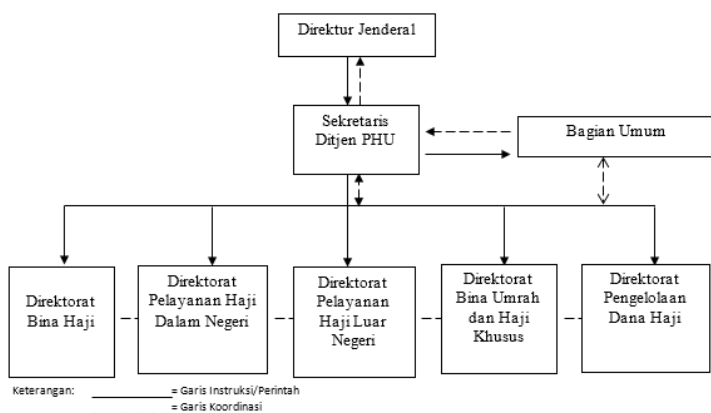
D. Paradigma Komunikasi dalam Penyelenggaraan Haji di Indonesia

Penyelenggaraan ibadah haji di Indonesia dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja, Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2022 tentang Koordinasi Penyelenggaraan Haji Reguler, Peraturan Menteri Agama Nomor 6 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah dan Penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus, Peraturan Menteri Agama Nomor 13 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Haji Reguler, dan Peraturan Menteri Agama Nomor 72 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama.



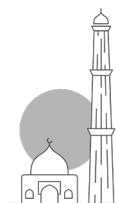
Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 72 Tahun 2022, Kementerian Agama dipimpin oleh Menteri Agama yang membawahi 11 unit kerja, di antaranya adalah unit kerja Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah yang dipimpin oleh Direktur Jenderal. Pasal 144 menjelaskan tugas unit kerja ini yaitu menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang penyelenggaraan haji dan umrah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Struktur kerja penyelenggaraan haji di Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah dapat dipetakan dalam bagan struktur kerja sebagai berikut:



Sumber: Diolah dari PMA Nomor 72 Tahun 2022

Figure 2. Struktur Kerja Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah



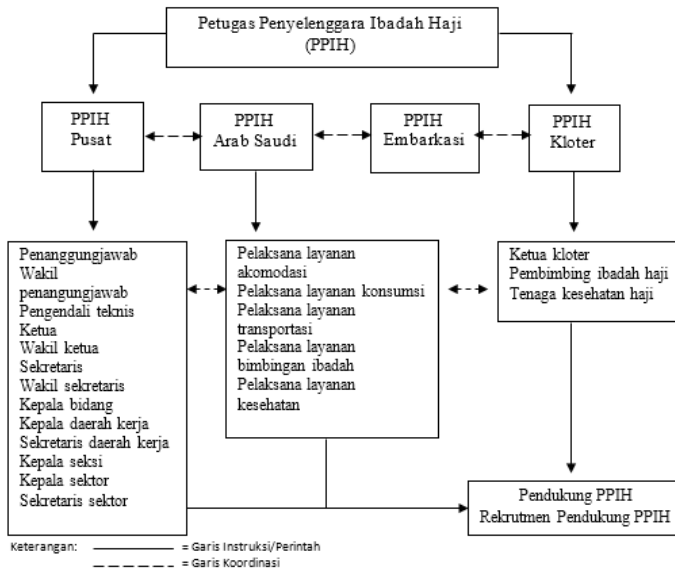
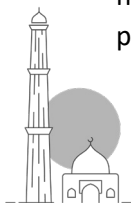


Figure 3. Struktur Kerja Petugas Penyelenggara Ibadah Haji (PPIH)

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2022 tentang Koordinasi Penyelenggaraan Haji Reguler pasal 1 menjelaskan bahwa penyelenggaraan ibadah haji adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi, dan pelaporan ibadah haji. Rangkaian kegiatan penyelenggaraan haji tersebut memerlukan koordinasi yaitu tindakan untuk menyinergikan dan mengharmoniskan pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dalam penyelenggaraan ibadah haji. Pasal 2 menjelaskan bahwa tujuan koordinasi adalah pertama, untuk meningkatkan kualitas pembinaan, pelayanan, dan perlindungan jemaah haji; dan kedua, mewujudkan efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan ibadah haji. Pasal 4 menjelaskan bahwa

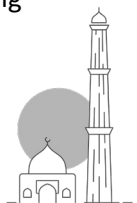


Menteri Agama melakukan koordinasi dengan menteri/pimpinan lembaga pemerintah di tingkat pusat, gubernur di tingkat propinsi, bupati/wali kota di tingkat kabupaten/kota, dan Kepala Perwakilan Republik Indonesia untuk Kerajaan Arab Saudi. Pasal 5 menjelaskan bahwa koordinasi dilakukan meliputi pertama, perencanaan dan pelaksanaan pelayanan transportasi, akomodasi, konsumsi, kesehatan, dokumen perjalanan, dan administrasi. Kedua, pembinaan, dan ketiga, perlindungan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Nomor 13 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Haji Reguler pasal 45 menjelaskan bahwa Menteri Agama dapat membentuk Petugas Penyelenggara Ibadah Haji (PPIH) yang terdiri dari kementerian / lembaga terkait dan masyarakat. Unsur masyarakat terdiri dari organisasi kemasyarakatan Islam, lembaga pendidikan Islam, dan/atau tenaga profesional. Selanjutnya, pasal 46 menjelaskan bahwa PPIH terdiri atas PPIH Pusat, PPIH Arab Saudi, PPIH Embarkasi, dan PPIH Kloter.

PPIH Pusat, PPIH Arab Saudi, dan PPIH Embarkasi terdiri dari unsur pimpinan dan unsur pelaksana. Unsur pimpinan pada PPIH Pusat paling sedikit meliputi: penanggungjawab, wakil penanggungjawab, pengendali teknis, ketua, wakil ketua, sekretaris, wakil sekretaris, kepala bidang, kepala daerah kerja, sekretaris daerah kerja, kepala seksi, kepala sektor; dan sekretaris sektor.

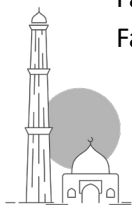
Unsur pelaksana pada PPIH Arab Saudi meliputi, pelaksana layanan akomodasi, pelaksana layanan konsumsi, pelaksana layanan transportasi, pelaksana layanan bimbingan ibadah, dan pelaksana layanan kesehatan. Adapun unsur pelaksana PPIH Kloter meliputi; ketua kloter, pembimbing ibadah haji, dan tenaga kesehatan haji.



Pasal 49 menjelaskan bahwa PPIH Pusat, PPIH Arab Saudi, dan PPIH Embarkasi dapat dibantu Pendukung PPIH. Rekrutmen Pendukung PPIH dilaksanakan melalui mekanisme seleksi dan/ atau penunjukan. PPIH Arab Saudi dapat dibantu tim perwakilan Republik Indonesia di Arab Saudi.

Figure 2 dan 3 menggambarkan alur struktur organisasi yang menekankan adanya garis komando atau instruksi/perintah dan garis koordinasi antara atasan dengan bawahan dalam jajaran Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah. Direktur Jenderal PHU memiliki kewenangan dalam penyelenggaraan haji dan bertanggungjawab kepada Menteri Agama sebagai atasan langsung. Berdasarkan peraturan perundang-undangan, Direktur Jenderal PHU memiliki tugas dalam penyelenggaraan haji untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi, serta pelaporan ibadah haji dan ibadah umrah.

Berdasarkan tugas ini, penyelenggaraan haji di Indonesia menerapkan fungsi manajemen klasik dengan pendekatan komunikasi praktis. Teori yang dikategorikan sebagai teori organisasi klasik atau manajemen klasik adalah teori yang dikemukakan pada abad 19, tepatnya pada akhir tahun 1800, 1887, sampai dengan 1920an (Nhema, 2015). Fungsi manajemen klasik pada awalnya digagas oleh Henri Fayol (1949) yang menguraikan prinsip administrasi dalam pelayanan publik dengan prinsip pembagian tugas, adanya kewenangan/otoritas, disiplin, sentralisasi administrasi, satu arah/tujuan, pembagian sub-sub bagian, remunerasi, satu rantai komando, tertib, ekuitas, stabilitas kepemilikan, adanya inisiasi, dan moral (Nhema, 2015). Prinsip manajemen Fayol ini kemudian disederhanakan oleh Gulick (anggota tim Fayol) menjadi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan,

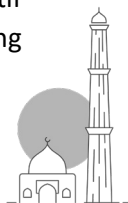


koordinasi, pelaporan dan penganggaran (Nhema, 2015).

Implementasi manajemen klasik dalam sistem penyelenggaraan haji di Indonesia dapat dilihat dalam perspektif komunikasi organisasi. Garis komando atau perintah dari atasan ke bawahan di namakan dengan istilah komunikasi ke bawah (*downward communication*), garis koordinasi dari bawahan ke atasan dinamakan dengan komunikasi ke atas (*upward communication*), sementara itu, garis koodinasi yang menuju arah sejawat kerja yang memiliki hirarki struktur yang sama atau sejajar dinamakan dengan komunikasi horisontal (*horizontal communication*).

Pertama, komunikasi ke bawah yaitu pesan yang dikirim dari tingkat hirarki yang lebih tinggi ke tingkat hirarki yang lebih rendah. Misalnya, pesan yang dikirim oleh Direktur Jenderal kepada Sekretaris Ditjen PHU, kemudian diteruskan lagi ke Direktur-Direktur yang ada dibawah wilayah kerjanya, Direktur Bina Haji, Direktur Pelayanan Haji Dalam Negeri, Direktur Bina Umrah dan Haji Khusus, dan Direktur Pengelolaan Dana Haji adalah bentuk komunikasi ke bawah yang berisi pesan yang dikirim oleh atasan dapat berupa perintah, imbauan, nasehat dan lain sebagainya.

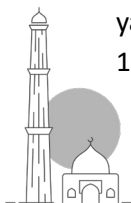
Masalah yang sering timbul dalam komunikasi ke bawah adalah kesalahpahaman makna perintah dari atasan oleh bawahan. Hal ini dapat terjadi karena perbedaan bahasa yang digunakan oleh atasan tidak mampu dipahami oleh bawahan. Adalah hal yang wajar karena pada umumnya pimpinan tinggi dalam manajemen organisasi atau manajer-manajer adalah orang-orang yang berpendidikan tinggi, bahkan lulusan pendidikan luar negeri, tetapi sebaliknya kebanyakan bawahannya memiliki pendidikan yang relatif lebih rendah daripada atasan. Oleh karena itu bahasa yang



digunakan atasan seringkali tidak dipahami oleh bawahan. Terlebih lagi dalam urusan teknis kadang-kadang ada kode bahasa tersendiri yang biasanya hanya dimengerti oleh atasan atau bawahan saja.

Menurut Katz dan Kahn ada lima jenis informasi yang sering dikomunikasikan oleh atasan kepada bawahannya, yaitu; 1) informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan, 2) informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan, 3) informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi, 4) informasi mengenai kinerja pegawai, dan 5) informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (Pace & Faules, 2000). Adapun metode yang digunakan dalam penyampaian informasi ke bawahan adalah metode tulisan, lisan, tulisan diikuti lisan, dan lisan diikuti tulisan (Nurdin, 2014).

Kedua, komunikasi ke atas yaitu pesan yang dikirim dari tingkat hirarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi. Misalnya; pesan yang dikirim oleh Direktur Bina Haji, Direktur Pelayanan Haji Dalam Negeri, Direktur Bina Umrah dan Haji Khusus, dan Direktur Pengelolaan Dana Haji kepada Sekretaris Ditjen PHU sebagai atasannya, begitu juga pesan yang dikirim oleh Sekretaris Ditjen PHU kepada Direktur Jenderal PHU. Pesan yang dikirim oleh bawahan kepada atasan ini seringkali meliputi; 1) Kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan, yang mencakup; apa yang sedang terjadi di pekerjaan, seberapa jauh pencapaiannya, apa yang masih harus dilakukan, dan lain-lain. 2) Masalah yang berkaitan dengan pekerjaan dan permasalahan yang belum terjawab. 3) Berbagai gagasan untuk perubahan dan saran-saran perbaikan, dan 4) Perasaan yang berkaitan dengan pekerjaan yang sedang dilakukan dan masalah yang lainnya (Devito, 1997).



Secara umum, model komunikasi bawahan ke atasan ini cenderung tidak ada suasana keterbukaan dengan alasan 1) kecenderungan bawahan untuk menyembunyikan pikiran mereka, 2) perasaan bahwa pimpinan tidak tertarik kepada masalah bawahan, 3) kurangnya penghargaan bagi komunikasi ke atas yang dilakukan pegawai, dan 4) perasaan bahwa pimpinan tidak dapat dihubungi dan tidak tanggap pada apa yang disampaikan bawahan (Pace & Faules, 2000).

Planty dan Machaver menyarankan adanya penerapan tujuh prinsip agar suasana keterbukaan dalam komunikasi antara pimpinan dengan bawahan tetap terjaga. Prinsip-prinsip tersebut adalah komunikasi ke atas harus direncanakan, berlangsung secara berkesinambungan, menggunakan saluran rutin, menitikberatkan kepekaan dan penerimaan komunikasi yang terjadi, mendengarkan secara obyektif, ada upaya tindakan untuk menanggapi masalah, dan menggunakan berbagai media dan metode untuk meningkatkan aliran informasi (Pace & Faules, 2000).

Ketiga, komunikasi horisontal adalah pesan yang dikirim dari dan ke tingkat hirarki yang sama atau sederajat/selevel. Misalnya; pesan yang dikirim oleh dan dari struktur hirarki yang selevel. Komunikasi yang terjadi antara Direktur Bina Haji, Direktur Pelayanan Haji Dalam Negeri, Direktur Bina Umrah dan Haji Khusus, dan Direktur Pengelolaan Dana Haji yang memiliki level dalam struktur hirarki yang sama. Jenis komunikasi ini dapat memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode dan bahkan tempat curahan pendapat (*brainstorming*). Dengan komunikasi ini dapat meminimalisir terjadinya kesalahpahaman, dan dapat menciptakan suasana hubungan baik, serta tercapai kepuasan kerja.

Masalah yang dapat timbul dalam jenis komunikasi horisontal adalah jika para pegawai dalam pekerjaannya sudah



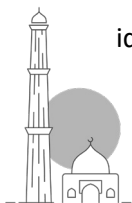
terspesialisasi sesuai dengan bidangnya sendiri-sendiri, maka mereka menganggap bahwa pekerjaannya sebagai yang terbaik, yang lain dianggap sebagai kompetitor. Jika hal ini yang terjadi akan sulit terjalin komunikasi horisontal.

Tujuan komunikasi horisontal adalah untuk mengkoordinasikan penugasan kerja, berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan, untuk memecahkan masalah, untuk memperoleh pemahaman bersama, untuk mendamaikan, berunding dan memediasi perbedaan, dan untuk menumbuhkan dukungan interpersonal (Pace & Faules, 2000).

Fungsi komunikasi yang berperan dalam organisasi menjadi ruang kajian manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi adalah fungsi manajemen strategis yang mengelola situasi proses pengambilan keputusan berdasarkan retrospektif (masa lampau) dan prospektif (masa depan) dalam organisasi (Raupp & Hoffjann, 2012). Manajemen komunikasi adalah elemen dasar yang digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan manajemen. Manajemen komunikasi berperan untuk mengoptimalkan sumber daya manusia dan teknologi melalui strategi komunikasi untuk keberhasilan komunikasi organisasi (Sahputra, 2020).

Penyelenggaraan haji di Indonesia menerapkan manajemen komunikasi dengan mengelola informasi atau data haji yang lama untuk dipelajari, dianalisis, dan diputuskan untuk penyelenggaraan haji pada masa yang akan datang. Data penyelenggaraan haji yang bersifat retrospektif dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan prospektif penyelenggaraan haji di musim selanjutnya.

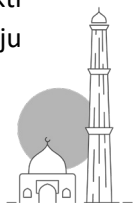
Manajemen komunikasi memerlukan strategi. Strategi identik dengan manajemen strategis organisasi, namun



strategi juga dapat digunakan dalam skala individu, yaitu, mentransfer ide perencanaan menjadi tindakan operasional (Steyn, 2003). Strategi digunakan untuk menghadapi dan melakukan perubahan. Strategi adalah pilihan tentang apa yang harus dilakukan dan yang tidak dilakukan. Strategi mencerminkan pola perilaku seseorang atau lembaga. Mengimplementasikan strategi dapat diartikan sebagai mengkomunikasikan perubahan. Strategi komunikasi adalah mengkomunikasikan pilihan strategi yang digunakan dan membantu mengimplementasikan apa yang dilakukan oleh individu atau Lembaga (Jones, 2008). Pilihan strategi komunikasi dapat dipengaruhi oleh informasi yang diterima, bagaimana cara meresponnya, dan sejauhmana keterlibatan media dalam mempengaruhinya (Rudeloff et al., 2021). Strategi komunikasi memainkan peran penting dalam mengelola penyelenggaraan haji di Indonesia.

Strategi komunikasi berpijak pada kebijakan manajemen dalam mengelola tujuan lembaga atau organisasi. Menurut David Kolzow, ada beberapa komponen kunci untuk mencapai lembaga yang unggul. Kolzow memberi istilah dengan nama *Excellent Management* dengan 12 kalimat kunci, yaitu kompetensi, budaya kinerja yang baik, berbasis pelayanan *customer*, pelatihan *soft skill* dan *hard skill*, manajemen perubahan, kolaborasi, komunikasi, solusi kreatif, pilihan strategi, kontrol capaian manajemen, analisis manajemen secara ketat, dan adanya sistem *reward and punishment* (Rokhayati, 2014).

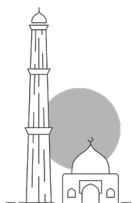
Jika dikonkritkan lagi, kata kunci dalam manajemen unggul yang terkait dengan kajian komunikasi adalah komunikasi dan kolaborasi. Dua kata ini telah terbukti mampu menggerakkan manajemen yang stagnan menuju



manajemen perubahan yang dinamis, prospektif, kreatif, dan berkelanjutan. Manajemen berkelanjutan dalam penyelenggaraan haji diperlukan untuk kontinuitas program penyelenggaraan haji. Keberlanjutan diartikan sebagai kapasitas untuk mempertahankan dan meningkatkan keadaan dan ketersediaan bahan atau kondisi yang diinginkan di masa depan (Harrington, 2016).

Konsep keberlanjutan dikembangkan dalam beberapa kalimat kunci, yaitu; pertama, keberlanjutan menjadi pilihan penting. Sistem bergerak dinamis, keberlanjutan adalah target yang bergerak, tidak ada titik akhir untuk mencapai dan mempertahankannya. Perubahan bertahap dan pergeseran menjadi pilihan yang penting. Kedua, keberlanjutan sebagai konsep normatif. Gagasan keberlanjutan terkait erat dengan apa yang diinginkan. Setiap orang memiliki keinginan yang berbeda-beda dan berusaha untuk dilakukan dalam ruang dan waktu yang sama atau berbeda. Ketiga, keberlanjutan sebagai konsep yang abstrak. Keberlanjutan diartikan secara berbeda-beda sesuai kepentingannya. Keberlanjutan dapat diterapkan dalam banyak keinginan yang berbeda. Keempat, pentingnya skala dalam ruang dan waktu. Skala keberlanjutan memiliki perbedaan dalam ruang dan waktu. Kondisi dapat berubah dari waktu ke waktu dari skala lokal, regional, dan global (Harrington, 2016). Dinamika manajemen yang berkelanjutan mampu menjamin mutu layanan dalam penyelenggaraan ibadah haji.

Berdasarkan penjelasan di atas, paradigma komunikasi yang diimplementasikan dalam penyelenggaraan haji di Indonesia dapat dilihat dalam figure 4 sebagai berikut:



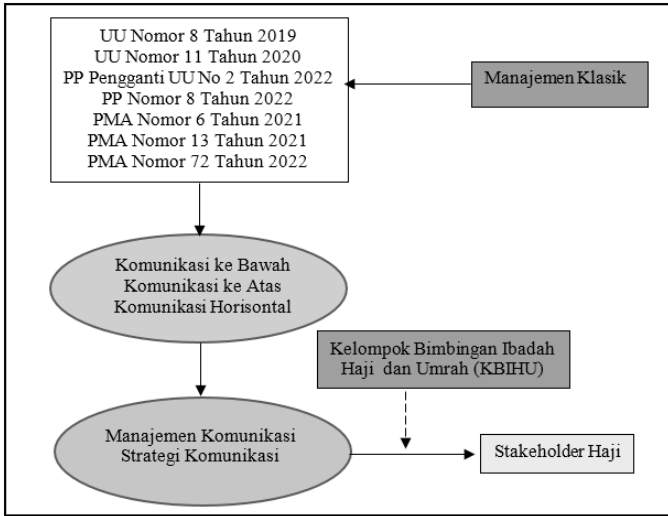
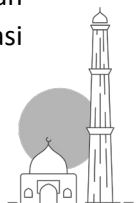
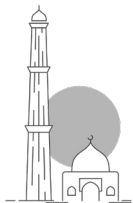


Figure 4. Paradigma Komunikasi Haji di Indonesia

Figure 4 menjelaskan bahwa penyelenggaraan haji di Indonesia dikelola berdasarkan amanah undang-undang dan peraturan pemerintah yang telah ditentukan. Manajemen penyelenggaraan haji yang ditentukan masih menggunakan pola manajemen klasik yang bersifat *topdown*. Undang-undang dan peraturan pemerintah memiliki konsekuensi pada penyelenggaraan haji di Indonesia yang bersifat sentralisasi, dan manajemen bersifat *topdown*. Ada peran lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) yang urgen dalam penyelenggaraan ibadah haji. KBIH berperan tidak hanya dalam proses penyelenggaraan haji dalam negeri, tetapi juga berperan besar dalam membimbing jemaah di Mekkah dan Madinah. Dalam perspektif komunikasi organisasi, sistem penyelenggaraan haji ini melahirkan paradigma komunikasi dalam organisasi



yang bersifat komunikasi ke bawah, ke atas, dan horisontal. Pola komunikasi organisasi ini digunakan untuk menjalankan manajemen dan strategi penyelenggaraan haji dengan sasaran stakeholder haji.



E. Konstruksi Makna Haji oleh Jemaah

Komunikasi terkait erat dengan makna. Individu dapat memberikan makna apa saja tentang pesan dan pengalaman yang telah diterima, dan selanjutnya diberi makna menurut versinya. Makna sangat subjektif dan melekat bagi individu berdasarkan *frame of reference* dan *frame of experience*. *Frame of reference* atau kerangka pikir seseorang dipengaruhi oleh referensi dan pengetahuan seseorang tentang objek dan peristiwa tertentu yang dialaminya. *Frame of experience* atau kerangka pengalaman seseorang berperan dalam menentukan makna yang diberikan tersebut. Perpaduan antara *frame of reference* dan *frame of experience* membentuk konstruksi makna yang diberikan individu kepada objek tertentu.

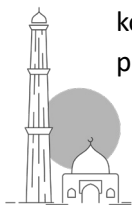
Konstruksi makna bergerak dari identitas individu ke identitas kelompok (Cerulo, 1997). Konsep makna diperlukan dalam kehidupan bermasyarakat dan untuk pengembangan hubungan antar manusia (Daniels & Gabel, 2004). Makna individu dikonstruksi berdasarkan pengalaman dan makna



yang dimiliki terkait dengan atribut agama dan budaya. Identitas individu bergerak dari makna diri ke dalam makna kelompok. Identitas kelompok dikonstruksi dengan kesamaan makna dan pemahaman yang dimiliki bersama anggota kelompok. Identitas kelompok dikonstruksi atas kesamaan makna sebagai anggota dengan rasa identitas kelompok (Alagha, 2012).

Konstruksi makna bergerak dinamis seiring dinamika interaksi antarmanusia. Konstruksi makna memiliki potensi bergeser dan bermutasi dalam bentuk tindakan dan sikap (He, 2004). Makna haji dapat dikonstruksi secara berbeda oleh setiap individu. Identitas haji dapat dikonstruksi oleh seorang aktor politik, negarawan, pengusaha, akademisi, pedagang, petani, petambak, pekerja profesional, bahkan sebagai seorang fundamentalis (Kahani-Hopkins & Hopkins, 2002; Sohrabi, 2016). Identitas individu dapat dikonstruksi melalui identitas haji sebagai sumber asal sikap, pengetahuan, dan sikap individu, haji sebagai identitas yang dipilih, dan agama (haji) sebagai identitas untuk kehidupan publik (Peek, 2005).

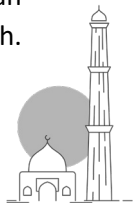
Identitas haji dikonstruksi dalam level individu dan kelompok. Dalam level individu, identitas haji dikonstruksi dalam kehidupan keseharian dengan aktif menjalankan ibadah sebagai bentuk hubungan vertikal kepada Tuhan dan hidup bermasyarakat dengan penuh toleransi dan harmonis. Dalam level kelompok atau kelembagaan, identitas haji dikonstruksi sebagai seorang dermawan yang membantu dalam pendirian masjid, mushola, lembaga pendidikan dan pondok pesantren. Konstruksi identitas haji dalam level individu dan kelompok adalah bagian dari simbol pemaknaan atas serangkaian ibadah haji yang melahirkan pengalaman komunikasi transendental, pengalaman antarbudaya, dan pengelolaan kesan dalam kehidupan keseharian.



Ibadah haji merupakan bagian dari kesadaran transendental yang dilakukan untuk menutup kesadaran realitas keseharian dan berpaling kepada realitas spiritual dengan berdo'a dan berserah diri kepada Tuhan (Littlejohn & Foss, 2009). Dalam perspektif komunikasi, peralihan aktivitas keseharian menuju kekuatan ilahiyah yang berada di luar kekuatan dirinya dinamakan dengan komunikasi transendental (Syam, 2015). Dalam sudut pandang yang lain, komunikasi transendental juga dinamakan dengan komunikasi vertikal, yaitu komunikasi manusia kepada Tuhan yang didasari kepasrahan diri dengan berdo'a dan memohon pengampunan atas kesalahan yang telah dilakukan, dan memohon keselamatan dunia dan akhirat (Holillaha, 2017).

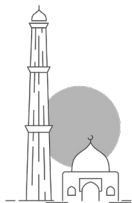
Komunikasi transendental memiliki ciri-ciri tentang apa yang dilakukan yaitu dilakukan secara sadar, individual, fenomenal, spontanitas, bagian dari refleksi diri, dan hasil reduksi dari peristiwa yang terjadi (Syam, 2015). Ibadah haji adalah perjalanan spiritual yang disadari setiap individu secara spontan sebagai bagian dari peristiwa yang dilakukan. Kesadaran tentang haji sebagai perjalanan spiritual ini menghasilkan reduksi atas segala peristiwa yang terjadi dan menciptakan kesadaran atas adanya Tuhan. Kesadaran ini melahirkan tindakan komunikasi transendental yaitu tindakan komunikasi manusia kepada Tuhan dengan cara berdo'a dan menyerahkan diri dihadapan Tuhan sebagai bentuk ketidakberdayaannya selama menjalankan ritual ibadah haji.

Pengalaman komunikasi transendental ini dialami oleh setiap jemaah haji dengan konstruksi makna yang dimiliki selama melakukan ritual ibadah haji, yaitu ketika melakukan umrah dan haji. Menurut bahasa, umrah berarti ziarah.



Menurut istilah, umrah berarti mengunjungi Baitullah (Ka'bah) dengan melakukan thawaf, sa'i dan bercukur demi mengharap rida Allah. Haji adalah berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan amalan-amalan, antara lain: wukuf di Arafah, mabit di Muzdalifah dan Mina, thawaf di Ka'bah, sa'i, dan amalan lainnya pada masa tertentu demi memenuhi panggilan Allah dan mengharapkan ridla-Nya semata (Kementerian Agama, 2020).

Konstruksi makna transendental dialami oleh jemaah haji dalam melakukan ritual haji. Makna transendental dialami ketika jemaah mengalami dan menyaksikan peristiwa yang terjadi selama haji terkait dengan peristiwa spiritual. Konstruksi makna antarbudaya dilakukan berdasarkan hasil interaksi antarbudaya selama ritual haji. Selama haji, jemaah bertemu dengan keragaman budaya dan tradisi ritual agama yang berbeda-beda dari seluruh umat muslim di dunia. Terjadi interaksi fisik antar jemaah dengan beragam etnis muslim di dunia ketika di hotel, di atas bus, di masjid, dan bahkan ketika tawaf. Konstruksi makna haji juga dilakukan sebagai produk sosial atas pelaksanaan haji. Konstruksi makna terwujud dalam bentuk pengelolaan kesan (*impression management*) sebagai individu yang telah melaksanakan haji. Gelar panggilan Pak Haji dan Bu Hajjah adalah sebuah kehormatan sebagai status sosial dalam masyarakat. Untuk itu diperlukan pengelolaan kesan yang optimal sebagai 'penyandang' gelar Haji dan Hajjah.



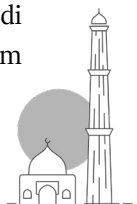
Menginjakkan Kaki di Kota Madinah

Pengalaman transendental selama umrah dan haji dialami oleh jemaah haji, dan mereka mengkonstruksi makna sesuai dengan tingkat pengetahuan dan pengalaman mereka. Pengalaman transendental pertamakali dialami oleh jemaah haji ketika baru tiba di Madinah (jemaah haji yang dijadikan subjek penelitian ini adalah jemaah haji gelombang pertama, yang menuju ke Madinah terlebih dahulu, berangkat hari/tanggal, Selasa/07 Juni 2022, menumpang pesawat Saudia *take off* pukul 19.05 WIB). Perasaan berdebar *mengguncang dada* para jemaah ketika pesawat yang ditumpanginya akan mendarat tiba di Bandar Udara Internasional Pangeran Muhammad bin Abdul Aziz di Madinah tepat pukul 04.30 waktu setempat (Hari Rabu, Tanggal 8 Juni 2022). Gema lantunan *talbiyah* berkumandang menyeruak dalam kehampaan ruang iman para jemaah. Antara realitas dan mimpi yang menjadi kenyataan setelah penundaan ibadah haji selama dua tahun karena pandemi COVID-19.

Berkecamuknya ruang transendental jemaah haji ketika tiba di Madinah berbau dengan kekhawatiran jemaah saat pemeriksaan tes COVID-19 di bandara. Satu sisi ruang transendental mulai terisi dengan getaran hati ketika menginjakkan kaki di kota kehidupan akhir Rasulullah, Nabi akhir zaman. Sisi yang lain, pemeriksaan imigrasi dan tes COVID-19 memberi tekanan tersendiri bagi psikologi jemaah.

Seorang informan menceritakan pengalamannya ketika pertamakali menginjakkan kaki di Madinah. Menurut pengakuannya:

“Selama 12 tahun menunggu antrian haji, saat ini serasa mimpi dapat melakukan haji, mendapat panggilan suci di tengah kekhawatiran virus COVID-19. Separuh jemaah belum



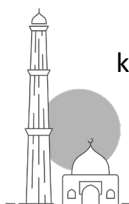
jadi berangkat, dan saya termasuk yang dipanggil Allah untuk melakukan haji, sungguh suatu nikmat dan karunia Allah yang luar biasa, dan mendebarkan jiwa dan mengobati kegundahan yang selama ini menunggu kepastian berangkat haji”(Informan_14, 2022).

Getaran jiwa tidak hanya dirasakan karena berada di kota Nabi, namun juga karena suasana pandemi COVID-19 yang masih melanda. Setelah melewati pemeriksaan petugas imigrasi di bandara, para jemaah haji dihadapkan pada pemeriksaan COVID-19 di bandara. Suasana kegelisahan tampak pada raut muka para jemaah haji. Kecemasan menyelimuti proses pemeriksaan dan berpikir dampak buruk yang terjadi jika ada masalah dengan kesehatan terkait dengan COVID-19. Pengalaman ini diutarakan oleh informan sebagai berikut:

“Ya Allah, bergetar rasanya hati ini, satu sisi sangat bersyukur sudah sampai di Madinah, namun pemeriksaan yang ketat menimbulkan kekawatiran pada diri ini, takut tidak bisa haji, dan dikembalikan pulang ke kampung halaman” (Informan_04, 2022).

Penyelenggaraan haji pada tahun 1443 H / 2022 M ini masih dalam tahap percobaan selama pandemi COVID-19 mewabah. Suasana pandemi ini berdampak tidak hanya pada mental jemaah terkait dengan persiapan rohani jemaah haji, namun juga terkait dengan mental kesehatan karena diselimuti oleh adanya virus COVID-19. Para jemaah haji mengalami kegelisahan dalam dua aspek yaitu mental seorang haji dan mental kesehatan terkait adanya COVID-19.

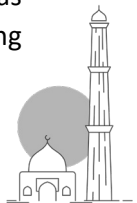
Setelah selesai pemeriksaan di imigrasi dan cek kesehatan COVID-19, para jemaah haji dipersilahkan keluar



dari area bandara dan diarahkan menuju kendaraan yang telah disiapkan yaitu armada Bus. Jemaah berkelompok sesuai dengan regu dan rombongan yang telah ditentukan. Sebelumnya disosialisasikan oleh panitia penyelenggara, jika kendaraan Bus yang dinaiki oleh para jemaah haji adalah sama nomor urutnya dengan nomor Bus yang dinaiki ketika perjalanan dari Asrama Haji Sukolilo menuju Bandar Udara Internasional Juanda, di Sidoarjo. Namun realitasnya Bus-Bus yang berjejer sesuai dengan uturtannya tersebut dapat dinaiki oleh siapa saja yang lebih dahulu sampai di tempat kendaraan tersebut. Suasana ini menimbulkan keresahan jemaah, karena ketika menaiki Bus sesuai dengan nomor yang di sosialisasikan oleh panitia penyelenggara, Bus tersebut sudah penuh jemaah sehingga disarankan untuk pindah ke Bus lain. Realitas ini melahirkan keresahan baru, yaitu jemaah berpencar, dan tidak dapat berkelompok dengan regu atau bahkan rombongannya. Pengalaman ini diakui oleh informan sebagai berikut:

“Wah tidak dapat kumpul regu dan rombongan saya, bus sudah penuh semua, khawatir sekali tidak bertemu dengan teman-teman. Melihat jemaah yang sangat banyak, dan agak kesulitan mengenali satu persatu jemaah karena suasana masih pagi, agak gelap” (Informan_03, 2022).

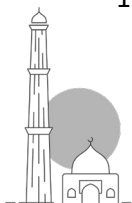
Setelah di atas Bus, keresahan kembali terjadi, ketika petugas haji dari Arab Saudi mengambil seluruh paspor jemaah untuk di jadikan satu dengan seluruh jemaah di Maktab atau hotel yang ditempati. Keresahan ini terjadi karena keterbatasan kemampuan bahasa jemaah yang tidak mampu memahami Bahasa Arab pasaran *ala* petugas haji Arab Saudi, dan tidak di tunjang oleh penerjemah yang



mendampingi ketika mereka berbicara, juga terjadi 'gegar budaya' yang dialami oleh jemaah melihat postur tubuh petugas haji Arab Saudi yang berbeda dengan postur dan pakaiannya dengan para jemaah haji Indonesia.

Gegar budaya (*shock culture*) yang dialami jemaah dalam perspektif komunikasi antabudaya adalah sebuah keniscayaan yang akan dialami oleh semua orang ketika berhadapan dengan suasana dan lingkungan yang berbeda. Proses komunikasi mengalami suatu keterkejutan budaya (gegar budaya). Gegar budaya pertama kali digunakan oleh Kalvare Oberg (1960). Gegar budaya adalah kejutan yang dialami pada waktu dua kebudayaan yang berbeda bertemu (Futura). Gegar budaya adalah suatu reaksi negatif terhadap berbagai segi kehidupan suatu masyarakat asing yang dirasakan rumit (Nakane Chie). Gegar budaya adalah suatu penyakit yang berhubungan dengan pekerjaan atau jabatan yang diderita orang-orang yang secara tiba-tiba berpindah atau dipindahkan ke luar negeri (Kalvare Oberg). Gegar budaya ditimbulkan oleh kecemasan yang disebabkan oleh kehilangan tanda-tanda dan lambang-lambang dalam pergaulan sosial (Mulyana, 2012).

Jemaah berpencar sesuai dengan kedatangan Bus yang dinaiki. Jemaah haji menyebar di hotel-hotel yang telah ditentukan oleh panitia haji di Kota Madinah. Kebetulan hotel yang ditempati subjek penelitian adalah *Diyar Al-Salam Silver Hotel* yang terletak di kawasan Al Salam St. Western Central Area Al-Madina Al-Munawarah. Maktab ini menampung jemaah haji ± 1800an jemaah atau 4 kloter jemaah haji asal Jawa Timur. Jarak antara hotel ini dengan ± Masjid Nabawi 1.7 km.

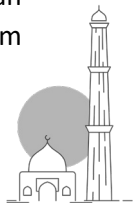


Keresahan kembali dialami oleh jemaah ketika tiba di hotel. Keresahan terjadi karena kedatangan jemaah di hotel yang terpisah dengan kelompoknya. Setelah bertemu dengan regu dan rombongannya, mencari kamar yang telah ditentukan, dan mendapati realitas bahwa jemaah tidak dapat menempati satu kamar dengan suami atau istrinya. Meskipun ada sosialisasi sebelum keberangkatan, bahwa penempatan kamar-kamar di hotel Madinah dan Mekkah akan dipisah antara suami dengan istrinya, atau laki-laki dengan perempuan, namun jemaah tetap mengalami keresahan karena berpisah dengan suami atau istrinya. Alih-alih berpisah hanya di kamar sebelah atau depan, samping kiri atau kanannya, justru ada jemaah yang istri atau suaminya berbeda lantai. Realitas ini mengharuskan adanya komunikasi dan koordinasi yang efektif antara panitia penyelenggara haji untuk memberi kenyamanan bagi jemaah haji.



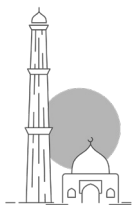
Figure 5. Jemaah Haji di depan Hotel Diyar Al-Salam Silver Hotel

Secara umum, jemaah haji asal Indonesia adalah jemaah yang memiliki karakter patuh dan disiplin dalam mentaati setiap aturan dalam penyelenggaraan haji. Namun sebagai manusia, makhluk sosial, tetap ada keresahan dan kegelisahan yang dialami oleh jemaah haji. Dalam



perspektif teori pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*) (West & Turner, 2007), seorang mengalami kecemasan dan ketidakpastian informasi disebabkan oleh latar pengetahuan yang tidak mampu menjawab permasalahan yang terjadi sehingga mengalami tekanan kognitif. Untuk mengatasi tekanan kognitif tersebut, jemaah haji mengalihkannya dengan memperbanyak melakukan komunikasi transendental pada Allah.

Mengelola kecemasan dan ketidakpastian informasi dalam perspektif teori pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian (*anxiety/uncertainty management theory*) harus mengenali konsep orang asing, tempat asing, budaya asing, dan apa yang membuat perasaan cemas dan ketidakpastian, serta memerlukan kesadaran untuk melakukan komunikasi yang efektif (Wiseman, 1995). Kota Madinah dan orang-orangnya diibaratkan sebagai orang asing bagi jemaah haji, atau tempat asing yang belum dikenali. Jemaah haji memerlukan pengetahuan dalam memahami karakter setiap jemaah dan budaya peradaban masyarakat Madinah. Problem ini dapat diatasi dengan meningkatkan kesadaran diri secara reflektif, melakukan perenungan, mendekatkan diri, dan berkomunikasi transendental pada Allah. Pada akhirnya, komunikasi transendental dijadikan sebagai strategi pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian informasi bagi jemaah haji.



Mengejar Arba'in dan Berdo'a di Raudhah

Istilah Arba'in selalu melekat pada jemaah haji ketika berada di Madinah. Di kota ini ada Masjid Nabawi sebagai tempat ibadah yang memiliki pahala berlipat. Arba'in ini dimaksudkan sebagai shalat empat puluh waktu di Masjid Nabawi secara berkesinambungan bersama imam (shalat berjama'ah). Amalan ini dilakukan berdasarkan hadis Nabi yaitu; "Barang siapa shalat di masjidku empat puluh shalat tanpa ketinggalan sekalipun, dicatatkan baginya kebebasan dari neraka, keselamatan dari siksaan, dan ia bebas dari kemunafikan" (HR. Ahmad). Hadis lain yang menguatkan jemaah haji untuk melakukan shalat di Masjid Nabawi adalah: "Satu kali shalat di masjidku ini lebih baik dari seribu shalat di masjid lain, kecuali Masjidil Haram" (HR. al-Bukhari).

Berdasarkan hadis di atas, jemaah haji termotivasi mengejar shalat arba'in untuk mendapatkan imbalan terbebas dari neraka, selamat dari siksaan, dan terbebas dari kemunafikan. Panitia penyelenggara haji memfasilitasi kesempatan menjalankan shalat arba'in ini dengan membuat program minimal tinggal delapan hari (8 hari) di Madinah agar jemaah dapat menjalankan shalat arba'in.

Rabu, 08 Juni 2022, sekitar pukul 07.00 waktu Madinah, seluruh jemaah haji kloter 5 yang berasal dari Kabupaten Lamongan, berjumlah 450 jemaah telah tiba di hotel *Diyar Al-Salam Silver Hotel*. Seluruh jemaah haji di minta untuk tetap menunggu di atas Bus, kecuali Ketua Regu (KARU) dan Ketua Rombongan (KAROM) yang turun untuk koordinasi pembagian kamar dengan petugas haji. Pembagian kamar ini memerlukan waktu yang *lumayan* lama, dan pada saat KAROM sudah mendapatkan kunci kamar, seluruh jemaah haji di minta untuk turun dari Bus dan koordinasi dengan



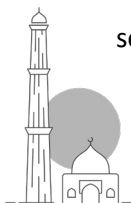
KAROM dan KARU dan segera menuju kamar-kamar yang telah ditentukan.

Setelah selesai pembagian kamar hotel, menjelang waktu shalat dzuhur tiba, Ketua Kloter memberikan pengumuman bahwa mulai siang ini, waktu shalat dzuhur dinyatakan sebagai awal penghitungan shalat Arba'in di Masjid Nabawi. Jemaah haji segera bergegas dan berkemas menuju Masjid Nabawi untuk memulai 'mengejar' Arbai'n. Untuk menuju ke masjid harus ditempuh dengan jalan kaki dengan cuaca panas sekitar 48°. Meskipun cuaca sangat panas, terlihat para jemaah haji sangat semangat pergi ke masjid dan pulang ke hotel dengan jalan kaki. Perjalanan ke masjid ditempuh dengan jarak $\pm 1,7$ km.

Merasakan cuaca Kota Madinah yang panas, ada jemaah haji yang memilih untuk tidak pergi dan pulang setiap saat waktu shalat, ada yang memilih berangkat ke masjid sebelum waktu dzuhur, dan dilanjutkan dengan i'tikaf di masjid sampai selesai waktu shalat isya' baru kembali ke hotel. Namun demikian ada juga yang memilih pergi dan pulang setiap habis shalat. Berikut pengalaman informan yang diceritakan:

“Sangat hati-hati, kalau tidur jangan sampai *kebablasan*, kepada teman-teman jemaah satu kamar, kita harus saling mengingatkan untuk shalat berjama'ah ke masjid. Sebagai bentuk kehati-hatian kita untuk tetap dapat shalat berjama'ah, ya sampai kita berangkat shalat magrib tidak pulang ke hotel namun langsung shalat di masjid menunggu isyak, kadang-kadang berangkat ashar sampai isyak baru pulang” (Informan_02, 2022).

Rutinitas kegiatan dalam mengejar Arba'in ini dilakukan setiap hari sampai hari terakhir, hari Kamis, tanggal 16 Juni



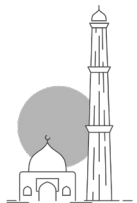
2022, atau tepatnya setelah selesai shalat subuh di Madinah, dan langsung bersiap melakukan ibadah umrah dengan mengambil *miqot* dan niat umrah di Masjid Bir Ali atau *Dzulhulaifah* yang terletak di sebelah barat Lembah Aqiq, 11 km dari Masjid Nabawi, dan menuju Mekkah Al Mukarromah.

Selama masa ‘mengejar’ Arba’in, banyak pengalaman spiritual yang dialami oleh jemaah haji. Menurutnya, Masjid Nabawi memberikan kenyamanan bagi jemaah dalam menjalankan ibadah. Meskipun di luar masjid cuaca sangat panas, mencapai 48^o, ketika masuk masjid, suasana kesejukan, kedamaian, dan kekhusu’an dalam beribadah sangat terasa. Berikut ini penuturan informan sebagai berikut:

“Masjid Nabawi itu memberikan kenyamanan yang tak terhingga bagi para jemaah. Meski di luar sangat panas (48 derajat) namun ketika masuk masjid, terasa sejuk dan nyaman, sehingga *betah* lama di dalam masjid. Alhamdulillah, bisa melaksanakan arba’in dengan baik” (Informan_02, 2022).

Pengalaman mengejar Arba’in juga diceritakan oleh informan lain sebagai berikut:

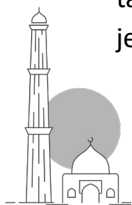
“Perlu kesiapan dan kesigapan dalam mengutamakan waktu-waktu shalat fardlu. Jangan sampai bolong, akhirnya alhamdulillah terlampaui. Sekalipun dalam keadaan badan terforsir dan capek harus tetap semangat. Semangat dan kesan karena berangkat bersama-sama dengan cuaca yang sangat panas (48 derajat). Dapat melaksanakan arba’in sangat puas karena dapat melampauinya (Informan_03, 2022).



“Meski saya sulit jalan, alhamdulillah saya dapat melakukan shalat berjama’ah secara terus menerus (arba’in). Saya berangkatnya sebelum dzuhur dan sampai selesai isya’ baru kembali hotel. Semua atas bantuan teman-teman semua, saling mengingatkan” (Informan_04, 2022).

Sambil mengejar ibadah Arba’in, ada satu tempat yang tidak boleh terlewatkan bagi jemaah, yaitu Raudhah, Rasulullah menamakannya sebagai taman surga, tempat sakral dan mujarabnya do’a-do’a yang dimintakan di tempat ini. Raudhah merupakan suatu area yang ada pada Masjid Nabawi terletak di antara rumah Rasulullah dan mimbar. Pada saat ini, rumah Rasulullah sudah menjadi makam Rasulullah. Tempat terkabulnya suatu do’a ini biasa terdapat tanda karpet dan tiang-tiang putih. Luasnya sekitar 330 meterpersegi dan memanjang dari arah timur hingga barat sepanjang 22 meter. Sedangkan, dari arah utara hingga selatan Raudhah di Masjid Nabawi memiliki panjang 15 meter. Pada masa lalu, area Raudhah terdapat di luar Masjid Nabawi, berada antara rumah nabi dan mimbar masjid. Tetapi, seiring dengan perluasan Masjid Nabawi, saat ini berada dalam area masjid (Arini, 2023).

Selain ibadah Arba’in, fokus jemaah di Masjid Nabawi adalah dapat menuju Raudhah dan berdo’a, setelah itu dapat ziarah rasul dan para sahabat nabi. Untuk menuju tempat do’a mustajabah (raudhah), pada musim haji tahun 1443 H / 2022 M harus melalui aturan ketat yang diterapkan oleh pengelola Masjid Nabawi. Hal ini dilakukan karena suasana masih dalam kondisi pandemi COVID-19. Tahun ini adalah tahun uji coba penyelenggaraan haji dengan membatasi jemaah hanya 50% dari kuota yang seharusnya. Pengaturan

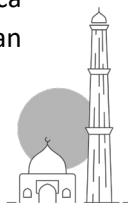


pembatasan ini juga berdampak pada rutinitas jemaah untuk menuju raudhah, tempat mustajabnya segala do'a.

Sebelum adanya pandemi COVID-19, untuk berdo'a di raudhah tidak ada pembatasan, hanya menunggu antrian masuk saja sambil berdesakan, bahkan jika jemaah menginginkan dapat berangkat lebih awal ketika masjid telah dibuka. Masjid Nabawi sudah dibuka untuk jemaah pada pukul 02.00 dini hari. Jemaah dapat langsung menuju raudhah, berdo'a dan beri'tikaf di area raudhah sepuasnya. Namun sejak adanya pandemi COVID-19, jemaah yang ingin ke raudhah harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh penyelenggara dan pengelola Masjid Nabawi. Di antara syaratnya adalah, jemaah hanya diperbolehkan sekali ke raudhah dengan menunjukkan surat *tasyrikh*, yaitu surat keterangan dari Daerah Kerja (DAKER) Madinah sebagai surat pengantar masuk raudhah. Selain itu, jemaah dapat menggunakan aplikasi online yang telah disediakan pengelola setempat, dan waktunya dibatasi hanya \pm 15 menit untuk berdo'a di area raudhah.

Adanya aturan masuk raudhah ini membuat jemaah hanya memiliki 1 – 2 kali kesempatan untuk masuk raudhah, yaitu melalui surat *tasyrikh* dan aplikasi online. Namun realitasnya, penggunaan aplikasi online sangat sulit digunakan, bahkan sebagian besar jemaah tidak dapat menggunakan aplikasi online ini. Sementara surat *tasyrikh* baru keluar pada satu hari terakhir sebelum keberangkatan ke Mekkah.

Realitas di atas melahirkan kreativitas jemaah dengan berupaya dengan segala cara untuk dapat masuk raudhah. Ada yang berkeyakinan bahwa dengan do'a dan baca shalawat secara terus menerus nanti akan diberi kemudahan

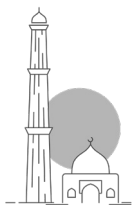


oleh petugas untuk masuk pintu antrian ke raudhah. Bahkan dengan cara ini, ada jemaah yang dapat masuk raudhah lebih dari dua kali, bahkan sampai lima kali. Pengalaman ini diceritakan oleh informan sebagai berikut:

“Ini memang tantangan tersendiri bagi jemaah laki-laki, kalau perempuan itu bebas masuk, tinggal antri saja, kalau jemaah laki-laki harus pakai surat *tasyrikh*, namun demikian saya dapat masuk 5 kali, alhamdulillah. Di raudhah saya banyak berdo’a untuk keluarga, dan keluarga besar saya, pertama agar anak-anak saya menjadi anak yang sholeh, kedua, anak-anak saya diangkat derajatnya dengan ilmu yang diberikan, ketiga, anak-anak saya tetap tekun beribadah, keempat, anak-anak saya semoga dapat ziarah ke Mekkah dan Medinah (Informan_02, 2022).

Pengalaman masuk raudhah sampai lima kali ini diceritakan oleh informan_02 (2022) secara rinci sebagai berikut:

Pertama, hanya coba-coba saja, kebetulan petugasnya ‘agak lalai’, mereka *membelokkan* jemaah yang di tolak, tetapi kemudian membiarkan saya masuk. Ini bagian dari dampak *riadlo* yang saya lakukan. Ada *riadho* yang saya amalkan karena niat masuk raudhah ini, misalnya, sejak dari maktab (hotel) selalu saya baca shalawat, dan saya imbangi dengan *tawashul* atau berbuat baik dengan yang lain, misalnya dengan menolong jemaah yang memerlukan pertolongan, terus terang saja, ini yang saya buat *tawashul* untuk saya dapat masuk raudhah. Ada satu jemaah yang selalu harus saya temui sebelum masuk masjid. Bertemu hanya sekedar bertanya bagaimana keadaannya, airnya sudah cukup apa belum, saya mengajaknya masuk masjid, terkadang mau



terkadang juga tidak. Begitu juga kalau sudah selesai dan pulang ya saya cari lagi. Selalu wirid dan *tawashul*, sambil mengamalkan ijazah doa dari Bapak Kyai yang selalu saya amalkan. Dapat ziarah ke kanjeng nabi, ada yang menitip salam, semua dapat dilakukan.

Kedua, saya ikut rombongan lain yang sudah punya surat *tasyrikh*, saya hanya bergabung saja, saya tidak berani ambil di depan atau belakang, tetapi di tengah. Kenapa saya ambil tengah, kalau saya ambil belakang, khawatir kalau ditolak masuk dan di kembalikan lagi. Pikiran saya karena wajah dan mukanya sama maka insyallah aman.

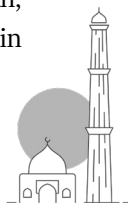
Ketiga, terbantu oleh jemaah dari daerah lain, saya sudah masuk dua kali terus di kembalikan, saya masuk ke tiga kebetulan ada jemaah dari daerah lain 3 orang, dia belum pernah ke raudhah namun pintar Bahasa Arab, kemudian saya ijin untuk bergabung, dan diijinkan, ya ikut saja, dan alhamdulillah dapat masuk.

Keempat, saya coba lagi, di tolak lagi, dan akhirnya ikut rombongan jemaah kloter lain lagi dan dapat ikut.

Kelima, masuk dengan surat *tasyrikh* dari kloter yang sudah keluar sebagai surat pengantar masuk raudhah.

Pengalaman lain juga diceritakan oleh informan tentang kegagalan masuk ke raudhah, namun selalu mencobanya untuk dapat masuk raudhah. Informan ini menuturkan:

“Setiap waktu habis shalat selalu berusaha masuk raudhah, terus saya coba, dan selalu gagal. Saya dengan teman lain



selalu menempati pintu 36 yang dekat dengan pintu masuk raudhah, dan disarankan mengikuti arus orang jalan, dan selalu gagal” (Informan_15, 2022).

Semangat tanpa menyerah jemaah haji untuk dapat masuk raudhah juga diceritakan informan sebagai berikut:

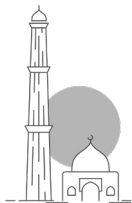
“Terus mencoba tanpa menyerah, saya 3 x baru dapat lolos masuk raudhah, mungkin karena *kasihan*, saya sampai nangis dalam raudhah. Sejak masih pandemi ini memang masuk raudhah dibatasi dengan cara mendaftar dulu melalui aplikasi atau surat keterangan untuk masuk raudhah (surat *tasyrikh*). Memang harus sabar dan *telaten* untuk masuk raudhah pada haji ini, harus di coba terus sambil baca do’a dan shalawat agar petugas kasihan sama kita dan boleh masuk meski tanpa surat *tasyrikh*” (Informan_08, 2022).

Informan lain mengatakan:

“Meski sekarang ke raudhah di batasi waktunya, namun saya sangat bersyukur dapat berdo’a dan memanggil nama anak-anak, dan mendoakannya. Ya memang harus di coba dengan sabar karena antriannya tembus 1 km untuk masuk ke raudhah” (Informan_03, 2022).

Perjuangan masuk ke tempat do’a *mustajabah* (raudhah) juga diceritakan oleh informan lain sebagai berikut:

“Pengalaman di raudhah, saya itu tidak mempunyai pembimbing, jadi tanya sana sini, pertama ketemu jemaah kloter 3 dari daerah lain, di beri petunjuk untuk jalannya, kedua, saya ulangi lagi, dan yang ketiga, diarahkan untuk ikuti antrian yang mengular menuju raudhah.

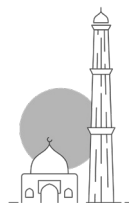


Alhamdulillah, pada awalnya kan tidak ribet, hanya antri saja, selanjutnya sudah mulai di atur dengan menggunakan aplikasi dan surat *tasyrikh*. Yang kedua, antri, dikeluarkan tetapi saya tidak mau keluar dari barisan, menunggu saja, dan saya dapat masuk raudhah sampai empat kali. Intinya, sepertinya kita tidak perlu membantah, harus menurut saja, *macak melas* dengan petugas dan nanti di bantu petugas. Pengalaman do'a di raudhah, dengan waktu 15 menit ya sebisanya berd'oa sesuai kemampuan, dan alhamdulillah dapat melakukan arbain" (Informan_10, 2022).

Cerita masuk raudhah yang bernada 'pasrah' diceritakan informan lain sebagai berikut:

"Di masjid setelah wirid, berusaha untuk diskusi masalah keilmuan, tentang keistimewaan raudhah, dan sebagainya. Jadi ke raudhah itu ya mengalir saja, ada kesempatan ya masuk sana" (Informan_16, 2022).

Berdasarkan data di atas, raudhah memberikan makna yang mendalam bagi jemaah. Raudhah sebagai tempat terkabulnya do'a-do'a menjadi impian dan kejaran bagi semua jemaah haji. Kesuksesan masuk raudhah adalah pintu terkabulnya do'a-do'a yang sudah dipersiapkan sejak keberangkatan haji. Masuk raudhah membawa kepuasan yang tidak ternilai oleh apapun. Ada kepuasan batiniah yang tidak ternilai apapun. Kegagalan masuk raudhah dapat menafikan makna pentingnya ibadah arba'in yang telah dilakukan.



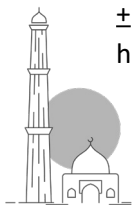
Berjumpa Ka'bah, Rumah Allah

Setelah menjalankan ibadah arba'in di Masjid Nabawi, jemaah haji bergegas menuju *Baitullah* (Rumah Allah) di Mekkah Al Mukarromah dengan niat umrah dan mengambil *miqot* di Bir Ali. Setelah mengucapkan niat umrah, jemaah diarahkan menuju Bus masing-masing sesuai pembagian regu dan rombongan yang ditentukan. Dalam perjalanan, lantunan *talbiyah* tiada hentinya dikumandangkan dan membuat hati *gemetar* dan irama jantung berdenyut kencang. Hampir semua jemaah haji mengalami 'getaran hati' dalam perjalanan menuju ka'bah. Sungguh perjumpaan yang luar biasa setelah menantikan puluhan tahun untuk bertamu ke *Baitullah*. Seorang informan mengatakan:

“Hati terasa deg-degan, pikiran bercamuk, berandai-andai dan khawatir dengan apa yang akan terjadi dan tidak terduga, maka hanya bisa pasrah dan beristigfar dalam perjalanan menghadap ke Baitullah” (Informan_14, 2022).

Lantunan bacaan *talbiyah*, *Labbaik Allahumma labbaik. Labbaik laa syarika laka labbaik. Innal hamda wan ni'mata laka wal mulk laa syarika lak* (Ya Allah, aku memenuhi panggilan-Mu, Ya Allah aku memenuhi panggilan-Mu, tidak ada sekutu bagi-Mu, sesungguhnya pujian dan kenikmatan hanya milik-Mu, dan kerajaan hanyalah milik-Mu, tiada sekutu bagi-Mu) yang terus dikumandangkan dengan suasana hening dan khusuk menggugah ruang rohani jemaah haji. Di sinilah jiwa atau hati merasakan getaran supranatural yang tidak terhingga.

Setelah perjalanan \pm 6 jam dengan menempuh jarak \pm 453 km dari Madinah ke Mekkah, jemaah haji sampai di hotel atau tempat penginapan dengan tetap menggunakan



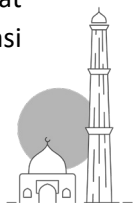
pakaian ihram. Hotel yang ditempati jemaah di Mekkah ini adalah *Safwat Al bayt Hotel Al Mhbas*. Hotel ini terletak di area Mahbas Jin, dalam wilayah Panitia Haji Daerah Kerja I (DAKER I Mekkah).



Figure 6. Maktab Jemaah Haji Safwat Al bayt Hotel Al Mhbas

Hotel *Safwat Al bayt Hotel Al Mhbas* menampung 8 kloter jemaah haji asal Jawa Timur. Jemaah haji yang menginap di hotel ini \pm 3.600 jemaah. Hotel ini memiliki ketinggian dengan kapasitas 18 lantai. Lantai 1-15 digunakan untuk kamar-kamar hotel, sedangkan 3 lantai untuk restoran dan mushollah.

Jalan menuju hotel ini sangat padat dengan sistem antrian untuk masuk area hotel, mengingat jemaah haji sudah mulai berdatangan dari Madinah, dan menumpuk di area hotel yang *berjejer* sebagaimana gedung-gedung pencakar langit yang ada di kota-kota besar di Indonesia. Setelah melalui antrian yang panjang, jemaah dapat turun dari Bus, dan satu persatu masuk hotel dengan tertib dan sambutan kedatangan dari panitia dan petugas haji yang ramah dan sopan. Meski jemaah telah datang pada siang hari, namun untuk melaksanakan tawaf sebagai urutan umrah baru dapat dilaksanakan menjelang magrib karena urusan administrasi



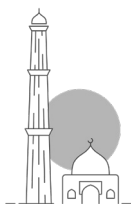
hotel, misalnya pembagian kamar, pengurusan koper jemaah, dan lain-lain.

Dari hotel menuju *masjid al haram* menggunakan transportasi Bus Sholawat yang telah disediakan oleh pemerintah. Bus melayani jemaah selama 24 jam tanpa henti, kecuali hari jumat, pukul 10.00 sudah berhenti operasional karena fokus shalat jum'at, dan setelah shalat jum'at bus-bus mulai operasional lagi melayani jemaah.

Baru pertamakali menginjakkan kaki di Mekkah membuat semangat jemaah berlipat dalam melakukan tawaf. Waktunya melihat ka'bah, tawaf mengelilingi ka'bah, dan bahkan memeluk ka'bah. Namun, jemaah haji kali ini masih dalam kondisi pandemi COVID-19, sehingga tidak dapat memeluk ka'bah dan mencium hajar aswad karena dibatasi pagar sekitar 1,5 meter dari dinding ka'bah. Meskipun demikian, kondisi ini tidak mengurangi semangat jemaah untuk melakukan tawaf, berdo'a, bergemuruh dan bergetar hatinya, dan menangis setiap mengelilingi ka'bah, dan melihat ka'bah dari dekat.

Melihat ka'bah dari dekat sebagai tamu Allah tentu membuat gemetar hati jemaah. Ada getaran spiritual yang tertahan puluhan tahun, dan sekarang berhadapan langsung dengan ka'bah sebagai kiblat kaum muslim di seluruh dunia. Pengalaman ini tentu memberikan sentuhan spiritual yang tak terhitung sehingga menimbulkan getaran jiwa jemaah. Berikut cerita-cerita jemaah haji ketika pertamakali melihat ka'bah dari dekat dan memaknai pengalaman spiritualnya.

“Saya menangis, dan berkata dalam hati, ya Allah, Inilah rumah Allah, selalu ucapkan istighfar, di sini bisa melihat dengan jelas rumah Allah (Baitullah), pokoknya setiap umrah pasti menangis, dan alhamdulillah bisa melaksanakan



umrah 20 kali. Umrah banyak ini juga didukung oleh aturan yang mengharuskan pakaian umrah ketika ingin tawaf, ya sekalian saja umrah. Alhamdulillah, dengan kesempatan yang Allah berikan ini saya bisa badal umrahkan keluarga-keluarga saya” (Informan_02, 2022).

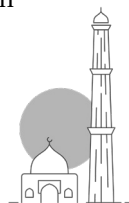
Jemaah haji yang lain mengkonstruksikan makna ketika berjumpa dengan ka’bah tercermin dalam pengakuannya sebagai berikut:

“Wah *buluh kuduk* ini seperti *pyar-pyar*, merninding (*mengkarak-mengkarak*), pikiran tidak *karu-karuan*, ini beneran apa tidak, apalagi didalamnya, keramiknya dingin, dari luar, kok nyes..dingin. Habis jum’atan, jalan biasa tidak kuat tanpa sandal, begitu masuk langsung dingin. Setelah kedua, ketiga dan seterusnya sudah terbiasa melihat kakkbah, mungkin karena sudah menyatu. Terheran-heran melihat kiswah dan kebesaran ka’bah” (Informan_08, 2022).

“Saya melihat ka’bah pertamakali langsung menangis, saya injakkan kaki di marmer sekitar ka’bah langsung menangis saja” (Informan_03, 2022).

“Tidak bisa bunyi apa-apa, hanya menangis saja. Banyak do’a-do’a sudah saya hafal namun setelah di dekat ka’bah ya tidak bisa bunyi, hanya menangis tidak bisa bunyi apa-apa” (Informan_14, 2022).

“Harapannya ketika dekat ka’bah, itu kan ingin do’a macam-macam, namun setelah di depan ka’bah, hanya bisa menangis, merenungi kebesaran dan kekuasaan Allah” (Informan_16, 2022).



“Ya Allah, saya itu menangis terus, haji saya inikan tertunda, seharusnya kan tahun 2019, tahun 2020 ada covid, jadi tertunda lagi. Dan alhamdulillah sekarang sudah dapat haji. Melihat ka’bah pertama kali itu *gemeter*, tetapi selanjutnya ya sudah biasa karena sudah merasa dekat dengannya” (Informan_10, 2022).

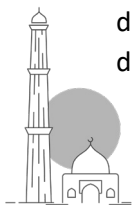
“Melihat ka’bah pertama kali itu ya *gemetar*. Pertamakali melihat ka’bah, pikiran lagi gemeter, urusan dunia itu seperti tidak ada artinya apa-apa” (Informan_04, 2022).

“Rasanya batin itu benar-benar menangis, setelah berkali-kali ya tersendat-sendat sampai menangis lagi. Ingat kisah-kisah perjalanan dulu, menunggu haji yang lama, endingnya ternyata ya ini dapat mendekat dan melihat langsung ka’bah” (Informan_03, 2022).

“Pertamakali melihat ka’bah, pikiran ini seolah-olah *padang/jembar/plong*. Seolah-olah di padang mahsyar, belum pernah membayangkan bertemu dengan orang sebanyak ini. Manusia kok sebanyak ini, apa begini ini nanti di padang mahsyar itu” (Informan_12, 2022).

“Melihat ka’bah, hati gemetar dan berusaha shalat di Hijir Ismail, berdo’a sambil bernadzar untuk mengajak haji istri dan anak-anaknya, ketika di rumah jual mobil untuk daftarkan haji istri dan anak-anaknya, dan akhirnya dapat daftar haji Bersama dengan keluarga”(Informan_19, 2022).

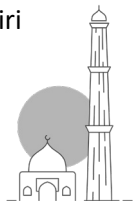
Selain Raudhah di area Masjid Nabawi sebagai tempat do’a yang mustajabah, di area ka’bah juga ada tempat do’a mustajabah, yaitu di area Multazam dan Hijir Ismail.



Multazam merupakan dinding ka'bah yang terletak di antara Hajar Aswad dengan Pintu Ka'bah. Area Multazam adalah tempat berdo'a yang mustajabah. Siapa yang berdo'a di Multazam akan dikabulkan oleh Allah do'a-do'anya (Sahroji, 2017). Ada juga Hijir Ismail yang terletak di area utara ka'bah, yaitu bangunan yang dipagar setengah lingkaran dengan tinggi 1,3 meter dan Panjang 21,5 meter. Area ini juga menjadi tempat spesial bagi para jemaah karena penuh berkah dan terkabulkannya doa-doa yang dipanjatkan di dalam area ini. Dalam sebuah riwayat, Hijir Ismail adalah bekas kamar Siti Hajar dan Ismail, tempat istirahatnya ketika itu (Syaifulah, 2022).

Secara umum jemaah haji yang selesai menjalankan tawaf, akan melakukan shalat dan berdo'a, dan mencari area Multazam sebagai tempat shalat dan berdo'a. Tidak heran jika area Hajar Aswad, Multazam, Pintu Ka'bah, Makam Ibrahim, dan Hijir Ismail adalah area yang paling *crowded*, tempat berjejalnya jemaah haji, tempat berdesakan jemaah antarbudaya. Semua berlomba untuk mendekat, melihat dari dekat, berdo'a dari dekat, bahkan berebutan mencium Hajar Aswad. Namun karena haji tahun ini (1443 H / 2022 M) masih dalam kondisi pandemi COVID-19, di sekitar area ka'bah di beri pembatas sekitar 1,5 meter dari dinding ka'bah, sehingga jemaah tidak dapat menyentuh dan memeluk ka'bah, apalagi mencium Hajar Aswad.

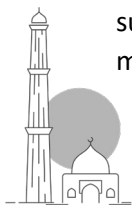
Kondisi pandemi COVID-19 ini menyebabkan jemaah ketika tawaf berhimpitan dan berdesakan di area Hajar Aswad, Multazam, Pintu Ka'bah, Makam Ibrahim, dan Hijir Ismail untuk melakukan do'a-do'a. Bahkan jemaah dari luar negeri sebagian ada yang rela badannya terinjak-injak gelombang jemaah ketika tawaf karena memakasakan diri sholat di area tersebut.



Multazam adalah incaran setiap jemaah untuk berdo'a karena tempat ini diyakini sebagai tempat mustajabahnya setiap do'a. Jemaah menginginkan area Multazam ini tidak hanya di lantai dasar (dekat ka'bah), namun juga di terjadi di lantai 1, 2, dan bahkan 3. Seorang informan menceritakan makbulnya do'a di area Multazam ini dengan berbagai cerita sukses setelah haji adalah berkah dari do'a di Multazam.

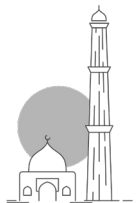
Berdasarkan pengamatan peneliti, ada peristiwa di luar kemampuan manusia. Semua itu adalah taqdir dan anugerah Allah, berkah do'a di Mekkah dan Madinah. Ada dua jemaah haji yang kebetulan mencalonkan sebagai Kepala Desa di daerahnya masing-masing. Ketika pemilihan Kepala Desa berlangsung, sang calon sedang di Mekkah untuk menjalankan ibadah haji. Sang calon tentu meningkatkan do'anya di tempat-tempat mustajabahnya do'a, di Raudhah, Multazam, dan tentu di setiap tempat dan waktu selalu berdo'a untuk kesuksesannya, dan tidak lupa juga memohon do'a dari teman-teman jemaah untuk terpilih sebagai Kepala Desa.

Pada saat pemilihan berlangsung, Allah mentaqdirkan kedua Calon Kepala Desa tersebut terpilih dan memenangkan pemilihan kepala desa. Tentu ini adalah kehendak Allah yang di luar kemampuan manusia. Makbulnya do'a di Mekkah dan Madinah telah membuktikan bahwa apa yang mustahil terjadi dapat menjadi realitas yang nyata. Dalam nalar manusia, pemilihan kepala desa tanpa ada calonnya (orangnya) adalah sebuah kemustahilan untuk memenangkannya. Namun melalui do'a di Mekkah dan Madinah, Allah mengkabulkan do'anya dan merubah yang mustahil menjadi realitas yang nyata. Termasuk kemudahan dan kelancaran turunnya surat keputusan menjadi Guru Besar ini adalah bagian dari mutajabahnya do'a di Mekkah dan Madinah.



Berdasarkan data di atas, spiritualitas jemaah haji dapat dilihat bagaimana dia bersentuhan dengan ka'bah yang selama ini dijadikan sebagai kiblat dalam beribadah. Pada saat haji, kiblat tersebut berada di depan mata, dan bahkan dalam pelukannya. Jemaah haji mengkonstruksi makna kedekatannya dengan ka'bah dengan getaran hati dan jiwa sebagai simbol penghambaan kepada Sang Maha Pencipta. Dalam perspektif al-Qur'an, konstruksi makna dan pengalaman ini termasuk dalam kategori orang yang beriman. Ibnu Katsir menafsirkan ayat Al-Anfal ayat 2 yang artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu adalah mereka yang apabila disebut Allah gemetarlah hati mereka, dan apabila dibacakan kepada mereka ayat-ayat-Nya, bertambahlah iman mereka (karenanya) dan kepada Tuhanlah mereka bertawakal.* Dalam ayat ini, Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin adalah mereka yang apabila disebut Allah gemetarlah hati mereka, dan mereka mengerjakan hal-hal yang diwajibkan Allah. Ka'bah adalah rumah Allah yang membuat jemaah gemetar jantungnya dan bergejolak hatinya. Kepercayaan mereka makin bertambah tebal dan mendalam karena berjumpa ka'bah sebagai rumah Allah.

Spiritualitas haji juga dilakukan melalui do'a-do'a di tempat mustajabah, yaitu di Raudhah dan Multazam, atau tempat-tempat yang lain. Peristiwa makbulnya do'a-do'a ini telah dibuktikan dalam banyak riwayat dan pengalaman orang-orang yang telah melaksanakan haji. Realitas ini melahirkan konstruksi makna bahwa Di Makkah dan Madinah adalah tempat terkabulnya segala do'a yang diminta oleh manusia.



Menggapai Haji Mabrus

Selama tinggal di Mekkah 29 hari (8 Juni – 6 Juli 2022), tibalah titik puncak ibadah haji, yaitu di mulai dari wukuf di Arafah. Jemaah haji bergerak menuju Arafah pada hari Kamis, tanggal 8 Dzulhijjah 1443 H atau 7 Juli 2022 bertepatan dengan hari *tarwiyah* dengan bekal makanan secukupnya (makanan dan minuman telah disediakan oleh penyelenggara haji sebanyak 3 X dalam satu hari). Jemaah menuju Arafah dengan transportasi bus yang telah disediakan. Lantunan *talbiyah* dikumandangkan sebagai bentuk istighfar sekaligus kepasrahan kepada Allah. Arafah terletak di bukit granit (Gunung Arafah) yang berada sekitar 20 km tenggara Mekkah di dataran Arafah. Gunung Arafah mencapai ketinggian sekitar 70 m dan dikenali sebagai *Jabal ar-Rahmah* atau Gunung Kasih Sayang (Wikipedia, 2022a). Setelah sampai di Arafah, jemaah haji diarahkan menuju tenda-tenda yang telah disediakan untuk bermalam dan wukuf, dan khutbah wukuf.

Haji kali ini (1443 H/2022 M) ditetapkan sebagai haji akbar. Penetapan ini memberikan semangat dan motivasi sendiri bagi para jemaah haji untuk mengejar predikat haji mabrus. Haji akbar ditandai dengan pelaksanaan wukuf di padang Arafah pada 9 Dzulhijjah jatuh pada Jum'at yaitu tanggal 9 Dzulhijjah 1443 H atau 9 Juli 2022 M.

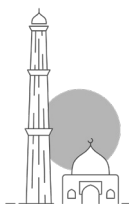
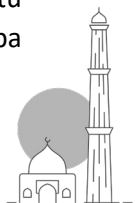




Figure 7. Informasi Penetapan Hari Arafah dan Hari Raya Idul Adha 1443 H

Banyak pengalaman jemaah haji di padang Arafah, mulai dari cuaca yang panas, antri ke toilet, tidur berdesakan di tenda, peristiwa kematian jemaah haji, dan peristiwa-peristiwa spiritual yang lain. Seorang jemaah haji menceritakan pengalamannya ketika wukuf di Arafah, betapa semua kesalahan melalui sikap dan perilakunya selama ini terlintas dihadapan mata tanpa diminta atau diingat. Semua datang membayangi pikiran yang sedang istighfar, berdo'a, dan menangis sejadi-jadinya. Semua teman-teman haji sampai ikut menenangkannya, bahkan sampai petugas kesehatan datang untuk memeriksa tensinya karena menangis dan tidak sadarkan diri. Peristiwa ini sungguh benar terjadi, jemaah haji menangis karena ingat kesalahan masa lalunya, sampai tidak sadar, dan istrinya datang untuk membantu menyadarkannya. Baginya, istrinya adalah pahlawan tanpa

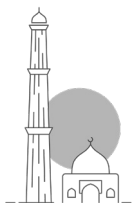


dosa, karena masih memaafkannya meski sudah banyak melakukan kesalahan di masa lalu. Berikut cerita informan tersebut:

“Ketika wukuf dan do’a di arafah, ingat semua zaman dulu tentang kesalahan-kesalahan saya. Saya menangis terus, teman-teman menenangkan saya, pak dokter sampai menenangkan saya, terus di tes tensi saya... saya menangis karena ingat masa-masa dulu, punya kesalahan dengan istri, dan lain-lain. Tidak pernah ingat-ingat namun terlihat semua, terus saya cari istri saya, minta maaf dan langsung sadar. Kalau ingat seperti itu ya Allah, istri saya masih mau memaafkan, istri saya itu seperti tidak punya dosa” (Informan_13, 2022).

Semua jemaah haji meyakini bahwa ketika wukuf di Arafah adalah tempat mustajabnya segala do’a. Keyakinan yang tertanam kuat ini melahirkan konstruksi makna bahwa do’a apapun yang diucapkan di tempat ini akan dikabulkan oleh Allah. Pemahaman ini membawa konstruksi pemikiran bagi jemaah bahwa sebelum datang ke Arafah harus disiapkan do’a-do’a khusus, do’a-do’a pemberian tokoh agama, dan sebagainya. Pengalaman ini diceritakan oleh informan sebagai berikut:

“Karena ini puncak haji, ya kita fokus berdo’a, dan saya keluar dari tenda meski agak panas, nasehat Pak kyai kan setelah shalat dan selesai, di sunnahkan untuk keluar, maka saya keluar meski agak panas. Saya dengan istri keluar berdo’a di luar tenda, ya pindah pindah mencari yang agak teduh. Di wukuf ini oleh Pak kyai di sarankan mengambil 7 kerikil dan selesai do’a dilemparkan ke segala arah dengan harapan agar dapat kembali ke sini lagi” (Informan_02, 2022).

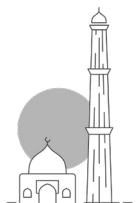


Suasana dalam tenda memang kurang mendukung kekhusu'an dalam berdo'a karena kerumunan jemaah yang 'berseliweran'. Oleh karena itu sebagian jemaah haji keluar tenda dan mencari tempat yang nyaman untuk berdo'a dengan keyakinan di luar tenda memiliki unsur sunnah dalam ajaran Islam. Di luar tenda dapat mengekspresikan segala isi hati yang selama ini dipendamnya. Seorang informan mengatakan:

“Di Arafah harus keluar dari tenda, kalau tidak keluar tenda tidak merasa apa-apa, setelah keluar tenda, berdo'a, itu sampai menangis, memohon dan berdo'a, *nelongso*, dan lain-lain. Setelah wukuf paling terasa ya ketika di luar tenda, rasanya badan ini lemes sekali. Bawa payung ya tidak saya pakai karena sudah fokus do'a, dalam tenda itu seperti bayangkan dalam kuburan, dengan tidur dengan luas 50 cm x 2 m. (Informan_08, 2022).

Pengalaman bekal berdo'a juga diceritakan oleh informan yang lain sebagai berikut:

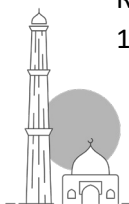
“Saya mengamalkan do'a dari yai, do'a mustajab kan pada hari wukuf, dari buku panduan, dan dari teman-teman, saya utamakan. Ada anjuran mas saya itu, jadi ketika wukuf di minta mengambil 7 kerikil/batu dari luar tenda di bacakan yasin 3 x setiap sekali tiupkan ke batu tersebut, sampai 3 kali kan, setelah itu ditanamkan di luar tenda, fadlilahnya adalah untuk membuka dan menutup pintu neraka. Alhamdulillah saya dapat melakukannya (Informan_10, 2022).





Berdasarkan data di atas, konstuksi makna spiritual dalam prosesi wukuf di Arafah menjadi pengalaman spiritual yang sangat spesial karena bertepatan dengan haji akbar. Do'a ketika wukuf di Arafah dikonstruksi sebagai tempat do'a mustajabah yang mendorong setiap jemaah untuk melantunkan semua do'a-do'a untuk dirinya, anak-anaknya, keluarganya, dan masyarakat sekitarnya.

Setelah wukuf di Arafah, pada malam harinya jemaah haji bergerak ke Muzdalifah untuk bermalam di sana (*mabit*). Keberangkatan jemaah sudah dikelola berdasarkan nomor urut rombongan dan kloter dengan sistem *taraddudi*, yaitu sistem angkutan *shuttle* dimana armada angkutan secara berkelompok menjemput jemaah haji dari perkemahan di Arafah sampai ke Muzdalifah secara bergiliran, dan diatur oleh petugas maktab. Dengan sistem ini, setelah menurunkan jemaah haji, bus akan berputar kembali menjemput jemaah yang masih tersisa di Arafah. Sistem ini diatur oleh sebuah lembaga pengendali pada pos pusat di terminal Muhassir yang berlokasi antara Padang Arafah dan Muzdalifah. Jemaah haji tidak perlu merasa khawatir karena armada bus akan berputar terus-menerus sampai seluruh jemaah haji terangkut tanpa tersisa (Kementerian Agama, 2020). Rombongan 2 dan 3 kloter 5 tiba di Muzdalifah sekitar pukul 11.30 waktu setempat. Tiba di Muzdalifah, jemaah sudah



mendapati lautan manusia yang menyebar. Ada yang berdiri, ada yang tidur, ada yang duduk, ada yang shalat, dan ada yang sedang membicarakan suasana Muzdalifah.

Muzdalifah adalah daerah terbuka di antara Mekkah dan Mina di Arab Saudi yang merupakan tempat jemaah haji diperintahkan untuk singgah dan bermalam setelah bertolak dari Arafah. Muzdalifah terletak di antara Ma'zamain (dua jalan yang memisahkan dua gunung yang saling berhadapan) Arafah dan lembah Muhassir. Luas Muzdalifah adalah sekitar 12,25 km² (Wikipedia, 2021).

Selama bermalam di Muzdalifah, banyak pengalaman yang dirasakan oleh jemaah haji. Melihat lautan manusia dihamparan area yang luas dengan berpakaian ihram putih-putih, jemaah membayangkan seakan-akan inilah “padang mahsyar”. Berikut ini pengakuan informan sebagai berikut:

“Melihat lautan manusia yang terhampar dalam tempat yang luas, saya berpikir ya Allah, apakah nanti di padang mahsyar itu juga seperti ini, ini baru 1 juta jemaah, bagaimana jika berjuta-juta manusia di sini. Saya tidur sebentar, bangun cari istri saya, ambil wudlu dan shalat malam (Informan_02, 2022).

Ada juga jemaah haji ketika *mabit* melakukan renungan tentang pemandangan lautan manusia di Muzdalifah. Ada yang dapat tidur atau yang tidak. Berikut penuturan informan sebagai berikut:

“Malam di Muzdalifah ini perlu renungan karena bagian dari ritual haji, maka saya selalu bawa tasbeih, sambil merenung tentang pemandangan dalam bantuk lautan manusia, apa ini yang namanya padang mahsyar, ya Allah kita renungkan benar ini” (Informan_16, 2022).

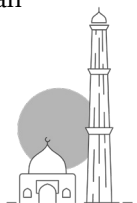
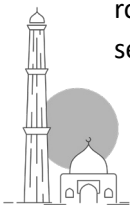




Figure 9. Suasana Mabit di Muzdalifah

Setelah *mabit* (bermalam) di Muzdalifah, menyiapkan kerikil untuk melempar jumrah, jemaah haji bergerak ke Mina, sebuah lembah di padang pasir yang terletak sekitar 5 kilometer sebelah Timur kota Mekkah, Arab Saudi. Mina terletak di antara Mekkah dan Muzdalifah. Mina mendapat julukan kota tenda, karena berisi tenda-tenda untuk jutaan jemaah haji seluruh dunia. Tenda-tenda itu tetap berdiri meski musim haji tidak berlangsung. Mina paling dikenal sebagai tempat dilaksanakannya kegiatan lempar jumrah dalam ibadah haji (Wikipedia, 2022b).

Sekitar pukul 01.00 dini hari bergerak ke Mina, dan sampai di Mina sekitar pukul 02.00. Jemaah haji masuk tenda sesuai dengan pembagiannya, namun suasananya tidak nyaman bagi jemaah haji karena kurangnya koordinasi antara panitia dengan pihak kloter sehingga penempatan antara jemaah laki dan perempuan ada yang bercampur. Melihat kondisi yang kurang nyaman untuk istirahat, akhirnya pemimpin rombongan membuat keputusan untuk bergerak ke *jamarat* sekitar pukul 03.00 dini hari. Jemaah berjalan kaki menyusuri



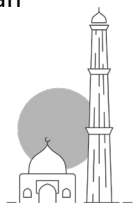
area jalan naik dan turun untuk melempar *jumratul aqabah*. Jarak Mina dengan *jamarat* \pm 4 km.

Rombongan 02 kloter 5 mengikuti pola *nafar awal* dengan tidak menginap di tenda Mina, namun menginap di hotel. Jarak antara hotel dengan *jamarat* \pm 4 km. Sehingga jarak antara Mina ke *jamarat* dengan hotel ke *jamarat* memiliki jarak kilometer yang hampir sama. Namun bagi jemaah haji yang menghendaki kembali ke tenda di Mina juga diperbolehkan, terutama yang sakit, dan dimungkinkan tidak dapat jalan, maka ritual lempar jumrah dapat diwakilkan. Bagi jemaah yang masih mampu berjalan, selesai melempar jumrah, langsung bergerak ke masjidil haram untuk melakukan tawaf ifadhah.

Jemaah haji yang bermalam dan berangkat ke *jamarat* dari hotel tetap melaksanakan *mabit* di Mina. Jemaah haji berangkat dari hotel sekitar pukul 01.00 dan sampai di area *jamarat* sekitar pukul 02.30. Jemaah haji menunggu di area *jamarat* sampai menjelang fajar dan setelah waktu subuh baru melakukan lempar jumrah. Tempat singgah di area *jamarat* ini sesungguhnya yang dikatakan sebagai Mina yang sesungguhnya, bukan *Mina Jadid* sebagai upaya perluasan area Mina. Singgah dalam waktu beberapa jam di area *jamarat* sudah termasuk dalam kategori *mabit* di Mina. Berikut penuturan informan sebagai berikut:

“Kita berangkat dari hotel, kemudian sampai di area *jamarat* kita akan berdiam sejenak, sebagai *mabit* di Mina, sambil menunggu waktu syahnya melempar jumrah” (Informan_01, 2022).

Cerita di Mina dan melempar jumrah juga diceritakan oleh informan lain sebagai berikut:



“Saya bayangkan begini, kalau siang bagaimana panasnya, untungnya paginya diajak lempar jumrah, dan langsung kembali ke hotel, *navar awwal*, ke hotel dan tetap *mabit* di mina dengan cara berangkat dari hotel (jalan 7-8 km) lebih awal dan berdiam (bermalam) di Mina sebentar, menjelang subuh siap-siap lempar jumrah, dan masuk subuh kadang shalat dulu baru lempar atau lempar dulu baru shalat (Informan_02, 2022).

Kegiatan melempar jumrah tidak hanya sebatas ritualitas ‘melempar setan’ sebagaimana riwayat kenabian, namun substansinya adalah membuang sifat keburukan yang ada dalam diri setiap jemaah haji. Selanjutnya bagaimana perasaan dan pengalaman jemaah ketika melempar jumrah, berikut pengakuan informan:

“Pengalaman melempar jumrah, pertama kali melempar itu seperti *deg begitu*, seumpama di fokuskan begitu dapat nangis, Cuma karena luberan jemaah jadi tergesa-gesa. Ingat orang tua dan sebagainya (Informan_08, 2022).

“Sebelum sampai di *jamarat* kan sudah membayangkan suasananya, ini didasari oleh pengetahuan dan pengalaman para jemaah yang sudah pernah haji. Setelah tahu dengan mata sendiri sangat mengagumi karena tidak sesuai dengan bayangan sebelumnya. Bangunannya luar biasa, seperti zaman romawi. Kalau melempar kan memang ada sejarahnya ya melempar setan, namun sejatinya kan menyingkirkan setan-setan dalam hati kita” (Informan_03, 2022).

Aktivitas melempar jumrah memerlukan kekuatan fisik yang berlebih karena perjalanan pulang dan pergi dari hotel



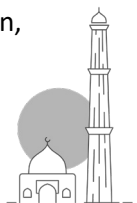
ke *jamarat* sekitar 7-8 km dengan jalan kaki. Aspek ibadah menjadi faktor yang menjadi pendorong kekuatan jemaah haji. Berikut pengalaman informan sebagai berikut:

“Kecapekan hilang karena semangat ibadah, kalau diukur hanya sekedar ibadah, tidak di Mekkah, semangatnya beda. Saya niatnya *mbalang* setan, saya kuat-kuatkan lemparannya sampai terdengar bunyi benturan kerikil dengan temboknya. Bayangan saya *mbalang* setan saja. Intinya, ibadah kita ke sini itu, meski capek itu tertutupi oleh semangat ibadah kita (Informan_02, 2022).

Seorang jemaah bercerita:

“Subhanallah, kenangan yang indah selama ibadah haji, *jamarat* jalan kaki 8.5 Km. pp. 3x = 25,5 Km. Capek tapi asyik, naik lift hotel antri lama yang sabar menanti ada, ada yang tidak sabar. Tawaf berdesakan bertemu dengan sesama muslim seluruh dunia. Jam 02.30 sudah berangkat shalat ke Masjidil haram, ada yang rela dengan berjalan kaki. Tidur satu kamar 5 dengan penghuni. Subhanallah, semuanya kita jalani dengan senang dan indah” (Informan_21, 2022).

Berdasarkan data di atas, jemaah haji dalam mengkonstruksi pengalamannya selama *mabit* di Muzdalifah, Mina, dan saat melempar jumrah memiliki makna spritualitas yang tinggi. *Mabit* dapat digunakan untuk merenungi kebesaran dan kekuasaan Allah. Melempar jumrah tidak hanya sebatas ritual melempar setan seperti yang dilakukan oleh Nabi Ibrahim, namun memiliki makna yang substantif yaitu membuang sifat keburukan yang ada dalam diri setiap jemaah, sehingga setelah ibadah haji, hati kembali bersih dari sifat keburukan, dan hati didominasi dengan sifat kebaikan.

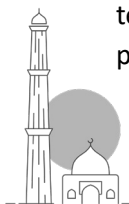


Menjadi Haji Antarbudaya

Ibadah haji tidak hanya sekedar ritualitas ibadah di Mekkah, mengambil *miqad*, mengucapkan niat haji, wukuf di Arafah, *mabit* Muzdalifah, Mina, kegiatan lempar jumrah, tawaf, sa'i, dan tahalul. Selain itu, ibadah haji telah mempertemukan orang dengan berbagai budaya yang beragam. Muslim dengan keragaman budaya di seluruh dunia datang ke *Baitullah* (Rumah Allah) di Mekkah Al Mukarromah.

Jemaah haji datang dari berbagai penjuru dunia, mulai dari Kawasan Asia Barat; Iran, Azerbaizan, Yordania, Yaman, Turki, Bahrain. Kawasan Asia Tengah: Kazakhstan, Kirgizstan, Tajikistan, Turkmenistan, dan Uzbekistan. Kawasan Asia Tenggara: Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Thailand, dan Singapura. Kawasan Asia Selatan: Afghanistan, Bangladesh, India, dan Pakistan. Begitu juga dengan jemaah haji yang datang dari negara-negara Kawasan Benua Afrika: Mesir, Maroko, dan juga jemaah yang berasal dari benua-benua Eropa, Australia, dan Amerika.

Semua berkumpul di tempat yang sama yaitu di Mekkah untuk melaksanakan ibadah haji. Mereka memiliki latar belakang budaya yang berbeda dan bertemu dengan budaya lain di tempat yang sama. Dalam pandangan komunikasi, peristiwa ini dikategorikan dengan komunikasi antarbudaya, yaitu seni untuk memahami dan dipahami oleh komunikasi yang memiliki kebudayaan lain, komunikasi bersifat sebagai komunikasi sosial yang terjadi diantara orang-orang yang berbeda latar belakang sosial seperti strata sosial, lapisan sosial, pranata sosial, dan sebagainya, komunikasi yang terjadi dalam suatu kondisi yang menunjukkan adanya perbedaan budaya seperti bahasa, nilai-nilai, adat, dan

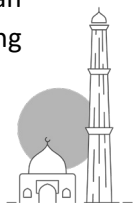


kebiasaan, suatu fenomena komunikasi yang pesertanya memiliki latar belakang budaya yang berbeda terlibat dalam suatu kontak antara satu dengan yang lainnya baik secara langsung atau tidak langsung (Aw, 2010).

Budaya mempengaruhi cara orang dalam berkomunikasi, budaya bertanggungjawab atas perilaku komunikasi dan makna yang dimiliki oleh setiap orang (Mulyana & Rakhmat, 2000). Edward T. Hall mengatakan budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya. Tidak mungkin memikirkan komunikasi tanpa memikirkan konteks dan makna kulturalnya (Mulyana, 2010). Dalam konteks komunikasi antarbudaya, komunikasi dilakukan oleh komunikator dan komunikan yang berbeda budaya bahkan dalam satu bangsa sekalipun (Liliweri, 2001), komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang memiliki latar belakang budaya berbeda (Ridwan, 2016).

Jemaah haji Indonesia dalam menjalankan ibadah haji bertemu dan berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki budaya yang berbeda. Interaksi dilakukan dengan menggunakan simbol-simbol verbal dan nonverbal karena keterbatasan bahasa yang dimiliki oleh jemaah haji Indonesia.

Sejak kedatangan jemaah haji Indonesia di Madinah, interaksi antarbudaya sudah mulai dilakukan saat bertemu di hotel, jalan, masjid, dan bahkan di tempat belanja. Di hotel, jemaah bertemu dengan teman-teman jemaah dalam satu regu, satu rombongan, dan bahkan satu kloter yang memiliki latarbelakang budaya, pendidikan, dan bahkan status sosial yang berbeda. Jemaah saling beradaptasi tentang pikiran, etika, dan budaya dengan sesama teman jemaah dalam satu kamar, tetangga kamar, satu regu, satu kloter, dan bahkan kloter lain yang tinggal dalam maktab atau hotel yang



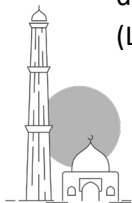
sama. Mereka mulai menanamkan sikap tolong menolong, toleransi, dan saling menghormati atas perbedaan yang dimiliki. Mereka saling memahami kemauan dan keinginan jemaah yang berbeda-beda. Misalnya, dalam hal-hal bersifat *sepele*, penggunaan pendingin ruangan atau *Air Conditioner* (AC) di kamar. Ada jemaah yang menginginkan dingin, namun juga ada yang kedinginan, ketika ruangan agak dilonggarkan tingkat 'dingin'nya, ada yang merasa kepanasan. Situasi ini memerlukan saling mengerti dan saling memahami (*mutual understanding*) antar jemaah agar tidak terjadi 'konflik kepentingan' di dalam kamar hotel. Seorang informan mengatakan:

“Wah saya kedinginan tadi malam karena AC nya sangat dingin, sampai berkali-kali ke kamar kecil untuk buang air, menggigil rasanya badan ini dan tidak kuat. Mau ngecilkan AC tapi tidak bisa” (Informan_06, 2022).

Sebaliknya, ada juga jemaah haji yang merasa kepanasan karena pendingin ruang kamar kurang dingin. Informan ini menceritakan sebagai berikut:

“Ruang kamar panas sekali, padahal di luar sudah panas, inginnya di kamar dingin agar nyaman, tetap tidak apa-apa, karena ada teman yang tidak kuat dingin” (Informan_09, 2022).

Situasi sebagaimana digambarkan di atas, dalam perspektif komunikasi termasuk dalam kategori komunikasi intrabudaya, yaitu suasana komunikasi yang terjadi dalam budaya yang sama namun memiliki perbedaan cara pandang dan pikiran dalam menghadapi sebuah peristiwa tertentu (Liliweri, 2001).

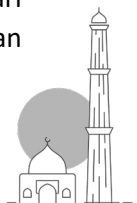


Komunikasi antarbudaya juga terjadi ketika jemaah haji melakukan transaksi jual beli di pasar-pasar dengan para penjual yang mayoritas memiliki bahasa yang berbeda. Namun demikian, sebagian besar para pedagang di Madinah dan Mekkah berusaha untuk belajar Bahasa Indonesia untuk menarik simpati pembeli dari jemaah Indonesia. Meski hanya sekedar menyebut nama Presiden Indonesia saat ini, yaitu Bapak Jokowi. Interaksi antarbudaya ini terlihat ketika mereka menawarkan barang dagangannya dengan cukup berteriak, Jokowi, Jokowi, Jokowi, 100 Jokowi, 50 Jokowi, dan sebagainya. Usaha ini tampak berhasil menarik pembeli dari jemaah haji Indonesia yang terkenal dengan jemaah paling gemar belanja 'oleh-oleh' haji.

Pancingan pedagang dengan penyebutan nama Presiden Indonesia (Jokowi) sebagai fenomena menarik dalam komunikasi bisnis antarbudaya. Pedagang mampu melakukan strategi pemasaran yang efektif dalam 'memburu' pembeli jemaah haji Indonesia. Apalagi jika pedagang menawarkan 100 Jokowi dapat tiga potong, pasti menjadi area kerumunan dan rebutan pembeli barang-barang jualan para pedagang di Arab Saudi.

Fenomena komunikasi bisnis antarbudaya selama penyelenggaraan haji menjadi hal yang menarik dikaji secara mendalam dalam perspektif komunikasi. Jokowi sebagai ikon komunikasi bisnis antarbudaya selama di Madinah dan Mekkah.

Kompetensi komunikasi antarbudaya jemaah haji juga teruji ketika berinteraksi dengan para jemaah dari berbagai negara. Misalnya ketika di masjid, para jemaah haji Indonesia *berjejer* dan berdesakan dengan jemaah yang berasal dari berbagai negara yang tentunya pasti berbeda budaya dengan

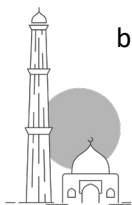


jemaah haji Indonesia. Bahkan mereka tidak hanya berbeda asal negara, namun juga berbeda dalam postur tubuh (fisik), ras, dan warna kulit. Kompetensi komunikasi antarbudaya jemaah haji teruji dalam menghadapi interaksi dengan jemaah yang memiliki budaya yang berbeda dengan dirinya. Selama menjalankan ibadah haji, belum pernah melihat dan bahkan mendengar ada 'konflik' antar jemaah dengan beda budaya dan asal negara. Namun demikian, dalam pembicaraan secara intrabudaya, *letupan* kekesalan dalam berinteraksi dengan jemaah dengan beda budaya dan beda negara masih terasa dalam pembicaraan internal. Seorang informan mengatakan:

“Kenyamanan shalat terkadang terganggu oleh jemaah dari negara lain yang memiliki postur fisik tinggi dan besar, bahkan berbeda warna kulit, dan tiba-tiba masuk dalam barisan yang semestinya sudah tidak muat, namun memaksakan diri masuk dalam barisan sehingga shalat terasa berdesakan, bahkan seringkali kepala ini terkena kaki mereka yang melangkah mencari barisan tempat shalat. Mereka ini biasanya datangnya agak telat namun mencari tempat dengan memaksakan masuk dalam barisan shalat yang sudah sesak” (Informan_17, 2022).

“Jemaah dengan orang asing/luar membawa pengalaman sendiri, misalnya saat tempat ibadah sudah sesak, itu orang-orang luar (India), langsung duduk saja di sebelah meski sudah tidak ada tempat, jadi jejel-jejelan” (Informan_03, 2022).

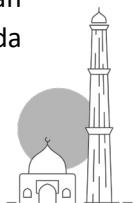
Begitu juga ketika jemaah bergerak ke Mekkah, intensitas bertemu dengan jemaah dari berbagai negara semakin sering



terjadi. Hotel yang ditempati oleh jemaah haji Indonesia berjejer dengan maktab atau hotel yang ditempati jemaah dari negara lain. Misalnya, sebelah kiri hotel nomor 105 jemaah haji Indonesia adalah tempat menginap jemaah haji dari negara lain, yaitu ada Iran, Uzbekistan, Mesir, dan lain-lain. Kondisi ini membuka peluang bagi jemaah haji dalam kesehariannya ketika keluar hotel untuk bertatap muka dan berinteraksi dengan jemaah dari negara lain. Interaksi dapat dilakukan secara nonverbal, atau bahkan cukup dengan ‘mencuri pandang’ dan ‘mengamati’ pergerakan jemaah haji dari negara lain.

Masa tinggal di Mekkah yang lebih lama membuat jemaah haji semakin bertambah intensitasnya dalam berinteraksi dengan jemaah dari berbagai negara. Apalagi suasana di Madinah dan Mekkah memang berbeda. Di Madinah jemaah haji pergi ke masjid dengan berjalan kaki dengan jarak antara 500 m – 3 km untuk menuju Masjid Nabawi. Interaksi antarbudaya terjadi dengan petugas hotel dengan menggunakan bahasa isyarat atau nonverbal yaitu ketika menitipkan dan mengambil kunci kamar ke resipionis hotel, dengan petugas kebersihan hotel, dengan pedagang ‘oleh-oleh’ haji, dan ketika di masjid bertemu dan berdesakan dengan jemaah lain negara. Sedangkan di Mekkah, intensitas terjadinya interaksi antarbudaya bertambah lagi seiring dengan suasana Mekkah yang berbeda dengan Madinah.

Di Mekkah, untuk menuju *Masjid Al Haram*, jemaah haji menggunakan transportasi Bus Shalawat. Jarak antara maktab jemaah dengan terminal Bab Ali sekitar 2,5 km. Jemaah jalan kaki untuk menyeberangi dua lajur jalan yang berlawanan arah baru ada Bus Shalawat yang ‘berseliweran’ dari dan menuju *Masjid Al Haram*. Ada 204 bus yang disediakan pada



musim haji 1443 H/2022 M. Bus ini akan dioperasikan secara bertahap sesuai dengan rasio jumlah jemaah yang telah tiba di Makkah. Bus Shalawat beroperasi 24 jam. Pada posisi puncak, saat seluruh jemaah sudah di Makkah, 204 Bus Shalawat siap antar jemput jemaah Indonesia dari hotel ke Masjidil Haram (Murtado, 2022).

Jemaah haji Indonesia asal Jawa Timur yang menginap di hotel wilayah Mahbas Jin - Bab Ali disediakan 16 bus untuk melayani 19.288 yang tersebar di enam hotel di wilayah Mahbas Jin. Ada tiga halte pemberhentian yang telah disiapkan. Di tempat transportasi Bus Shalawat inilah intensitas jemaah haji dalam berinteraksi antarbudaya dengan jemaah haji negara lain semakin meningkat. Hal ini dikarenakan rute ini merupakan rute bersama. Setiap negara yang jemaahnya melalui rute ini harus menyiapkan bus. Dan bus yang melalui jalur ini, dapat digunakan seluruh jemaah haji dari berbagai negara (Murtado, 2022).

Jemaah haji Indonesia yang naik bus selalu berdesakan dan saling berebut masuk untuk mendapatkan tempat duduk. Kompetitor 'perebut kursi bus' tidak hanya terjadi antar jemaah haji asal Indonesia, namun dari berbagai negara lain yang memiliki postur fisik lebih besar dan bahkan warna kulit yang berbeda. Kondisi ini tentu melahirkan interaksi antarbudaya dalam bus yang memerlukan kesabaran. Himpitan antar jemaah dalam transportasi bus adalah peristiwa yang setiap hari terjadi, apalagi ketika rute jemaah haji pulang dari masjid menuju hotel. Hal ini terjadi karena ketika pulang dari masjid, jemaah pulang dalam waktu yang sama sehingga menimbulkan 'rebutan bus' dengan jemaah dari negara lain.

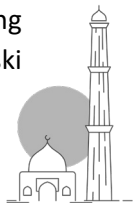
Bahkan himpitan antarbudaya sangat terasa ketika jemaah melewati lorong pintu keluar terminal Bab Ali. Di



terminal Bab Ali di sekat-sekat dalam beberapa lorong pintu masuk dan keluar, ada puluhan lorong pintu masuk dan keluar. Desakan dan himpitan antar jemaah haji Indonesia dengan jemaah dari negara lain adalah peristiwa yang setiap hari terjadi ketika waktunya pulang dari masjid. Waktu pergi lebih longgar karena jemaah tidak bersamaan keberangkatannya ke masjid. Namun ketika pulang, jemaah memiliki waktu yang sama untuk pulang, sehingga jemaah meluber dan berdesakan di pintu keluar. Terhimpit, terdesak, dan sesak nafas adalah peristiwa yang setiap hari dialami jemaah haji ketika sedang di pintu keluar terminal Bab Ali. Melihat kondisi ini, petugas dan pembimbing haji seringkali mengingatkan untuk menahan kepulangannya ke hotel agar tidak berdesakan di pintu keluar dan ketika naik bus.

Interaksi antarbudaya jemaah haji di *Masjid Al Haram* agak berbeda dengan ketika di Masjid Nabawi. Di Masjid Nabawi lebih cenderung tertata rapi tanpa ada penutupan pintu secara mendadak, tanpa ada pergerakan jemaah yang di komando oleh para *laskar* haji (polisi) dengan suara yang lantang *thariq... thariq.. thariq*. Di *Masjid Al Haram*, seringkali pintu-pintu masjid di tutup dan dialihkan secara mendadak untuk mengatur arus intensitas gelombang jemaah yang masuk masjid. Dalam proses arus pengalihan inilah intensitas interaksi antarbudaya terjadi dengan jemaah dari negara lain. Semuanya diperlakukan sama di tempat yang sama.

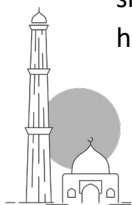
Intensitas interaksi antarbudaya juga sangat terlihat ketika jemaah haji melakukan tawaf. Dalam setiap putaran tawaf selalu bergumul, berdesakan, dan berebut jalan menuju ka'bah. Saling mendesak, saling 'menyeruduk', dan saling bertabrakan antar jemaah haji dalam melaksanakan tawaf adalah peristiwa komunikasi antarbudaya yang istimewa. Antar jemaah haji saling memahami, meski



terdesak dan terhimpit karenanya badan jemaah dari negara lain, namun tanpa ada konflik, tanpa ada kemarahan, dan tanpa ada ketersinggungan. Semua fokus ke ibadah tawaf, fokus berdo'a dengan suara lantang maupun pelan, sambil berjalan maupun sambil berlari kecil, sambil 'menyerobot' jemaah lain maupun menghindari *tabrakan* dengan jemaah lain. Semua menyatu dalam kesatuan Islam. Informan menceritakan pengalamannya sebagai berikut:

“Ketika tawaf, seringkali terjepit oleh badan karenanya orang-orang luar, sehingga jalan mengelilingi ka'bah ya mengalir saja, ikut arus. Dalam tawaf, terjepit, terinjak, dan sebagainya adalah hal yang biasa, yang penting ikuti arus putaran jemaah dalam tawaf, jangan sampai melawan arus, karena jemaah haji Indonesia fisiknya kecil-kecil sehingga seringkali kalah arus dengan jemaah dari negara lain” (Informan_07, 2022).

Berdasarkan data di atas, untuk menjadi haji antarbudaya harus memiliki sikap, perilaku, dan pikiran yang mampu memahami sikap, perilaku, dan pikiran jemaah lain yang berbeda budaya. Menjadi haji antarbudaya harus memiliki kecerdasan intelektual yang mampu membimbing nalar jemaah dalam berhaji ketika terjadi interaksi antarbudaya. Menjadi haji antarbudaya harus memiliki kecerdasan emosional untuk mengelola suasana hati ketika pengetahuan yang dimiliki tidak mampu melakukan adaptasi kognitif terhadap semua peristiwa yang terjadi ketika berhaji. Menjadi haji antarbudaya harus memiliki kecerdasan spiritual yang selalu membimbing dan mengarahkan setiap sikap dan perilaku untuk tetap di jalan ibadah dan mencapai haji mabrur.



Impression Management Haji

Haji tidak hanya sekedar kewajiban menjalankan ibadah dalam rukun Islam kelima yang terkait dengan hubungan vertikal kepada Allah (*hablumminallah*), tetapi juga termasuk mengelola hubungan antarmanusia (*hablumminannas*). Ongkos naik haji setiap tahun mengalami kenaikan biaya. Biaya haji yang ditentukan oleh pemerintah pada tahun 2020 M sebesar 37 juta. Tahun ini terjadi pandemi COVID-19 dan akhirnya pemberangkatan haji dihentikan dan ditunda pada tahun 2022 M, dan ongkos haji sudah mengalami kenaikan sebesar 42 juta. Namun realitasnya, ongkos biaya haji jika dibandingkan dengan biaya sosial proses keberangkatan haji lebih mahal dari ongkos biaya haji yang ditentukan pemerintah. Tentu biaya sosial haji ini relatif keberlakuannya di masyarakat, namun secara umum biaya sosial proses keberangkatan jemaah haji lebih mahal daripada ongkos biaya haji itu sendiri. Informan mengatakan:

“Ini pengalaman haji saya yang ketiga, ada perubahan yang luar biasa, haji pertama tahun 1998, 2008, dan sekarang 2022. Berangkat ya jual sawah, saya tidak punya anak jadi ya ingin haji saja, dengan menjual sawah untuk berangkat. Biaya haji itu masih murah jika dibandingkan dengan biaya sosial dalam proses keberangkatan haji. Biaya di tunjang dari hasil pertanian, padi” (Informan_11, 2022).

Biaya haji digunakan untuk membiayai seluruh keperluan untuk menunjang ibadah haji. Dengan istilah lain, biaya haji digunakan untuk keperluan komunikasi vertikal kepada Tuhan di *haramain*. Biaya sosial haji digunakan untuk membangun komunikasi horisontal dengan antarmanusia. Komunikasi vertikal kepada Allah tidak dapat dilakukan dengan berpura-

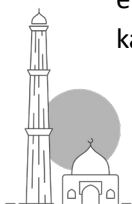


pura, karena Allah Maha Mengetahui atas keinginan hambaNya. Sebaliknya, komunikasi horisontal dengan antarmanusia memerlukan pengelolaan kesan (*impression management*). Panggilan sebagai Haji dan Hajjah memiliki status sosial yang tinggi dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Erving Gooffman, dalam kehidupan sosial ada dua panggung yang diperankan oleh setiap orang yaitu panggung depan (*front region*) dan panggung belakang (*back region*). Panggung depan adalah tempat menampilkan diri seoptimal mungkin, sesuai kehendak sosial yang disepakati. Panggung belakang adalah wujud peran yang sesungguhnya dalam kehidupan. Permainan peran di panggung depan dan panggung belakang ini disebut sebagai teori dramaturgi (Mulyana, 2005).

Panggung depan dalam komunikasi haji adalah ruang eksternal yang diperankan oleh jemaah haji dalam membangun tata dan nilai sosial yang diinginkan bersama. Kesepakatan yang diinginkan bersama untuk membentuk sistem hubungan sosial secara bersama. Panggung depan digunakan untuk membentuk makna atas predikat haji yang diperoleh. Bagi yang tidak mengikuti peran yang disepakati dianggap sebagai tidak sportif. Panggung belakang dalam komunikasi haji adalah ruang internal jemaah haji. Setiap jemaah haji menunjukkan perilaku aslinya. Inilah ruang sesungguhnya dalam diri jemaah haji yang ditampilkan secara internal dalam diri dan keluarganya.

Pengelolaan kesan (*impression management*) diperlukan dalam memainkan peran sebagai seorang haji. Pengelolaan kesan menampilkan atribut pemain peran dengan segala ekspresinya. Pemain peran harus mampu mengelaborasi karakter para pemain peran untuk diserap dan menjadi

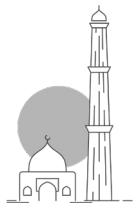


panduan dalam kehidupan sosial (Goffman, 1971). Seorang yang telah menunaikan haji dapat memainkan perannya dengan predikat haji yang didapat.

Pengelolaan kesan dapat dilakukan dengan memainkan peran di panggung depan (*front*) sebagai seorang yang memiliki predikat haji. Dunia panggung dipenuhi dengan desain (*setting*) yang disediakan dan direncanakan bermain seperti apa. Predikat haji ditampilkan di panggung depan dengan desain pakaian haji, memakai peci putih, jubah, menggunakan surban, dan dengan panggilan Pak Haji, Bu Hajjah, Abah, Bang Haji, dan sebagainya. Informan menceritakan:

“Panggilan haji itu penting bagi orang yang barusan datang dari ibadah haji, sampai ada orang yang memanggil dengan nama sebenarnya Si Fulan, namun dia tidak mau *menoleh*, bahkan Si Fulan bertanya, tadi memanggil siapa? Saya ini sudah haji, panggilannya Pak Haji....”(Informan_01, 2022).

Cerita di atas adalah bagian dari pengelolaan kesan yang dilakukan di panggung depan. Orang yang datang dari ibadah haji menampilkan kesan suci sebagai simbol diterimanya hajinya. Sebelum kepulangannya dari haji, jemaah telah mengkonstruksi dirinya sebagai orang ‘suci’ dan ‘alim’ untuk ditampilkan kepada masyarakat sekitarnya. Pakaian surban, jubah, peci putih, dan tasbih, serta hafalan do’a adalah media yang digunakan untuk mendesain dirinya di panggung depan, panggung di mana masyarakat telah menunggu kedatangannya dari haji. Kalimat-kalimat yang dilantunkan adalah kalimat-kalimat suci yang selama ini dilafalkan di tanah *haramain*. Seorang informan menuturkan:



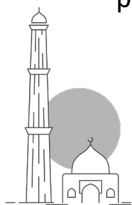
“Saya sudah menyiapkan do’a-do’a sebagaimana yang diajarkan oleh Pak Kyai, dan yang ada di buku-buku panduan yang digunakan untuk berdo’a ketika tiba di rumah nanti. Pakaian juga sudah beli di sini, peci juga, semua sudah beli untuk digunakan di rumah nanti” (Informan_05, 2022).

Namun demikian, ada juga jemaah yang mengkonstruksi dirinya apa adanya ketika kedatangannya dari haji. Mereka tampil apa adanya di depan panggung depan masyarakat. Informan mengatakan:

“Saya do’a nanti ya sebisanya saja, tidak perlu repot-repot menghafalkan do’a-do’a yang banyak tersebut. Jadinya tambah pusing. Dan saya juga tidak terbiasa dengan pakaian jubah, dan sebagainya. Jadinya apa adanya saja” (Informan_06, 2022).

Penjelasan di atas adalah pengelolaan kesan di panggung depan yang dikonstruksi seoptimal mungkin dengan desain yang telah disiapkan agar kedatangan hajinya dapat diterima oleh masyarakat sekitarnya.

Sebaliknya, panggung aslinya adalah panggung belakang yang menampilkan wujud sikap dan perilaku aslinya. Panggung belakang adalah wujud perilaku asli orang tersebut yang di tampilkan di ruang internal keluarganya. Misalnya, ketika tampil di panggung depan dengan menggunakan pakaian-pakaian haji yang sudah ditetapkan, namun perilakunya terkadang masih sering lalai dalam shalatnya dan ibadah-ibadah yang lain. Kondisi ini tentu menjadi kesenjangan antara perilaku di panggung depan dengan panggung belakang.



Berdasarkan data di atas, pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan seorang dengan predikat haji adalah melakukan konstruksi desain di panggung depan sebagai orang yang mendekati sempurna dalam berhaji (haji mabrur). Sebaliknya, wujud perilaku aslinya berada di panggung belakang yang diketahui oleh keluarganya sebagai orang terdekatnya.

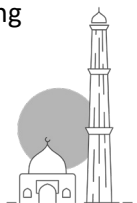
Metafisika Magis Haji

Istilah metafisika berasal dari bahasa Yunani yaitu *meta* dan *taphisica* yang diartikan sebagai yang ada di balik atau di belakang benda-benda fisik. Metafisika adalah filsafat yang membahas masalah keberadaan (*being*) atau eksistensi (*axistence*). Filsafat ini membuat uraian tentang sesuatu yang ada di belakang gejala-gejala fisik, seperti bergerak, berubah, hidup dan mati (Syam, 2010).

Menurut Alan Anderson (dalam Kuswarno, 2011) untuk menafsirkan metafisika terdiri dari tiga tingkatan makna yaitu: metafisika akademik, metafisika populer, dan metafisika murni dan terapan.

Metafisika akademik bertujuan untuk memahami hakikat suatu realitas, baik tampak maupun tidak tampak (*visible or invisible*). Metafisika mendeskripsikan dasar esensi tentang segala sesuatu secara terbuka baik tentang manusia maupun bukan tentang manusia.

Metafisika populer dapat dimaknai dalam dua hal yaitu sebagai mistis (*mysticism*) yang merujuk pada dunia gaib dan klenik, dan sebagai okultis (*occultism*) yang merujuk pada pengetahuan (*knowing*) yang lebih jauh seperti telepati, cenayang, dan merujuk pada perbuatan (*doing*) yang melebihi perilaku manusia, seperti psikokinesis.



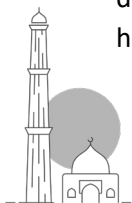
Metafisika murni dan terapan adalah perpaduan antara hal akademik dan hal populer. Satu bagian yang disebut murni (*pure*) berfungsi menjelaskan realitas, dan satu bagian yang lain, terapan (*applied*) berusaha memecahkan masalah-masalah praktis dan menempatkan cara pengetahuan bekerja. Dalam perspektif ini metafisika magis haji dapat dikategorikan sebagai metafisika murni sekaligus terapan.

Pembahasan metafisika dimaksudkan sebagai alur pikiran yang bersifat filosofis tentang obyek kajian yang berkaitan dengan magis haji yang menitikberatkan bagaimana peristiwa magis dapat dijadikan sebagai landasan ilmu yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Peristiwa magis yang terjadi dalam menunaikan ibadah haji selalu mengiringi cerita dalam perjalanan haji. Sebagian besar masyarakat mempercayainya bahwa segala amal perbuatan manusia akan dibalas ketika melakukan haji. Sebagian kecil ada yang meragukan cerita-cerita magis yang dianggap sebagai cerita mitos belaka. Masyarakat cenderung mempercayai sesuatu dengan melihat, mengamati, menyaksikan, dan mengalami sendiri peristiwa tersebut.

Berikut ini adalah cerita-cerita magis dan supranatural yang terjadi di luar nalar kemampuan manusia untuk memikirkannya, dan sekaligus sebagai tanda kebesaran dan kekuasaan Allah selama di tanah *haramain*. Peristiwa-peristiwa ini ditampilkan berdasarkan pengalaman, pengamatan, dan kesaksian jemaah selama haji 2022 M.

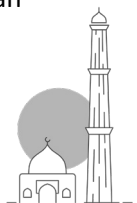
Selama haji tidak diperkenankan untuk berpikir negatif, bahkan berperilaku buruk karena hal itu akan benar-benar terjadi. Bahkan hanya sebatas ucapan harus selalu terjaga dalam ucapan yang baik. Sebuah peristiwa yang 'sepele' namun hikmah dan pelajarannya luar biasa untuk tidak 'sembrono'



selama berada di tanah *haramain*. Misalnya, ada seorang jemaah yang sedang mengelola dana infaq untuk waqaf al-Qur'an di Madinah. Mereka sangat percaya bahwa semua jemaah haji adalah orang yang jujur dan baik. Kepercayaan ini membuat pengumpulan dana tidak didokumentasikan dengan baik, dengan kalimat 'meremehkan' bahwa nanti kalau dana tidak sesuai dengan hitungan akan ditambahkan dengan uang pribadi. Kalimat ini terkesan menyederhanakan persoalan hitungan, dan tiba saatnya menghitung dana infaq ternyata ada ketidaksesuaian antara jumlah dana dengan jumlah orang infaq. Pada akhirnya pengelola dana infaq benar-benar menambahkan dana kekurangan yang sebelumnya tidak diperhitungkan. Informan bercerita:

“Ada ide waqaf al-Qur'an, tentu ini berkaitan dengan urusan uang, apalagi dengan uang *real* yang kita belum lancar, saya ya *nyeletuk* saja ke Pak X, sudahlah mas kalau *tekor* ya di tambahi sendiri, *lah kok* ya kejadian, *tekor tenan* 100 real. Padahal sudah di hitung berulang kali antara nomor dan nama orang-orangnya, *kok ya* bisa ya Allah” (Informan_14, 2022).

Pengalaman jemaah lain tentang peristiwa-peristiwa magis juga terjadi ketika masuk raudhah. Perjuangan masuk ke raudhah, tempat mustajabahnya do'a berhasil dilalui, namun justru setelah didalam raudhah, hatinya *gusar* dan *gemetar* karena mendapat sebuah 'bisikan' di telinganya bahwa seluruh badannya najis, perlu dibersihkan. Bisikan ini pun membawa dampak perubahan pada diri jemaah yang mengalaminya. Setelah keluar dari raudhah, jemaah ini menjadi pendiam dan menghindari dari teman-teman jemaah yang lain. Berikut penuturan informan:

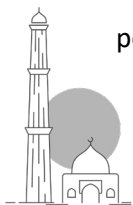


“Pengalaman jemaah X: masuk raudhah, setelah masuk raudlah justru malah *gemeter*, ada peristiwa yang terjadi, dalam raudlah, ternyata ada yang membisiki, bahwa badannya itu najis, pakaiannya najis, seluruh badannya najis, setelah dari raudlah itu orangnya ‘bleleng’, diam saja, dan cenderung menghindar dari kelompok jemaah yang lain” (Informan_14, 2022).

Peristiwa magis lain juga terjadi hanya dengan ucapan yang dianggap ‘sepele’. Namun karena diucapkan di tanah *haramain*, cepat sekali Allah membuktikan kekuasaanNya. Contoh peristiwa ini adalah pengalaman seorang jemaah yang mempertanyakan bekal dari Dinas Kesehatan. Selain obat-obatan, masker, dan lain-lai, ada juga bekal berupa *plester* (handyplast) dengan *merk* tertentu. Seorang jemaah haji ‘nyeletuk’ saja ketika di hotel Mekkah, kenapa orang haji dibekali *plester*, untuk apa?. Ucapan inipun langsung ditunjukkan kegunaannya oleh Allah dengan seketika. Jemaah tersebut jalan menuju tangga hotel, dan kakinya tersandung sudut keramik hotel, dan darahnya mengalir bercucuran. Informan menceritakan:

“Ada jemaah yang berucap tentang bekal kesehatan bagi jemaah haji, dengan *celetukan*: *wong haji kok di bekal plester* (handyplast), setelah bicara itu, keluar di lantai 9 tersandung sudutnya keramik, bocor kakinya, baru sadar manfaat plester. Hal ini membuktikan bahwa selama dalam haji tidak boleh ada prasangka negatif atas segala peristiwa yang terjadi” (Informan_14, 2022).

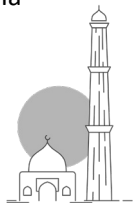
Peristiwa magis yang luar biasa adalah terjadinya peristiwa seorang jemaah haji yang tidak dapat menunaikan



ibadah haji secara fisik, meskipun sudah di Jeddah, Arab Saudi. Jemaah tersebut berangkat di kloter gelombang kedua. Menurut cerita dari para jemaah, jemaah tersebut tidak sadarkan diri ketika pesawat akan *landing* dua jam berikutnya di Bandar Udara Internasional Raja Abdulaziz Arab Saudi. Sampai pesawat mendarat jemaah tersebut masih dalam keadaan tidak sadarkan diri, dan akhirnya langsung di rujuk ke rumah sakit di Jeddah. Karena tidak ada tanda-tanda kondisi membaiknya kesehatan jemaah tersebut, akhirnya jemaah tersebut dipulangkan sebelum waktunya pulang, dengan dititipkan pada penerbangan kloter awal yang sudah memasuki jadwal pulang (kloter penulis).

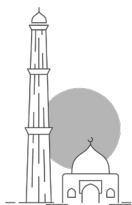
Saat kepulangan, jemaah tersebut masih dalam keadaan setengah sadar, dan dalam kondisi 'linglung'. Di atas pesawat, jemaah tersebut tidak ingin makan, dan cenderung bertindak sesuai keinginannya, bahkan jemaah tersebut tidur lesehan di atas pesawat dan membuat panik petugas kesehatan dan jemaah yang berada di sekelilingnya. Beberapa kali ada suara panggilan dari pramugari kepada petugas kesehatan (dokter dan tenaga medis) untuk menuju jemaah tersebut yang memerlukan perawatan. Dan ajaibnya, hanya Allah yang Maha Berkuasa dan Berkehendak, pasien jemaah tersebut mulai sadar tepat menjelang pesawat *landing* di Bandar Udara Juanda, di Sidoarjo dengan waktu yang kurang lebih sama, yaitu dua jam sebelum pesawat mendarat.

Dengan demikian, jemaah tersebut secara fisik sudah sampai di tanah *haramain*, namun secara fisik belum dapat melakukan rangkaian ibadah haji. Fisiknya sudah sampai di tanah *haramain*, namun tertolak untuk melakukan ibadah haji. Hanya Allah Yang Maha Mengetahui atas segala KehendakNya.



Terjadinya peristiwa magis tersebut melahirkan beragam pendapat di kalangan para jemaah haji yang kebersamaan keulangannya. Seorang petugas haji mengatakan:

“Kita bersyukur, jika dibandingkan dengan keadaan saudara kita yang satu ini, kita do’akan semoga beliau *seger* sehat wal afiat. Ini bapak XXX namanya jemaah dari kabupaten XXX kloter XXX gelombang 2, beliau waktu berangkat di Sukolilo sampai naik pesawat sehat wal afiat, ketika beberapa jam pesawat mau mendarat di Makkah, bapak ini hilang ingatan, dan selalu menutup mata, dan bawaannya ingin marah marah saja, akhirnya ketika pesawat sudah mendarat bapak ini langsung di bawa ambulans ke RS KKHI, pada waktu wukuf yang bersangkutan tetep dirumah sakit karena hilang ingatan, tidak memenuhi syarat haji, maka hajinya di badalkan, menjelang Kloter kita pulang, oleh petugas kesehatan dititipkan kloter kita dengan diantar langsung dengannya ambulans dari RS KKHI ke bandara Jeddah, dan berangkat pulang, di pesawat selalu memejamkan mata, dan tetap tidak mau bicara, dikasih makan oleh pramugari malah di buang, akhirnya dua penumpang tetangga nya takut (mungkin ada orangnya di grup ini) akhirnya kursinya di tukar dengan pak dokter dan perawat, Tengah malam dalam perjalanan bapak ini lari ke kursi depan dan tidur di bawah, akhirnya saya angkat dengan dokter dan teman lainnya untuk pindah tidur di kursi depan, menggunakan kursi ibu yang di depan dekatnya tempat bertidurnya, menjelang pesawat mau mendarat Bapak ini tak bangunkan, tak ajak bicara mau, dan mau membuka mata, bahkan bilang amin dari dia saya, serta bilang insyaallah dari penjelasan kata saya. Kemudian dikasih makan, dan semoga yg bersangkutan kita doakan sudah sehat wal afiat kembali. Kesimpulan yang



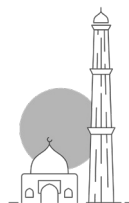
dapat di ambil dari kejadian bapak ini : Haji itu panggilan Allah, bertemu Ka'bah Baitullah itu juga kehendak Allah, dapat wukuf di Arafah juga kehendak Allah, Bapak ini sudah masuk kota Makkah tetapi Allah hanya berkehendak tetep di RS KKHI saja” (Informan_22, 2022).

Peristiwa magis ini juga melahirkan pendapat dari para jemaah yang lain:

“Saya saksi melihat orang yang dimaksud pak xxx. Dia selalu memegang kepala. Tidak mau bicara. Kursi di pesawat tak jauh dari tempat saya. Tiba-tiba memang tidur di karpet pesawat. Memang agak aneh. Apalagi ada kabar istrinya tidak bersama alias masih di Mekkah. Dia di pulangkan sendiri di kloter ini. Kisah ini benar-benar membuat kita harus bersyukur” (Informan_24, 2022).

“Ya Allah. Saya sering dapat cerita seperti ini. Tapi itu dulu. Saya pikir nggak ada di haji sekarang. Ternyata ada, padahal pengalaman kami, haji itu bikin happy. Saya dan istri bawaannya senang. Mau pulang malah nangis. Ya Allah cerita Ust XXX ini bikin saya bersyukur” (Informan_23, 2022).

“Betul sekali cerita abah haji xxx (petugas kloter). *Kulo nggih lebih saking 5x menyaksikan variasi orang budal haji tapi mengalami penolakan batin model ngeten niki.* Hanya atas irodah Allah-lah, *kito saget sowan ke Baitulloh lan masyair Al-muqoddasah*” (Informan_01, 2022).

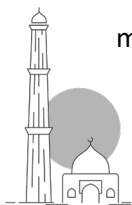


Peristiwa magis ini memberikan hikmah dan pelajaran yang berharga bagi umat muslim yang berangkat haji. Informan mengatakan:

“Hikmah yang dapat diambil dari peristiwa ini adalah 1) Kita harus senantiasa bersyukur kepada Allah, karena sudah dikehendaki Allah melalui kuasanya kita bisa bertemu Ka’bah, wukuf di Arafah, *mabit* di Muzdalifah dan Mina, serta tawaf dan sa’i, bisa melaksanakan haji, bahkan bisa ber-umroh berkali-kali, begitu besar nikmat Allah yang sudah kita dapatkan. bagaimana seumpama takdir Allah seperti bapak ini menimpa pada kita. 2) Akal manusia terbatas, tidak mampu menghalangi kuasanya Allah. 3) Tidak semua ibadah itu harus masuk akal sesuai logika kita, karena akal kita benar benar terbatas. 4) Senantiasa harus bersyukur dan selalu bersyukur atas segala nikmat Allah apa pun bentuk nya. 5) Semoga Allah memanggil kita, anak turun kita , dengan panggilan yang bisa melaksanakan ibadah haji, tidak hanya panggilan masuk ke Makkah saja” (Informan_22, 2022).

Peristiwa magis yang dialami oleh jemaah haji ketika di tanah *haramain* adalah sebuah realitas objektif sekaligus subjektif. Realitas objektif ditandai dengan terjadinya peristiwa yang dapat dilihat oleh panca indra dan disaksikan oleh orang lain. Realitas objektif melahirkan makna objektif yang timbul dari peristiwa yang diketahui oleh orang banyak dan membentuk makna bersama. Realitas subjektif lahir dari pemaknaan yang bersifat subjektif atas peristiwa magis yang terjadi pada jemaah haji.

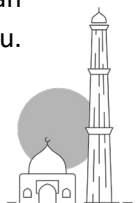
Metafisika magis haji dapat dikategorikan sebagai metafisika murni sekaligus terapan. Metafisika murni dan



terapan adalah perpaduan antara hal akademik dan hal populer. Satu bagian yang disebut murni (*pure*) berfungsi menjelaskan realitas, dan satu bagian yang lain, terapan (*applied*) berusaha memecahkan masalah-masalah praktis dan menempatkan cara pengetahuan bekerja.

Peristiwa magis haji adalah sebuah realitas yang dapat dijelaskan dengan ilmu pengetahuan. Peristiwa magis haji dapat menjelma menjadi ilmu melalui beberapa persyaratan tertentu. Persyaratan ini disebut sebagai sifat ilmiah. Persyaratan sebuah objek menjadi ilmu adalah obyektif, metodelis, sistematis, dan universal (Ardianto & Q-Anees, 2007). Obyektif, ilmu harus memiliki obyek kajian yang terdiri dari satu golongan masalah yang sama sifat hakikatnya, tampak dari luar maupun dari dalam. Metodelis, dalam upaya mencapai kebenaran, selalu terdapat kemungkinan penyimpangan yang harus diminimalisasi. Metodelis berarti dengan metode tertentu yang disebut metode ilmiah. Sistematis, ilmu harus teratur dan terfokus dalam hubungan yang teratur dan logis sehingga membentuk suatu sistem yang berarti utuh, menyeluruh, terpadu, menjelaskan rangkaian sebab akibat menyangkut objeknya. Universal, kebenaran yang hendak dicapai bukan yang tertentu, melainkan bersifat umum.

Menurut Syam (2010), ada dua pernyataan yang dapat dijadikan sebagai pedoman tentang apakah peristiwa magis haji dalam perspektif metafisika merupakan suatu ilmu, yaitu: Pertama, metafisika tidak dapat dikatakan sebagai ilmu manakala yang dimaksud dengan ilmu itu sendiri adalah sesuatu yang bersifat pasti (*fixed and final*). Kedua, metafisika dapat dikatakan sebagai sebuah ilmu manakala yang dimaksud dengan ilmu itu adalah suatu penyelidikan yang dikaitkan dengan sikap (*attitude*) dan metode tertentu.



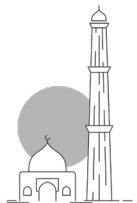
Studi tentang magis mengungkapkan bahwa ada tiga unsur yang khas dan terkait dengan keyakinan seseorang pada magis. Pertama, terkait dengan efek bunyi yang berkaitan dengan suara yang datang dari alam, misalnya, gemuruh angin, guntur yang menggelegar, gemuruh ombak laut, dan juga suara-suara berbagai hewan, misalnya *raungan* srigala malam, anjing dan lain sebagainya. Suara-suara ini melambangkan fenomena tertentu dan diyakini menghasilkan sesuatu yang magis. Kedua, yang sangat mencolok adalah penggunaan mantra-mantra yang digunakan untuk memanggil atau mendatangkan sesuatu (roh-roh leluhur, jin, setan) yang diinginkan dalam rangka proses ritual yang dilakukan. Ketiga hampir dalam setiap mantra memiliki ritual-ritual yang berbeda antara mantra satu dengan lainnya (Malinowski, 1948).

Peristiwa magis haji memiliki unsur khas sebagai kajian ilmu pengetahuan. Magis haji dapat memperbaiki dan juga membatalkan akibat yang dapat merusak sebagaimana cara bekerjanya ilmu pengetahuan. Menurut James Frazer peristiwa magis dapat dikatakan sebagai *pseudo-science*. Untuk mendeteksi ilmu semacam ini tidak akan mengalami kesulitan karena dapat dilihat melalui pengalaman-pengalaman dalam kehidupan sehari-hari. Peristiwa magis dapat dipelajari melalui pengalaman spesifik dari keadaan emosi seseorang, kebenaran dapat dieksplorasi melalui permainan emosi pada organisme manusia.

Pembahasan ini mengantarkan pemahaman bahwa metafisika dijadikan sebagai landasan filosofis tentang dunia pengalaman keterkaitannya dengan pengetahuan ilmiah adalah metafisika khusus yaitu dimensi antropologi yang meneliti manusia pada setiap waktu dan dimensi kemanusiaannya (Syam, 2010).



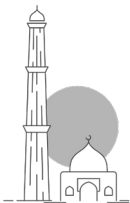
Berdasarkan data di atas, peristiwa magis yang terjadi dalam perjalanan ibadah haji adalah sebuah realitas yang terjadi dan dapat dialami oleh siapa saja. Realitas ini dapat dilihat dan diamati oleh panca indera manusia. Dalam sudut pandang metafisika, peristiwa magis haji dapat dikategorikan sebagai metafisika murni sekaligus terapan. Metafisika murni untuk menjelaskan realitas peristiwa magis yang dialami jemaah haji, sedangkan metafisika terapan berfungsi untuk memecahkan pengalaman magis jemaah haji dengan pengetahuan yang dimiliki manusia.





F. Menuju Paradigma Baru dalam Komunikasi Haji

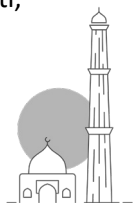
Manajemen dalam penyelenggaraan haji harus mencerminkan manajemen yang berkelanjutan berbasis perubahan sosial masyarakat dan perkembangan teknologi komunikasi. Dalam konteks perubahan masyarakat, jemaah haji yang akan berangkat dalam kurun waktu 10 - 15 tahun yang akan datang akan didominasi oleh generasi milineal, generasi Z, dan bahkan generasi *alfa* yang sejak kecil mereka sangat akrab dengan teknologi. Generasi milenial (generasi Y) lahir ketika era teknologi informasi mulai berkembang, yaitu generasi yang lahir tahun 1980-1995. Generasi Z lahir pada saat teknologi sudah berkembang pesat, mereka sangat *lihai* dalam menggunakan media sosial. Generasi Z lahir antara tahun 1995-2010. Setelah itu, lahir generasi *alfa*, mereka ini lahir setelah generasi Z (setelah 2010) dan kehidupannya sangat tergantung pada teknologi (Achsani, 2020).



Konsekuensi dari dinamika perubahan karakter jemaah haji di atas adalah melakukan penyesuaian sistem pengelolaan penyelenggaraan haji secara berkelanjutan. Di sinilah pentingnya pemahaman manajemen sebagai dasar penyelenggaraan haji. Manajemen adalah seni, atau ilmu, untuk mencapai tujuan melalui orang lain. Manajemen adalah aktivitas pengawasan, yaitu memastikan orang-orang melakukan apa yang seharusnya mereka lakukan. Manajemen adalah salah satu aktivitas manusia yang paling penting. Sejak manusia mulai membentuk organisasi sosial untuk mencapai tujuan dan sasaran yang tidak dapat mereka capai sebagai individu, manajemen menjadi penting untuk memastikan koordinasi upaya individu (Olum, 2004).

Manajemen adalah salah satu konsep yang sudah ada sejak tahun 2900 SM. Manajemen diterapkan di Mesir ketika mengelola proyek pembangunan Piramida. Setelah berlangsung berabad-abad, manajemen dianggap sebagai bidang yang membentuk atau merestrukturisasi organisasi dalam mengelola aktivitas secara efektif dan efisien. Perkembangan kajian manajemen terus berkembang dari kategori manajemen klasik, manajemen ilmiah, manajemen neo-klasik, dan manajemen modern (Kitana, 2016; Rokhayati, 2014).

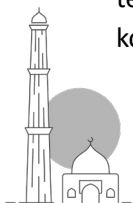
Teori manajemen klasik berorientasi pada pandangan ekonomi rasional, manajemen ilmiah berorientasi pada metode yang dapat meningkatkan produktivitas kerja, efektivitas dan efisiensi dalam kerja, teori manajemen neo-klasik berorientasi pada pandangan manusia sosial, teori manajemen modern didasarkan pada pandangan dan aspirasi stakeholder yang kompleks (Kitana, 2016; Rokhayati, 2014).



Teori manajemen modern menjelaskan bahwa sebuah organisasi terdiri dari stakeholder internal dan eksternal yang memiliki perspektif, aspirasi, potensi, dan kebutuhan yang berbeda. Keragaman karakter dan potensi stakeholder ini memerlukan pendekatan dengan prinsip-prinsip yang disesuaikan dengan potensi dan karakter stakeholder yang dimiliki.

Teori manajemen modern mendekati kompleksitas organisasi dan individu. Teori ini menjelaskan bahwa tidak ada satu strategi manajerial yang dapat diterapkan pada semua orang pada setiap saat. Menurut teori ini, setiap stakeholder (tenaga kerja/karyawan) memiliki pandangan yang berbeda dan banyak motif yang bervariasi antar individu dalam organisasi. Selain itu, mereka juga mendapatkan motif baru seiring dengan bertambahnya pengalaman dalam mengelola organisasi. Dengan demikian, manajer perlu menerapkan strategi yang berbeda pada waktu yang berbeda dan untuk orang yang berbeda.

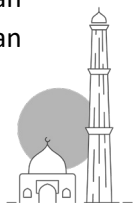
Teori manajemen modern memiliki dua pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan sistem dan pendekatan kontingensi. Pendekatan sistem berorientasi pada manajemen sebagai satu kesatuan sistem yang saling terkait. Seorang manajer tidak boleh membatasi diri pada salah satu hasil produk atau *output* tertentu, tetapi organisasi harus menggunakan pendekatan secara keseluruhan sebagai sebuah jaringan. Pendekatan ini dapat dicapai dengan komunikasi yang berkelanjutan antar berbagai bidang yang ada, stakeholder internal yang terdiri dari elemen pimpinan dan karyawan, dan bahkan stakeholder eksternal yang terkait. Pendekatan sistem memahami pentingnya jaringan komunikasi dengan stakeholder yang terkait. Pendekatan



kontingensi memerlukan seorang manajer yang mampu menemukan teknik yang tepat dalam situasi dan keadaan tertentu, serta waktu tertentu untuk mencapai tujuan manajemen. Manajer berbasis pendekatan kontingensi memilih opsi terbaik dan mengidentifikasi mana yang akan bekerja paling baik. Pendekatan kontingensi menggambarkan setiap rangkaian hubungan organisasi dalam setiap keadaannya (Kitana, 2016; Rokhayati, 2014).

Secara umum, semua teori, dari teori klasik, neo-klasik, dan manajemen modern saling melengkapi satu sama lain. Setiap manajemen dan manajer harus mampu mempelajari teori-teori manajemen yang ada dan memanfatkannya dengan baik untuk proses pengembangan manajerial. Manajemen adalah seni dan ilmu tentang perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan yang dioperasionalkan dengan membentuk pola pikir orang dalam mengerjakan sesuatu sebagai sebuah seni. Integrasi antara seni dan ilmu pengetahuan diharapkan dapat melahirkan dan menerapkan kebijakan manajemen yang baik dan terus memimpin kompetisi global (Kitana, 2016).

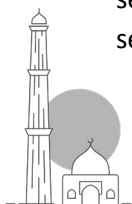
Berdasarkan perkembangan teori manajemen di atas, maka sistem penyelenggaraan haji di Indonesia harus dilandasi dengan undang-undang dan peraturan pemerintah yang selalu *update* terhadap perkembangan dan perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat dan kemajuan teknologi informasi. Calon jemaah haji telah terpetakan melalui dokumentasi *offline* maupun *online*. Kantor Kementerian Agama memiliki peta dokumentasi calon jemaah haji, dan telah tersistem dalam Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT). Sistem ini memiliki dan menyimpan data calon jemaah haji dan mengatur estimasi keberangkatan



calon jemaah haji yang telah memiliki porsi keberangkatan haji. Dengan modal ini, penyelenggara haji dapat memetakan karakter jemaah haji. Calon jemaah haji dapat diidentifikasi sebagai generasi milenial, generasi Z, atau pada tahun berapa didominasi generasi *alfa*.

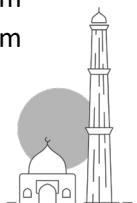
Pemetaan calon jemaah haji ini berdampak pada model penyelenggaraan haji. Undang-undang dan peraturan pemerintah yang mengatur penyelenggaraan haji harus selalu direview untuk adaptasi dengan karakter jemaah dan dinamika perubahan yang terjadi. Jika pada tahun tertentu calon jemaah haji didominasi dengan generasi milenial, generasi Z, atau bahkan generasi *alfa* yang *melek* dan bahkan tergantung pada teknologi, maka konsekuensinya petugas haji juga harus *melek* teknologi agar layanan terhadap jemaah dapat berjalan efektif dan efisien.

Manajemen strategis dalam penyelenggaraan haji berperan penting dalam pengelolaan penyelenggaraan haji. Ada beberapa strategi inovasi dalam manajemen, yaitu: ofensif, defensif, imitatif, ketergantungan, tradisional, dan oportunistis (Afuah, 2020). Manajemen strategis dengan metode ofensif adalah strategi dengan menjadi yang pertamakali memperkenalkan produk baru. Strategi ini digunakan untuk menjadi yang pertama berinovasi. Dengan demikian organisasi akan berinvestasi dalam inovasi dan membangun kemampuan untuk melaksanakannya, memperkenalkan produknya sendiri, dan selalu mengevaluasi setiap kesalahan yang mungkin terjadi. Penyelenggara haji dapat memulai sebagai pelopor dalam sistem informasi dan komputersiasi haji secara terpadu, memperkenalkannya, dan mengevaluasi setiap ada perkembangan terbaru. Ini dapat dikategorikan sebagai strategi ofensif. Organisasi dengan manajemen



strategi imitatif ingin menghasilkan tiruan dari produk yang telah ada. Penyelenggara haji dapat meniru sistem layanan digital yang telah sukses dalam layanan masyarakat. Sistem ATM (*Ambil, Tiru, dan Modifikasi*) dapat dilakukan tanpa menyerupai sistem yang ditiru dengan inovasi yang terbaru. Dalam strategi ketergantungan, manajemen organisasi menerima peran sebagai bawahan dari organisasi atau lembaga yang lebih kuat. Strategi ini meniru perubahan produk hanya jika diminta oleh pelanggan atau atasan. Sistem penyelenggaraan haji di Indonesia melibatkan peran stakeholder dari elemen eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Keputusan Presiden, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), dan Hukum sebagai produk perundangan menentukan arah dan kebijakan penyelenggaraan haji di Indonesia. Manajemen strategis dengan metode tradisional membuat sangat sedikit perubahan pada produk atau layanan karena berusaha menekan biaya serendah-rendahnya. Manajemen melakukan pola lama yang telah dilakukan untuk mengurangi pembiayaan dalam layanan. Manajemen strategis dengan metode oportunistik dilakukan dengan cara organisasi atau lembaga mencari peluang-peluang untuk intervensi ke pasar-pasar atau masyarakat untuk menyerap aspirasi tentang kemajuan lembaga atau organisasi.

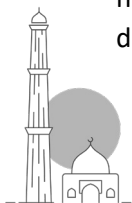
Hubungan antara komunikasi dan strategi bisnis dianggap sebagai isu penting dalam praktik manajemen komunikasi (Raupp & Hoffjann, 2012). Komunikasi memiliki peran penting dalam keberhasilan seorang pemimpin dalam menjalankan manajemen organisasi. Komunikasi adalah dasar bagi manajemen dalam mengkomunikasikan visi dan misi organisasi. Keterlibatan ilmu komunikasi dalam aktivitas manajemen melahirkan integrasi keilmuan dalam



bentuk manajemen komunikasi dan merupakan fungsi manajemen strategis (Raupp & Hoffjann, 2012). Manajemen komunikasi adalah elemen dasar yang digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan manajemen. Manajemen komunikasi berperan untuk mengoptimalkan sumber daya manusia dan teknologi melalui strategi komunikasi untuk keberhasilan komunikasi organisasi (Sahputra, 2020). Manajemen komunikasi adalah fungsi manajemen strategis yang mengelola situasi proses pengambilan keputusan berdasarkan retrospektif (masa lampau) dan prospektif (masa depan) dalam organisasi (Raupp & Hoffjann, 2012).

Manajemen komunikasi memerlukan strategi. Strategi identik dengan manajemen strategis organisasi, namun strategi juga dapat digunakan dalam skala individu, yaitu, mentransfer ide perencanaan menjadi tindakan operasional (Steyn, 2003). Strategi digunakan untuk menghadapi dan melakukan perubahan. Strategi adalah pilihan tentang apa yang harus dilakukan dan yang tidak dilakukan. Strategi mencerminkan pola perilaku seseorang atau lembaga. Mengimplementasikan strategi dapat diartikan sebagai mengkomunikasikan perubahan. Pilihan strategi komunikasi dapat dipengaruhi oleh informasi yang diterima, bagaimana cara meresponnya, dan sejauhmana keterlibatan media dalam mempengaruhinya (Rudeloff et al., 2021). Strategi komunikasi memainkan peran penting dalam manajemen penyelenggaraan haji di Indonesia.

Manajemen strategis perlu dilakukan oleh penyelenggara haji. Baik dalam level dalam negeri; pusat, propinsi, kabupaten/kota, dan kecamatan, serta level luar negeri: panitia penyelenggara haji di Arab Saudi. Koordinasi dan komunikasi adalah kata kunci manajemen strategis.

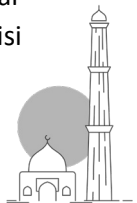


Kesamaan visi dan persepsi dalam penyelenggaraan haji adalah modal kesuksesan dalam pelayanan ibadah haji bagi jemaah.

Berdasarkan pengamatan dan pengakuan para informan, komunikasi dalam penyelenggaraan haji dalam negeri cenderung bersifat komunikasi ke bawah (*downward communication*). Komunikasi ke atas (*upward communication*) hanya bersifat laporan ke atasan. Realitas ini memiliki kelemahan, yaitu kurangnya kreativitas dalam melayani jemaah haji pada level bawah. Realitas ini dianggap wajar karena sistem organisasi penyelenggara haji bersifat struktural-birokratis, dari atas ke bawah. Sikap kehati-hatian dalam mengkreasi layanan jemaah haji berakibat pada lambannya pelayanan kepada jemaah.

Penyelenggara haji pada level dalam negeri berada dalam area tugas pokok Kementerian Agama dengan *leading sector* Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah. Lembaga ini memiliki tanggungjawab dalam mengelola penyelenggaraan haji dan umrah. Untuk memudahkan dalam pelaksanaan tugas dan tanggungjawab, lembaga ini memiliki sub-sub bagian, yaitu Direktorat Bina Haji, Direktorat Pelayanan Haji Dalam Negeri, Direktorat Pelayanan Haji Luar Negeri, Direktorat Umrah dan Haji Khusus, dan Direktorat Pengelolaan Dana Haji. Berdasarkan pengakuan informan, jemaah sebagian besar memperoleh informasi tentang haji dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), bukan dari struktural penyelenggara haji yang menjadi tanggungjawabnya pada level yang ditentukan.

Koordinasi dan komunikasi dalam menyamakan visi dan persepsi haji antara penyelenggara haji dalam negeri dan luar negeri harus ditingkatkan. Tidak hanya pada penyamaan visi



bersama pada level kebijakan antar pimpinan manajemen, namun juga pada penyamaan visi dalam tataran teknis-praktis. Sebuah contoh, kebijakan teknis dalam transportasi bus dan penerbangan harus memiliki teknis yang sama antara dalam negeri dan luar negeri (Arab Saudi) agar tidak mengganggu kenyamanan jemaah haji. Realitas yang terjadi, kebijakan teknis transportasi dalam dan luar negeri ini praktiknya tidak sama. Panduan teknis menaiki kendaraan bus dan pesawat dalam negeri sudah dipraktikkan sesuai dengan prosedur operasional yang ditentukan. Namun di luar negeri (Arab Saudi), panduan teknis ketika naik bus dan pesawat yang disosialisasikan dalam negeri tidak berlaku ketika turun dari pesawat menuju bus yang ditentukan di Madinah, begitu juga kebijakan tentang nomor kursi yang disosialisasikan oleh petugas imigrasi di Arab Saudi ketika kepulangan tidak dipraktikkan ketika sudah naik pesawat. Ketika di atas pesawat, pramugari mempersilahkan duduk tanpa melihat nomor kursi yang telah disosialisasikan. Hal ini berakibat pada ketidakteraturan tempat duduk, suami dan istri terpisah tempat duduknya, begitu juga dengan anak dan orang tua yang didampinginya duduknya terpisah. Peristiwa-peristiwa yang terjadi ini bagi sebagian jemaah dianggap biasa saja, dipatuhi, dan disyukuri sebagai rasa syukur dapat panggilan haji. Namun dilihat dalam perspektif manajemen penyelenggaraan haji, ini menjadi 'setitik noda' yang mengganggu kualitas mutu praktik manajemen penyelenggaraan haji yang telah berjalan efektif. Jika berhadapan dengan jemaah haji generasi milenial, Z dan Alfa, maka peristiwa ini dapat di 'viral' kan di media sosial, dan mengganggu konsentrasi pelaksanaan manajemen haji.

Oleh karena itu, masing-masing direktorat harus memiliki visi yang sama tentang manajemen penyelenggaraan haji



yang efektif dan efisien. Manajemen komunikasi berperan dalam mengelola komunikasi sebagai alat koordinasi penyelenggaraan ibadah haji, baik dalam level dalam negeri maupun luar negeri. Setiap elemen penyelenggara haji adalah komunikator dalam layanan ibadah haji. Komunikator layanan haji harus memiliki kompetensi yang memadahi dalam layanan ibadah haji. Kompetensi komunikasi penyelenggara haji harus memiliki kualifikasi sebagai komunikator haji yang Humanis, Responsif, Kompeten, dan Digitalis (HRKD).

Komunikator haji harus memiliki karakter humanis, yaitu petugas penyelenggara haji yang mengedepankan nilai kemanusiaan, menjunjung harkat dan martabat, memiliki nalar yang berkembang, serta memiliki kepribadian empatik, komunikatif, dan reflektif. Penyelenggara haji harus memiliki karakter komunikasi empatik yang mampu mengelola kepribadiannya dengan rasa saling menghormati, menghargai, dan toleransi terhadap setiap peristiwa yang terjadi. Penyelenggara haji harus memiliki karakter komunikatif yaitu mudah dalam bergaul, interaktif dalam komunikasi, mudah dihubungi, dan pesannya mudah dipahami atau dimengerti. Penyelenggara haji harus memiliki karakter komunikasi reflektif, yaitu memiliki sifat kehati-hatian dalam gagasan dan pemikiran, mengelola pesan, dan menyampaikannya.

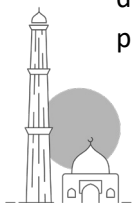
Komunikator haji harus memiliki karakter responsif, yaitu penyelenggara haji yang memiliki perilaku kerja dengan mengembangkan sikap proaktif, suportif, kooperatif, kritis, dan peka terhadap situasi yang terjadi. Sikap proaktif, yaitu komunikator haji yang memiliki tindakan yang lebih aktif, dan bertanggungjawab atas segala keputusan yang diambil. Sikap suportif, yaitu sikap komunikator haji yang menampilkan pemberian dukungan dan semangat pada yang lain. Sikap kooperatif, yaitu komunikator haji yang siap melakukan



kerjasama dan bersedia membantu yang lain. Sikap kritis, yaitu komunikator haji harus memiliki sifat tidak lekas percaya, selalu berusaha evaluasi terhadap kesalahan, dan melakukan analisis yang tajam. Sikap peka, yaitu komunikator haji harus mudah merasa, mudah bergerak, tidak lalai, dan mudah menerima serta meneruskan informasi.

Komunikator haji harus memiliki karakter kompeten, yaitu penyelenggara haji yang memiliki kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan di bidangnya, memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas dalam keahliannya, dan memiliki kemauan untuk berusaha mengembangkan keahliannya. Menurut McCroskey, kompetensi komunikasi adalah kemampuan yang memadai untuk memberi dan menerima informasi, kemampuan untuk mengungkapkan pengetahuan secara lisan maupun tertulis (McCroskey & McCroskey, 1988). Kompetensi komunikasi adalah bagian dari kompetensi sosial, yaitu kemampuan individu berupa perilaku dan keterampilan yang digunakan untuk mengawasi lingkungan sosialnya (Korhonen, 2002). Karakter kompetensi yang harus dimiliki oleh komunikator haji adalah kemampuan beradaptasi secara situasional, kemampuan untuk menjalin relasi, dan kemampuan untuk mempelajari kompetensi yang diinginkan (Adler & Rodman, 2006).

Komunikator haji harus memiliki kemampuan dalam teknologi digital, orangnya disebut sebagai digitalis. Kemampuan dan keahlian digital adalah kemampuan dalam menggunakan perangkat, aplikasi, membentuk jaringan digital dalam internet untuk keperluan mengupload, mengakses, mengelola informasi, dan membagikan konten digital, berkolaborasi, berkomunikasi, dan menyelesaikan permasalahan melalui teknologi digital (Amarazka, 2022).

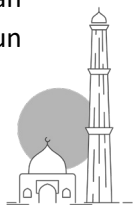


Komunikator haji harus memiliki kemampuan digital untuk memproduksi dan menyampaikan secara digital tentang panduan haji dan semua konten yang terkait dengan kebijakan penyelenggaraan haji dengan efektif dan kreatif.

Manajemen strategis dalam penyelenggaraan haji harus dilakukan dengan menggunakan paradigma komunikasi hybrid, yaitu komunikasi yang mengintegrasikan instrumen tatap muka dengan media elektronik; radio, televisi, internet, dan media sosial (Reiss & Steffens, 2010). Komunikasi hybrid dilakukan dengan mengintegrasikan kekuatan dari beberapa pola komunikasi berbasis tatap muka, lisan, tulisan, dan berbasis media elektronik dan internet. Komunikasi hybrid dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja penyelenggara haji.

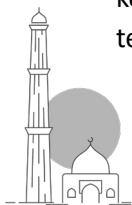
Pola komunikasi hybrid dapat dilakukan secara spesifik dengan memadukan pola komunikasi tatap muka vs komunikasi elektronik, media cetak vs media elektronik, dan program televisi vs video media sosial. Saat ini, komunikasi hybrid telah menyebar luas dan digunakan oleh banyak kalangan, aktivitas ekonomi, keuangan, pemasaran, dan bahkan komunikasi pembelajaran. Bahkan komunikasi hybrid dikembangkan dengan menggabungkan paradigma molekuler dengan paradigma elektromagnetik (Yang et al., 2020). Paradigma molekuler merupakan kajian kehidupan dalam perspektif biologis yang menjelaskan tentang interaksi molekul dengan berbagai sistem sel dalam tubuh manusia. Paradigma elektromagnetik bekerja berdasarkan aliran magnet yang dikelola melalui sel-sel dalam tubuh manusia.

Paradigma komunikasi hybrid dapat dilakukan oleh penyelenggara haji untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja dalam layanan jemaah haji. Meskipun



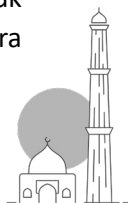
demikian, komunikasi tatap muka konvensional masih diperlukan untuk tetap mempertahankan sifat kemanusiaan sebagai manusia. Sentuhan interpersonal penyelenggara haji dalam layanan ibadah haji masih berperan penting dalam menggerakkan situasi emosional jemaah haji.

Teknologi informasi berbasis media sosial (facebook, youtube, instagram, twitter, dan lain-lain) sebagai dasar implementasi paradigma komunikasi hybrid memiliki tantangan dan risiko dalam mengelolanya. Jemaah haji yang memiliki karakter generasi milenial, Z, dan alfa memiliki ketergantungan informasi pada ujung jemarinya melalui telepon seluler berbasis android atau jenis yang lain. Realitas ini melahirkan risiko dan tantangan tersendiri selama pelaksanaan haji. Pertama, jemaah haji yang terlalu sering menggunakan teknologi informasi melalui telepon seluler untuk mengambil foto/selfie dan memposting langsung di media sosial dapat menyebabkan hilangnya kesucian, kesederhanaan dan ketenangan tempat suci dan ajaran agama dalam ritual haji, bahkan melakukan komodifikasi agama melalui ritual haji (Arlikatti et al., 2022; Qurashi, 2017). Kedua, tersebarnya data pribadi jemaah haji melalui situs media sosial. Hal ini berpeluang disalahgunakan dan merugikan, mereka dapat kehilangan kepercayaan pada penyelenggara haji, bahkan menuntut kompensasi, dan menyebabkan hilangnya reputasi negara penyelenggara haji. Oleh karena itu perlu adanya keseimbangan antara praktik tradisional dan modern dalam melakukan ibadah haji (Qurashi & Sharpley, 2018), dan merancang teknologi informasi dan komunikasi yang memperhitungkan nilai-nilai kemanusiaan seperti 'menjaga privasi haji' dalam desain teknologi informasi (van den Hoven et al., 2020).



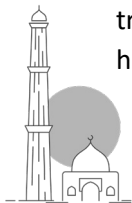
Komunikasi hybrid harus mempertimbangkan komunikasi resiko (*risk communication*) yaitu segala efek dan dampak dari pesan yang diinformasikan. Komunikasi memiliki efek positif dari pesan yang disampaikan dan sesuai dengan tujuan pesan disampaikan. Di sisi lain, efek komunikasi dapat berdampak negatif sebagai resiko komunikasi yang dilakukan. Dampak komunikasi resiko dapat bersumber dari komunikator, pesan, saluran, dan penerimanya (komunikannya) (Covello et al., 1986). Menurut Lindell dan Perry (2004, 2012), komunikasi risiko memengaruhi apa yang dilakukan individu dengan informasi yang mereka terima, mempengaruhi keputusan yang diambil, dan mempengaruhi persepsi terhadap pemangku kepentingan (Arlikatti et al., 2022). Komunikasi resiko juga dipengaruhi oleh faktor konteks sosial, konteks psikologi, berita media, dan aspek norma sosial yang berlaku (McComas, 2006).

Arlikatti (2022) menawarkan hal-hal yang harus diperhatikan dalam komunikasi haji terkait dengan komunikasi resiko, yaitu: pertama, tersedianya informasi terkait dengan tempat-tempat utama dalam haji, waktu ritual haji, persyaratan perjalanan, akomodasi, dan resiko yang harus diwaspadahi di tempat-tempat khusus dalam berbagai bahasa melalui media tradisional maupun media sosial. Kedua, kekuatan jaringan situs web berbasis seluler dan berbasis web harus diperhatikan untuk berbagi informasi penting layanan mulai dari waktu kedatangan jemaah haji hingga waktu keberangkatan dari tempat ibadah. Ketiga, otoritas penyelenggara haji harus membentuk wadah atau media yang menangani pengaduan dan layanan jemaah haji baik secara langsung atau melalui internet untuk meningkatkan kepercayaan jemaah kepada penyelenggara



haji. Keempat, petugas dan pembimbing haji diidentifikasi dan diberi pelatihan informasi online sebelum mereka bertugas tentang bagaimana menerima, menyebarluaskan dan mengunggah informasi penting baik melalui media konvensional (tatap muka interpersonal) maupun media sosial yang terjangkau jemaah haji. Kelima, penyelenggara haji harus mendesain komunikasi resiko jika dalam keadaan darurat dan rencana evakuasi jemaah haji jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, Informasi ini harus dapat diakses melalui situs web dan aplikasi teknologi yang kompatibel untuk meningkatkan kesadaran dan tingkat kesiapsiagaan jemaah haji.

Berdasarkan karakteristik calon jemaah haji yang diperkirakan didominasi oleh generasi milenial, generasi Z, dan generasi *alfa*, maka penyelenggara haji harus menyiapkan model penyelenggaraan dan pelayanan berbasis komunikasi hybrid yang mengintegrasikan antara komunikasi interpersonal melalui tatap muka langsung dengan komunikasi berbasis teknologi internet (daring). Efektivitas komunikasi hybrid dipengaruhi oleh kompetensi penyelenggara haji dan fasilitas internet yang tersedia. Oleh karena itu, penyelenggara haji pada musim depan harus menyiapkan; Pertama, petugas haji yang memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yang humanis, responsif, dan menguasai permasalahan ibadah haji. Kedua, petugas haji yang memiliki kompetensi teknologi digital. Ketiga, tersedianya fasilitas perlindungan, pelayanan, dan pengaduan penyelenggaraan haji berbasis internet. Keempat, tersedianya aplikasi internet yang memandu dan menjelaskan alur peta pelaksanaan ritual haji, panduan ibadah haji, tempat-tempat ziarah, fasilitas transportasi, tempat makanan dan minuman, 'oleh-oleh' haji, dan lain sebagainya.



Empat elemen di atas jika disiapkan dengan proses yang berkelanjutan maka model penyelenggaraan haji pada masa yang akan datang dilakukan berbasis komunikasi hybrid yang mencerminkan integrasi antara pelayanan dalam bentuk tatap muka langsung dengan pelayanan berbasis aplikasi internet. Panduan dan pelayanan berbasis aplikasi internet akan membantu jemaah menuju kemandirian dalam ibadah haji. Dan ini sesuai dengan karakter jemaah haji yang didominasi oleh generasi milenial, generasi Z, dan generasi alfa.

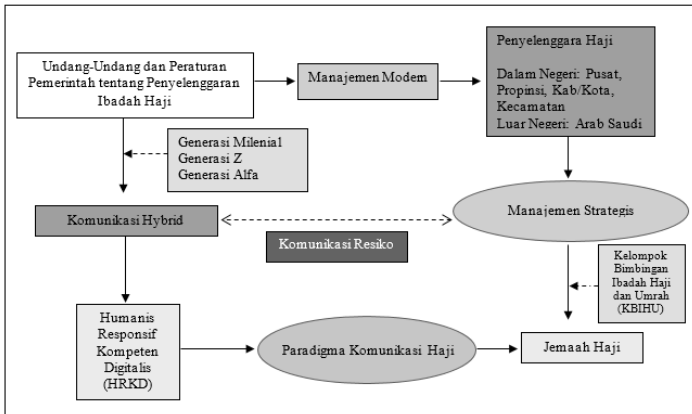
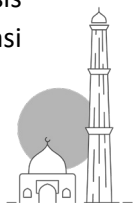
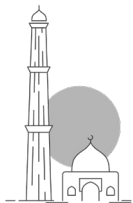


Figure 10. Paradigma Komunikasi Haji

Figure 10 menjelaskan bahwa dalam manajemen penyelenggaraan haji memerlukan paradigma komunikasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan sosial masyarakat dan kemajuan teknologi. Penyelenggaraan haji memerlukan landasan hukum yang dijadikan sebagai langkah operasional dalam penyelenggaraan haji berbasis manajemen dan komunikasi modern. Paradigma komunikasi



hybrid dapat digunakan sebagai alternatif layanan jemaah haji generasi milenial, generasi Z, dan generasi alfa di era industri teknologi dan informasi. Dalam komunikasi hybrid harus tetap mempertimbangkan komunikasi resiko. Ada efek komunikasi yang harus diperhatikan, dapat positif dan bahkan negatif. Ada peran lembaga Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) yang urgen dalam penyelenggaraan ibadah haji. KBIHU berperan tidak hanya dalam proses penyelenggaraan haji dalam negeri, tetapi juga berperan besar dalam membimbing jemaah di Mekkah dan Madinah.



G. Makna Spiritual, Sosial dan Emosional dalam Haji

Secara umum, jemaah haji asal Indonesia adalah jemaah yang memiliki karakter patuh dan disiplin dalam mentaati setiap aturan dalam penyelenggaraan haji. Kepatuhan dan kedisiplinan dalam berhaji sebagai bagian dari peningkatan spiritualitas dalam haji. Makna spiritualitas dalam haji dalam bentuk peningkatan keimanan, ketaatan, tawakal, ikhlas, dan perenungan (introspeksi diri).

Spiritualitas adalah sesuatu yang lebih luas cakupannya dari agama (Sinclair et al., 2006). Definisi lain memahami spiritualitas ditempatkan di dalam posisi sentral agama. Spiritualitas adalah jantungnya agama. Spiritualitas dan agama memiliki hubungan yang sangat kuat (Streib & Hood, 2011). Jika keberagamaan diasosiasikan dengan agama formal beserta tokoh-tokoh agamanya, maka spiritualitas lebih diarahkan ke derajat kesadaran diri manusia dalam mencari makna hidup yang lebih tinggi, dan tidak harus dikaitkan secara erat dengan kepercayaan agama konvensional (Lukoff et al., 1998). Spiritualitas dinilai sebagai bagian dari

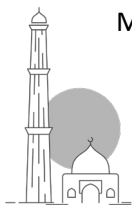


karakteristik manusia yang selalu berupaya mencari kekuatan yang lebih besar dari manusia *via* pengalaman transendental (Sadler et al., 2013). Spiritualitas dimaknai sebagai upaya manusia dalam mencapai pengalaman koneksitas dengan esensi kehidupan yang mencakup tiga hal, yakni koneksi dengan diri sendiri, koneksi dengan sesama atau alam semesta, serta koneksi dengan 'sesuatu' yang transendental (de Jager Meezenbroek et al., 2012).

Makna spiritualitas yang dialami oleh jemaah haji ini terkait erat dengan pencarian kekuatan yang lebih besar melalui pengalaman transendental dalam haji. Pengalaman transendental ini dialami oleh setiap jemaah haji dengan konstruksi makna yang dimiliki selama melakukan ritual ibadah haji, yaitu ketika melakukan umrah dan haji.

Pengalaman transendental dapat dialami oleh jemaah haji baik ketika di Madinah atau di Mekkah. Di Madinah, jemaah haji mendapatkan pengalaman transendental ketika melakukan shalat berjama'ah di Masjid Nabawi, upaya dapat melaksanakan ibadah arba'in, dan upaya memasuki raudhah, serta ziarah di makam Rasulullah, dan para sahabat di lingkungan Masjid Nabawi. Di Mekkah, pengalaman transendental dapat dialami ketika melakukan umrah dan haji. Pada saat umrah, jemaah dapat mengambil miqat di Bir Ali (ketika dari Madinah), Tan'im, Ji'rona, Hudaibiyah, dan bahkan di To'if. Setelah miqat, jemaah melakukan tawaf mengelilingi ka'bah tujuh kali putaran, setelah itu sa'i dan talhul. Masing-masing memiliki makna spiritual tersendiri sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki jemaah haji. Dalam tawaf, jemaah berdesakan dan berebut untuk mencium hajar aswad, berdesakan untuk berdo'a di Multazam, sebagai tempat makbulnya segala do'a.

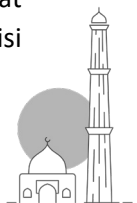
Makna sosial dalam ibadah haji berkaitan erat dengan



persaudaraan, kesetaraan, kerukunan, dan harmoni antar jemaah dari berbagai negara muslim di dunia. Ibadah haji menyatukan keragaman etnis, budaya, bangsa, dan negara dalam satu naungan, yaitu sesama muslim bersaudara. Ikatan persaudaraan dan kerukunan antar muslim dipadukan dalam kesatuan hati ketika shalat, tawaf, sa'i, wukuf, mabit di Muzdalifah, Mina, dan melempar jumrah. Mereka memang saling berdesakan dalam tawaf dan sa'i, berebutan mencium Hajar Aswad, menggapai Multazam, menggapai Raudhah, Makam Rasul, namun mereka dalam tetap dalam kesatuan Islam. Mereka saling menjaga persaudaraan dan menjunjung tinggi ukhwah Islamiyah.

Makna sosial dalam bentuk harmoni dan persaudaraan sesama jemaah haji tidak selesai ketika pulang ke rumah. Di kampung halamannya, jemaah haji meningkatkan persaudaraan dan kerukunan melalui komunitas dan perkumpulan haji berdasarkan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dan organisasi yang haji yang dibentuk di daerah masing-masing. Mereka berinteraksi dengan mengenang kisah dan pengalaman haji simbol-simbol yang melekat dalam ibadah haji.

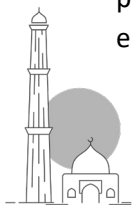
Selain makna spiritual dan sosial, makna yang melekat dalam haji adalah makna emosional yang meliputi ketakwaan, rasa syukur, kekhawatiran, dan kesadaran akan kematian. Suasana yang menyelimuti makna emosional jemaah haji yang terlihat secara emosional adalah ketika keberangkatan dan kepulangan. Haji adalah perjalanan ibadah yang penuh sentuhan magis dan supranatural. Tidak ada jaminan berangkat sehat pulang dengan sehat, berangkat sakit justru di tanah *hamaramain* kondisinya sehat, berangkat sehat di *haramain* sakit, bahkan berangkat dengan kondisi



sehat, namun tanpa pulang karena meninggal di tanah *haramain*. Peristiwa dan dinamika orang haji di luar nalar manusia, dan Allah yang Maha Mengetahui dan Menentukan Taqdirnya. Kondisi dan suasana ini yang mempengaruhi situasi emosional keberangkatan dan kepulangan jemaah haji. Suasana keberangkatan haji diwarnai dengan tasyakuran dan mohon do'a kepada masyarakat sekitar untuk kesehatan dan dapat menunaikan ibadah haji dengan sempurna, serta mendapatkan haji mabrur. Keberangkatan jemaah haji diantar oleh keluarga dan rombongan dengan perasaan senang, sedih, dan berbaur dengan isakan tangis keluarga yang ditinggalkan. Begitu juga ketika kepulangan, keluarga dan rombongan sudah menunggu kedatangan, meminta do'a, berpelukan dengan saudara dan keluarga besar yang ditinggalkan. Namun jika ada jemaah haji yang tidak dapat pulang, masih sakit, atau bahkan meninggal di *haramain*, hanya kesedihan dan tangisan keluarga yang terdengar. Suasana emosional inilah yang dialami oleh jemaah haji, rasya syukur dan taqwa yang berbalut suasana suka dan duka.

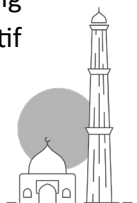
Makna spiritual, sosial, dan emosional dalam haji dikaji dalam sudut pandang teori konstruksi sosial. Tokoh pemikir teori konstruksi sosial adalah Peter L Berger dan Thomas Luckman. Menurutnya, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya (Kuswarno, 2009). Jemaah haji adalah subjek dari realitas ibadah haji. Realitas dan peristiwa haji dapat dimaknai secara berbeda oleh subjeknya (jemaah haji).

Ada tiga tahapan dalam proses konstruksi sosial yaitu pertama, eksternalisasi yang menjelaskan tentang proses ekspresi diri seseorang dalam kehidupannya, kedua,



obyektivasi yaitu hasil eksternalisasi yang didapatkan manusia dalam hidupnya, dan ketiga, internalisasi yaitu penyerapan kembali dunia objektif dalam kesadaran individu. Individu dan masyarakat saling berinteraksi dan saling membentuk dunianya (Bungin, 2008; Eriyanto, 2002). Eksternalisasi dilakukan oleh jemaah haji dalam mengekspresikan dirinya dalam kehidupan masyarakat selama proses haji, mulai dari keberangkatan, pelaksanaan, dan kepulangan ibadah haji. Eksternalisasi dilakukan dalam bentuk konstruksi identitas diri sebagai orang yang akan berangkat haji dengan meningkatkan kesalehan individu dan sosial. Tahap obyektivasi dilakukan dengan konstruksi identitas diri yang melekat sebagai haji atau hajjah. Panggilan Haji atau Hajjah adalah hasil eksternalisasi yang dilakukan jemaah haji saat tiba dari ibadah haji. Tahapan internalisasi terjadi pada saat jemaah haji memiliki kesadaran sebagai seorang yang telah melakukan ibadah haji, dan sadar dengan panggilan sosial sebagai Haji atau Hajjah, serta masyarakat mengakuinya sebagai orang yang datang dari haji dengan panggilan Haji atau Hajjah.

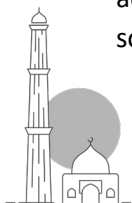
Proses ibadah haji dalam pandangan teori konstruksi sosial memiliki proses dialektika antara individu dengan masyarakat, yaitu proses negosiasi peran dalam masyarakat secara timbal balik yang menghasilkan realitas keseharian. Negosiasi yang dilakukan melahirkan individu yang berpengaruh dalam lingkungannya, dan memiliki tanggungjawab untuk merawat lingkungan masyarakatnya (Berger & Luckmann, 1990). Realitas objektif dalam haji dan manusia adalah produk sosial (Calhoun, dkk, 2007), oleh karena itu panggilan Haji atau Hajjah pada seseorang yang mampu melaksanakan ibadah haji adalah realitas objektif



hasil interaksi dalam masyarakat dan merupakan produk sosial. Proses dialektika yang terjadi dalam peristiwa haji ini melalui tahapan eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi.

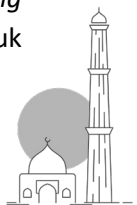
Makna spiritual, sosial, dan emosional dalam haji juga dapat dikaji dalam perspektif teori interaksi simbolik. Tokoh pemikir teori interaksi simbolik adalah George Herbert Mead (1863 – 1931). Teori interaksi simbolik memusatkan perhatiannya pada interaksi antara individu dan kelompok. Teori interaksi simbolik menjelaskan bahwa orang-orang berinteraksi terutama dengan menggunakan simbol-simbol yang mencakup tanda, isyarat, dan yang paling penting melalui kata-kata secara tertulis dan lisan. Suatu kata tidak memiliki makna yang melekat dalam kata itu sendiri, melainkan hanyalah suatu bunyi, dan baru akan memiliki makna bila orang sependapat bahwa bunyi tersebut mengandung suatu arti khusus (Nurdin, 2020).

George Herbert Mead merumuskan dialektika interaksi antara individu dengan masyarakat melalui tiga elemen pokok yaitu *mind*, *self*, dan *society*. Pikiran (*mind*) adalah proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Diri (*self*) adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menjadi objek sekaligus menjadi subjek. Lahirnya diri melalui persyaratan proses sosial yaitu komunikasi antarmanusia. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas dan hubungan sosial. Menurut Mead, adalah mustahil diri muncul tanpa adanya pengalaman sosial, tetapi setelah diri berkembang ada kemungkinan mengembangkan diri tanpa adanya kontak sosial. Masyarakat (*society*) diartikan sebagai proses sosial



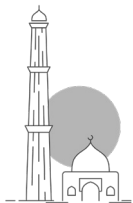
tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat memiliki peran yang penting dalam membentuk pikiran dan diri. Pada masyarakat inilah dialektika antara pikiran dan diri menyatu dan membentuk perilaku dan tindakan sesuai yang dimaknai (Ritzer & Goodman, 2008).

Mind dalam konteks jemaah haji adalah re-interpretasi diri yang dilakukan oleh jemaah terkait dengan kesiapan mental, kesehatan, dan materi sebelum berangkat haji. Ada proses sosial yang dialami jemaah dalam proses keberangkatan haji. Ada suatu yang dipikirkan oleh jemaah, dan pikirannya dipengaruhi oleh proses sosial yang terjadi pada masyarakat sekitarnya. Proses re-interpretasi dalam pikiran membentuk sebuah kemampuan untuk menerima dan menyadari bahwa dirinya (jemaah haji) adalah subjek dan objek haji. Proses pembentukan diri (*self* jemaah) dilakukan berdasarkan pengalaman sosial yang dilakukan dalam masyarakat. Konstruksi diri yang dibangun melalui interaksi sosial dalam masyarakat membentuk diri (*self*) yang berkembang, dan bahkan menghindari kontak sosial. Dengan demikian, diri (*self*) jemaah terbentuk dalam proses sosial yang berkembang dalam masyarakat, dan menjadi diri yang terbuka dan yang tertutup. Diri yang terbuka bagi jemaah haji dimaknai sebagai diri yang mampu menerima setiap situasi dan keadaan selama proses haji. Diri yang tertutup bagi jemaah haji dimaknai sebagai diri yang tidak mampu menerima realitas sosial dalam haji, dan cenderung menghindari interaksi sosial dalam masyarakat. Proses pikiran (*mind*) dan diri (*self*) terbentuk dalam masyarakat (*society*). Ada dialektika antara pikiran, diri, dan masyarakat yang membentuk identitas haji dalam masyarakat. *Labeling* haji adalah produk sosial di masyarakat dan membentuk



pikiran dan diri individu (jemaah) yang mampu menerima dan menyadari realitas sosial yang terjadi dalam masyarakat sekitarnya.

Makna spiritual, sosial, dan emosional adalah hasil interaksi antara diri dengan lingkungan sosialnya yang membentuk konstruksi diri sebagai jemaah haji yang mampu menerima dan menyadari setiap realitas sosial yang dijumpai dan dirasakan selama proses haji.



H. Penutup

Komunikasi haji adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan tentang penyelenggaraan ibadah haji yang dilakukan oleh pemerintah dan pemaknaan pesan oleh jemaah haji saat keberangkatan, selama melaksanakan haji, dan saat kepulangan (pasca haji). Pola penyelenggaraan haji yang dilakukan oleh pemerintah, dalam hal ini oleh Kementerian Agama dilandasi oleh Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah yang mengatur sistem penyelenggaraan haji di Indonesia. Pola penyelenggaraan haji cenderung menggunakan pola komunikasi organisasi ke bawah (*downward communication*) sebagai konsekuensi dari hirarki struktur organisasi yang bersifat struktural-birokratis. Dalam penyelenggaraan ibadah haji memerlukan manajemen komunikasi yang mampu menggerakkan semua elemen yang terlibat dalam pelaksanaan haji. Komunikasi memiliki peran penting sebagai media transmisi informasi haji antara penyelenggaraan dengan jemaah, dan stakeholder terkait.

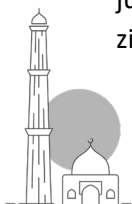
Paradigma komunikasi yang digunakan oleh pemerintah sebagai penyelenggara haji menggunakan paradigma



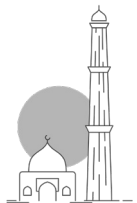
komunikasi organisasi linier-tradisional yang mengacu pada landasan hukum yang berlaku. Paradigma ini menggunakan pola komunikasi struktural-birokratis, informasi disampaikan dari atasan kepada bawahan yang bersifat instruksional.

Pergeseran dan dinamika karakter jemaah haji yang didominasi jemaah generasi milenial, Z, dan Alfa yang sangat tergantung pada teknologi informasi mengharuskan penyelenggara haji melakukan *redesign* pola komunikasi dari pola struktural-birokratis menuju paradigma komunikasi interaktif berbasis teknologi informasi. Pola komunikasi hybrid menjadi alternatif pilihan dalam merawat layanan jemaah yang sangat akrab dengan teknologi. Komunikasi hybrid dapat dilakukan dengan mengintegrasikan pola komunikasi tatap muka dengan memanfaatkan teknologi informasi. Setiap elemen penyelenggara haji harus menjadi komunikator haji yang memiliki kompetensi sebagai komunikator haji yang Humanis, Responsif, Kompeten, dan Digitalis (HRKD).

Semua informasi tentang haji diterima oleh jemaah dengan beragam persepsi sesuai dengan tingkat pengetahuan dan pengalaman jemaah. Setiap jemaah dapat melakukan konstruksi makna tentang haji sesuai dengan pengetahuan dan apa yang dialaminya. Peristiwa spiritual yang dialami dan disaksikan selama proses dan pelaksanaan haji dijadikan sebagai dasar pemaknaan atas realitas yang terjadi. Realitas objektif yang terjadi terkadang memiliki makna subjektif bagi setiap jemaah. Makna subjektif ini terjadi ketika melakukan ibadah haji, mulai dari umrah, tofah, sa'i, tahalul, wukuf di Arafah, bermalam di Muzdalifah dan Minah, melempar jumrah, berdo'a di Multazam dan Raudhah, serta ketika ziarah makam Rasulullah dan para sahabat.



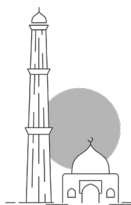
Pemaknaan subjektif yang dilakukan jemaah melahirkan makna spiritual, sosial, dan emosional. Makna spiritual yang dikonstruksi jemaah melahirkan identitas haji dalam bentuk peningkatan keimanan, ketaatan, tawakal, ikhlas, dan perenungan (instrospeksi diri). Makna spiritualitas yang dialami oleh jemaah haji ini terkait erat dengan pencarian kekuatan yang lebih besar melalui pengalaman transendental dalam haji. Pengalaman transendental ini dialami oleh setiap jemaah haji dengan konstruksi makna yang dimiliki selama melakukan ritual ibadah haji, yaitu ketika melakukan umrah dan haji. Makna sosial dalam ibadah haji berkaitan erat dengan persaudaraan, kesetaraan, kerukunan, dan harmoni antar jemaah dari berbagai negara muslim di dunia. Ibadah haji menyatukan keragaman etnis, budaya, bangsa, dan negara dalam satu naungan, yaitu sesama muslim bersaudara. Makna emosional meliputi ketakwaan, rasa syukur, kekhawatiran, dan kesadaran akan kematian. Suasana yang menyelimuti makna emosional jemaah haji terlihat secara emosional adalah ketika keberangkatan dan kepulangan dalam ibadah haji.



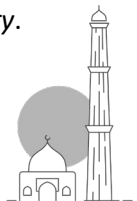


I. Referensi

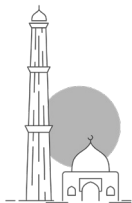
- Abdulrahman, S. S. (2022). How Language Creates Bonds among Cross-Cultural Communities. *Cihan University-Erbil Journal of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 59–63. <https://doi.org/10.24086/cuejhss.v6n1y2022.pp59-63>
- Achsani, F. (2020). Dari Generasi Millennial hingga Generasi Alfa: Analisis Nama Masyarakat Banaran-Bugel. *MABASAN*, 14(1), 89–106.
- Adler, R. B., & Rodman, G. (2006). *Understanding Human Communication*. New Yor: k Oxford dan Oxford University Press.
- Afuah, A. (2020). *Innovation management-strategies, implementation, and profits*. New York : Oxford University Press, Inc.
- Alagha, J. (2012). *Hizbullah's identity construction*. Amsterdam University Press.
- Amarazka, V. (2022). *Pentingnya Digital Skill untuk Karier Masa Kini*. <https://www.karier.mu/blog/umum/pentingnya-digital-skill-untuk-karier-masa-kini/>



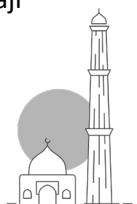
- Ardianto, E., & Q-Anees, B. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arini, S. D. (2023). *Raudhah di Masjid Nabawi, Tempat Mustajabnya Doa*. <https://www.harapanrakyat.com/2023/01/raudhah-di-masjid-nabawi/>
- Aririguzoh, S. (2022). Communication competencies, culture and SDGs: effective processes to cross-cultural communication. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01109-4>
- Arlikatti, S., Taibah, H. A., Maghelal, P., Andrew, S. A., & Alkhourayyif, S. A. (2022). Hajj pilgrims' perceptions of trust and Internet use for (emergency) information. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(1), 4. <https://arrow.tudublin.ie/ijrtp/vol10/iss1/4>
- Aw, S. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Awaliyah, H. (2021). Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Haji dan Umroh Kantor Kementerian Agama Kota Banjarbaru. *Jurnal Niara*, 13(2), 29–36.
- Baldwin, J. R., Perry, S. D., & Moffitt, M. A. (2004). *Communication Theories*. USA ; Pearson Education. Inc.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1990). *Terjemahan : Hasan Basari : Tafsir Sosial Atas Kenyataan : Sebuah Istilah Tentang Sosiologi Pengetahuan, The Social Construction of Reality*. Jakarta: LP3ES.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Calhoun, dkk, C. (2007). *Contemporary Sociological Theory*. USA : Balckwell Publishing Ltd.



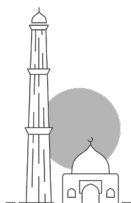
- Cerulo, K. A. (1997). Identity construction: New issues, new directions. *Annual Review of Sociology*, 23(1), 385–409. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.23.1.385>
- Covello, V. T., Slovic, P., & Von Winterfeldt, D. (1986). *Risk communication: A review of the literature*. 171–182.
- Daniels, D. E., & Gabel, R. M. (2004). The impact of stuttering on identity construction. *Topics in Language Disorders*, 24(3), 200–215.
- de Jager Meezenbroek, E., Garssen, B., Van den Berg, M., Tuytel, G., Van Dierendonck, D., Visser, A., & Schaufeli, W. B. (2012). Measuring spirituality as a universal human experience: Development of the Spiritual Attitude and Involvement List (SAIL). *Journal of Psychosocial Oncology*, 30(2), 141–167.
- Devito, J. A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia, Alih Bahasa : Agus Maulana*. Professional Books.
- Dewi. (2019). *Indeks Kepuasan Jemaah Haji Indonesia Tahun 2014-2018*. https://jatim.kemenag.go.id/info_grafis/10/indeks-kepuasan-jemaah-haji-indonesia-tahun-20142018
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi, Dan Politik Media*. Yogyakarta : LKIS.
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. California : SAGE Publications, Inc.
- Goffman, E. (1971). *The Presentation of Self in Everyday Life*. London : Pelican Books.
- Harrington, L. M. B. (2016). Sustainability theory and conceptual considerations: a review of key ideas for sustainability, and the rural context. *Papers in Applied Geography*, 2(4), 365–382. <https://doi.org/10.1080/23754931.2016.1239222>



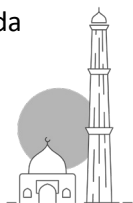
- He, A. W. (2004). Identity construction in Chinese heritage language classes. *Pragmatics*, 14(2–3), 199–216. <https://doi.org/10.1075/prag.14.2-3.06he>
- Herman, M., Normajatun, N., & Rahmita, D. (2019). Kualitas Pelayanan Haji Dan Umrah Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *AS-SIYASAH: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 1–8.
- Holillaha, I. (2017). Religion, Tradition and Transcendental Communication of Coastal Communities: Formulation of Religion and Culture in the Nadran Ritual. *Economics*, 4(1), 26–31. <https://doi.org/10.27512/sjppi-ukm/ses/a06122017>
- Isniah, S., Purba, H. H., & Debora, F. (2020). Plan do check action (PDCA) method: literature review and research issues. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 4(1), 72–81. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v4i1.2186>
- Jones, P. (2008). *Communicating Strategy*. USA : Gower Publishing Company.
- Kahani-Hopkins, V., & Hopkins, N. (2002). 'Representing' British Muslims: the strategic dimension to identity construction. *Ethnic and Racial Studies*, 25(2), 288–309. <https://doi.org/10.1080/01419870120109494>
- Kemenag, B. D. (2019). *Indeks Kepuasan Pelayanan Haji di Indonesia tahun 2019 Sangat Memuaskan*. <https://kemenag.go.id/read/indeks-kepuasan-pelayanan-haji-di-indonesia-tahun-2019-sangat-memuaskan-pvvy>
- Kementerian Agama, R. I. (2020). *Tuntunan Manasik Haji dan Umrah*. Jakarta : Kementerian Agama Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah.



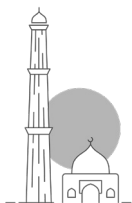
- Kitana, A. (2016). Overview of the managerial thoughts and theories from the history: Classical management theory to modern management theory. *Indian Journal of Management Science*, 6(1), 16.
- Koch, J. V, & Cebula, R. J. (1994). In search of excellent management. *Journal of Management Studies*, 31(5), 681–699. <https://mp.ra.ub.uni-muenchen.de/50196/>
- Korhonen, K. E. (2002). *Intercultural Competence as Part of Professional Qualifications. A Training Experiment with Bachelor of Engineering Students*. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi ; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Kuswarno, E. (2011). *Komunikologi Hado : Sebuah Rekonstruksi Epistemologis Metafisika Komunikasi. Dalam Atwar Bajari dan S. Sahala Tua Saragih. Komunikasi Kontekstual : Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Bandung : Remaja Rosydakarya.
- Liliweri, A. (2001). *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. London : SAGE Publications. Inc.
- Lukoff, D., Lu, F., & Turner, R. (1998). From spiritual emergency to spiritual problem: The transpersonal roots of the new DSM-IV category. *Journal of Humanistic Psychology*, 38(2), 21–50.



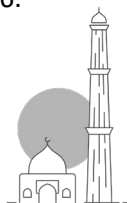
- Maarif, Z. (2017). *Retorika: Metode Komunikasi Publik*. Jakarta : CV. Rajawali Pers.
- Malinowski, B. (1948). *Magic, Science and Religion and Other Essays*. Glencoe, Illinois: The Free Press.
- McComas, K. A. (2006). Defining moments in risk communication research: 1996–2005. *Journal of Health Communication, 11*(1), 75–91. <https://doi.org/10.1080/10810730500461091>
- McCroskey, J. C., & McCroskey, L. L. (1988). Self-Report As An Approach To Measuring Communication Competence. *Communication Research Reports, 5*(2).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif. Terjemahan : Tjetjep Rohendi Rohidi*. Jakarta: UI-Press.
- Moen, R., & Norman, C. (2006). *Evolution of the PDCA cycle* (pp. 1–11). <https://www.anforq.org/activities/congresses/index.html>
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosydakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosydakarya.
- Mulyana, D. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya ; Pemikiran, Perjalanan, dan Khayalan*. Bandung : PT. Remaja Rosyda Karya.
- Mulyana, D. (2012). *Cultures And Communication ; An Indonesian Scholar's Perspective*. Bandung : Remaja Rosyda Karya.
- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2000). *Komunikasi Antarbudaya; Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung : PT. Remaja Rosyda Karya.



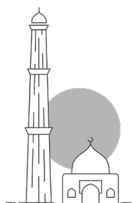
- Murtado, D. (2022). *Bus Shalawat dan Petugas Siap Layani Jemaah di Makkah*. <https://kemenag.go.id/pers- rilis/bus-shalawat-dan-petugas-siap-layani-jemaah- di-makkah-6pvk3u>
- Nhema, A. G. (2015). Relevance of classical management theories to modern public administration: A review. *Journal of Public Administration and Governance*, 5(3), 165–179. <https://doi.org/10.5296/ jpag. v5i3.8337>
- Nurdin, A. (2014). *Komunikasi kelompok dan organisasi*. Surabaya : UIN Sunan Ampel Press.<http://repository.uinsby.ac.id/cgi/users/ home?screen=EPrint%3A%3AView&eprintid=373>
- Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal : Disertai Contoh Fenomena Praktis* (1st ed.). Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Nurdin, A., Ahmadi, A., Suhartini, R., Mustain, M., & Wakhid, A. A. (2022). Impression Management Komunikasi Lintas Agama Di Sorong, Papua Barat. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 17(1), 69–102. <https:// doi.org/10.24042/al-adyan.v17i1.11627>
- Nurdin, A., Rahmawati, P., & Rubba, S. (2020). The harmonious communication model on among religious adherents in Sorong, West Papua. *Jurnal Pekommas: E-Journal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 5(2), 157–168. <https://doi. org/10.30818/jpkm.2020.2050205>
- Nurdin, A., Sulaeman, S., & Ridwan, M. (2022). Communication Strategy in Managing Anxiety and Uncertainty during the COVID-19 Tests in Indonesia. *Humanities and Social Sciences Letters*, 10(3), 238–255. <https:// doi.org/10.18488/73.v10i3.3036>



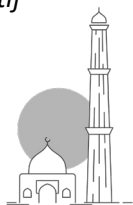
- Olum, Y. (2004). Modern management theories and practices. *Uganda: Makerere University*, 1–24. Being a paper presented at the 15th East African Central Banking Course, held on 12th July 2004, at Kenya School of Monetary Studies.
- Pace, R. W., & Faules, D. (2000). *Komunikasi Organisasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Peek, L. (2005). Becoming Muslim: The development of a religious identity. *Sociology of Religion*, 66(3), 215–242. <https://doi.org/10.2307/4153097>
- Qurashi, J. (2017). Commodification of Islamic religious tourism: from spiritual to touristic experience. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(1), 89–104. <https://arrow.dit.ie/ijrtp/vol5/iss1/9>
- Qurashi, J., & Sharpley, R. A. (2018). The Impact of Smart Media Technologies on the Spiritual Experiences of Hajj Pilgrims. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(3), 37–48. <https://arrow.dit.ie/ijrtp/vol6/iss3/6>
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Agama: Sebuah Pengantar*. Bandung : Mizan Pustaka.
- Raupp, J., & Hoffjann, O. (2012). Understanding strategy in communication management. *Journal of Communication Management*, 16(2), 146–161. <https://doi.org/10.1108/13632541211217579>
- Reiss, M., & Steffens, D. (2010). Hybrid toolboxes: Conceptual and empirical analysis of blending patterns in application of hybrid media. *Technological and Economic Development of Economy*, 16(2), 305–326. <https://doi.org/10.3846/tede.2010.20>



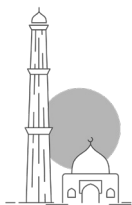
- Ridwan, A. (2016). *Komunikasi Antarbudaya; Mengubah Persepsi dan Sikap dalam Meningkatkan Kreativitas Manusia*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Rilis. (2022). *Indeks Kepuasan 2022 Sangat Memuaskan, Menag: Terima Kasih Jemaah Haji Indonesia*. <https://haji.kemenag.go.id/v4/indeks-kepuasan-2022-sangat-memuaskan-menag-terima-kasih-jemaah-haji-indonesia>
- Rinaldi. (2022). *Jemaah Haji Protes Cuma Dapat 5 Liter Air Zamzam*. <https://riaupos.jawapos.com/nasional/16/07/2022/277730/jemaah-haji-protres-cuma-dapat-5-liter-air-zamzam.html>
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2008). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Rokhayati, I. (2014). Perkembangan Teori Manajemen dari Pemikiran Scientific Management Hingga Era Modern Suatu Tinjauan Pustaka. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 1–20.
- Rokhmad, A. (2017). *Manajemen Perhajian Indonesia*. Jakarta : Kementerian Agama RI, Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umroh.
- Rudeloff, C., Pakura, S., Eggers, F., & Niemand, T. (2021). It takes two to tango: the interplay between decision logics, communication strategies and social media engagement in start-ups. *Review of Managerial Science*, 1–32. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00464-x>
- Sadler, E., Biggs, S., & Glaser, K. (2013). Spiritual perspectives of Black Caribbean and White British older adults: development of a spiritual typology in later life. *Ageing & Society*, 33(3), 511–538.



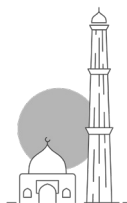
- Sahputra, D. (2020). Manajemen komunikasi suatu pendekatan komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 6(2), 152–162. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>
- Sahroji, M. I. (2017). *Doa di Multazam*. <https://islam.nu.or.id/doa/doa-di-multazam-l6FHD>
- Săvoiu, G., & Manea, M. C. (2013). The Captivity of the Principles and Functions of Classic Management, and Contemporary Innovative Management. *Romanian Statistical Review*, 3(3), 199–207.
- Sinclair, S., Pereira, J., & Raffin, S. (2006). A thematic review of the spirituality literature within palliative care. *Journal of Palliative Medicine*, 9(2), 464–479.
- Sohrabi, H. (2016). Identity and Muslim leadership: the case of Australian Muslim leaders. *Contemporary Islam*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s11562-015-0325-3>
- Steyn, B. (2003). From strategy to corporate communication strategy: A conceptualisation. *Journal of Communication Management*, 8(2), 168–183.
- Streib, H., & Hood, R. W. (2011). “Spirituality” as Privatized Experience-Oriented Religion: Empirical and Conceptual Perspectives. *Implicit Religion*, 14(4).
- Syaifullah. (2022). *Hijir Ismail, Sejarah dan Keutamaannya*. <https://jatim.nu.or.id/rehat/hijir-ismail-sejarah-dan-keutamaannya-vVO9I>
- Syam, N. W. (2010). *Filsafat Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Syam, N. W. (2015). *Komunikasi Transendental; Perspektif Sains Terpadu*. Bandung: PT. Remaja Rosydakarya.



- Umar, L. M. (2018). Penerapan Komunikasi Antarpribadi dalam Pelayanan Calon Jamaah Haji di Kementerian Agama Kota Kendari. *Jurnal Al-Khitabah*, 4(1), 116–130.
- van den Hoven, J., Blaauw, M., Pieters, W., & Warnier, M. (2020). Privacy and Information Technology. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2020 Edition)*, Edward N. Zalta (ed.). <https://plato.stanford.edu/archives/sum2020/entries/it-privacy/>
- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Introducing Communication Theory; Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill.
- Wicaksono, E., Suliyono, I., Farid, N., & Jatmika, P. P. (2023). Strategi Kantor Kementerian Agama Kabupaten Probolinggo Dalam Meningkatkan Pelayanan Haji. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara Dan Niaga*, 1(1), 10–16.
- Widhagdha, M. F., & Gumilang, K. K. (2019). CSR communication planning through participatory communication. *1st International Conference on Life, Innovation, Change and Knowledge (ICLICK 2018)*, 107–112.
- Wikipedia. (2021). *Muzdalifah*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Muzdalifah>
- Wikipedia. (2022a). *Hari Arafah*. https://id.wikipedia.org/wiki/Hari_Arafah
- Wikipedia. (2022b). *Mina, Arab Saudi*. https://id.wikipedia.org/wiki/Mina,_Arab_Saudi
- Wildayati, R. (2017). Optimalisasi Pelayanan Haji dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 17(2), 165–182. <https://doi.org/10.15575/anida.v17i2.5061>



- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo-Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wiseman, R. L. (ed). (1995). *Intercultural Communication Theory*. California: SAGE Publications.
- Xu, K. (2013). Theorizing difference in intercultural communication: A critical dialogic perspective. *Communication Monographs*, 80(3), 379–397. <https://doi.org/10.1080/03637751.2013.788250>
- Yang, K., Bi, D., Deng, Y., Zhang, R., Rahman, M. M. U., Ali, N. A., Imran, M. A., Jornet, J. M., Abbasi, Q. H., & Alomainy, A. (2020). A comprehensive survey on hybrid communication in context of molecular communication and terahertz communication for body-centric nanonetworks. *IEEE Transactions on Molecular, Biological and Multi-Scale Communications*, 6(2), 107–133. <https://doi.org/10.1109/TMBMC.2020.3017146>
- Zulaikha, S. (2022). Optimalisasi Pelayanan Haji terhadap Jamaah Perempuan. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 1(1), 1–19.
- Zulch, B. G. (2014). Communication: The foundation of project management. *Procedia Technology*, 16, 1000–1009.



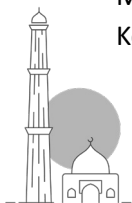
UCAPAN TERIMA KASIH

Pada majelis yang terhormat dan mulia ini, ijinkan saya mengucapkan syukur ke haribaan Allah SWT yang telah mentaqdirkan saya mencapai jabatan akademik tertinggi yaitu Guru Besar Bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Selain itu juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat memberikan kontribusi dalam proses akademik ini baik secara langsung atau tidak langsung.

Pertama, saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, Menteri Agama Republik Indonesia, Direktur Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama RI yang telah memberikan kelancaran dalam proses kenaikan jabatan akademik Guru Besar.

Kedua, Terima kasih kepada Senat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang dipimpin oleh Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag yang telah menyetujui usulan saya sebagai Guru Besar Bidang Ilmu Komunikasi

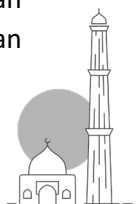
Ketiga, Terima kasih kepada Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya, Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad.Dip.SEA., M.Phil., Ph.D, Beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Prof. Dr. H. Ali Mudlofir, M.Ag. Wakil Rektor



Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Prof. Dr. Hj. Wiwik Setiyani, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Prof. Dr. Abdul Muhid, M.Si. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I, Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Moh. Ansori, S.Ag., M.Fil.I, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Ries Dyah Fitriyah, M.Si, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag., M.Fil.I. Ketua dan Sekretaris Jurusan Dakwah dan Komunikasi, Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bimbingan dan Konseling Islam, Manajemen Dakwah, Pengembangan Masyarakat Islam, dan Kepala Laboratorium Audio Visual (Dakwah TV). Para dosen, tenaga kependidikan dan fungsional yang telah memberi ruang untuk berdedikasi dan khidmat secara akademik pada almamater, dan telah memberikan perhatian, dorongan semangat dan fasilitas yang telah diberikan.

Keempat, Terima kasih kepada Direktur Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, Prof. H. Masdar Hilmy, MA., Ph.D, Wakil Direktur Pascasarjana, Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I, Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Doktor, Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Magister, para dosen, tenaga kependidikan dan fungsional yang telah memberi ruang untuk berinteraksi akademik. Kepada Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag, terima kasih atas kesempatan dan kepercayaannya.

Kelima, Terima kasih kepada Tim Program Percepatan Penambahan Guru Besar (PPGB) 2020, Prof. Dr. H. Ahwan



Mukarrom, MA (alm), Drs. H. Muhammad Syarief, M.H, Prof. Dr. H. Sahid HM, M.Ag., M.H. (alm), Prof. Dr. Kusaeri, M. Pd, dan panitia yang lain. Para mentor saya, Prof. H. Masdar Hilmy, MA., Ph.D., Dr. Phil. Khoirun Ni'am, Prof. Dr. Ahmad Taufiq, S.Pd., M.Si (Universitas Negeri Malang), Dian Candra Rini Novitasari, M. Kom, dan Ahmad Hanif Asyhar, M. Si yang penuh kesabaran dalam mendampingi penulisan artikel bereputasi, serta para kolega peserta PPG 2020 yang telah kebersamai dalam semangat dan motivasi untuk penulisan artikel internasional bereputasi.

Keenam, disampaikan banyak terima kasih kepada Kepala Biro, Kepala Bagian, Koordinator Bagian, Sub Koordinator, jajaran pejabat dan tenaga kependidikan, khususnya Bagian Kepegawaian di Fakultas dan di Kantor Pusat (Rektorat) UIN Sunan Ampel Surabaya yang telah banyak membantu dalam prosesi kenaikan pangkat menjadi Guru Besar.

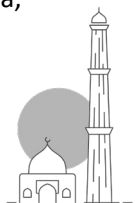
Ketujuh, Ucapan terima kasih terkhusus kepada Prof. Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si (almh), Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya Periode 2013-2018, yang telah memberikan kepercayaan dan amanah kepada saya sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, sekaligus sebagai motivator dan mitra berpikir akademik yang inspiratif, dan kepada para kolega Wakil Dekan Dra. Imas Maesaroh, Dip.IM-Lib, Ph.D., dan Dr. Agoes Muhammad Moefad, M. Si yang telah memberi ruang keluasan berpikir akademik yang lebih sistemik. Para kolega yang telah membantu dan memberi semangat dalam hal-hal teknis dan non teknis, M. Navis, S.Pd.I, Dr. Pudji Rahmawati, M.Kes, Wahyu Ilaihi, MA, Umi Salamah, S.Th.I,MM, Dakwatul Khoiriyah, S.Ag.MM, Nur Aini, M. Mukhlas, dan Wawan Hidayat.



Kedelapan, Terima kasih kepada para kolega Tim Jurnal Islamica: Jurnal Studi Keislaman, Prof. H. Masdar Hilmy, MA., Ph.D (Editor-in-Chief), Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I (Executive Editor), dan Tim Editor; Dr. Ahmad Nur Fuad, M.A, Dr. Rofhani, M.Ag, Dr. Hj. Aniek Nurhayati, M.Si., Wahyu Ilaihi, MA, Isna Fistiyantri, S.Sos., M.M., dan Haukil Hannan, M.Ag, yang telah memberikan kontribusi dalam membentuk pola pikir ilmiah dalam jurnal, tim yang selalu semangat dan solid dalam meningkatkan mutu jurnal menuju terindeks scopus.

Kesembilan, ucapan terima kasih kepada kolega diskusi teknis dan substansi materi dalam penulisan artikel ilmiah bereputasi, H. Mokhammad Syaifudin, M.Ed, Ph.D, dan Prof. Dr. H. Sulaeman, SH.M.Si, yang ketika terjadi kebuntuan berpikir dalam menulis, beliau lah yang memberi jalan keluar yang terbaik.

Kesepuluh, disampaikan banyak terima kasih tak terhingga atas semangat dan do'a sesepuh senior Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Syahudi Siradj, M.Si, Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si, Drs. M. Hamdun Sulhan, M.Si, Dra. St. Azizah Rahayu, M.Si, Prof. H. Shonhaji Sholeh, Dip.Is., Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag, Prof. Dr. H. Nursyam, M.Si., Prof. Dr. Aswadi, M.Ag, Dr. Sri Astutik, M.Si, Drs. Hamim Rosyidi, M.Si, dan kolega dosen lain yang telah memberikan nasihat, semangat dan kemudahan selama bekerja. Kepada mahasiswa dan alumni yang terus membangun komunikasi positif dalam memantapkan proses pembelajaran akademik menuju yang lebih baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada tim kecil yang membantu kelancaran proses pengukuhan ini, Radifa Husna Sabila, Itsnaini Jihan Nisa, Nataza Halimatus Sa'diyah, Gita Amalia, Ainin Amelia, dan Faizatul Mukarromah.

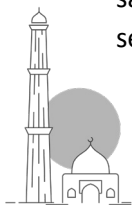


Kesebelas, Terima kasih kepada Dr. H. Abd Haris M.Pd.I, Kepala Bidang Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur yang telah memberikan pencerahan tentang penyelenggaraan haji. Ketua Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Matholi'ul Anwar, Simo Sungelebak, Drs. KH. Ali Musta'in, M.Ag, Pembimbing Haji, KH. Said Humaidy, M.Pd.I yang telah memberikan bimbingan ibadah haji dengan maksimal, para kolega jemaah haji, dan para informan yang telah memberikan cerita tentang pengalaman dan kesaksiannya dengan jujur, terbuka, dan alamiah.

Keduabelas terima kasih disampaikan kepada para dosen, pembimbing akademik dan guru saya selama menempuh pendidikan Taman Kanak-Kanak, Tingkat Dasar, SLTP, SLTA, dan perguruan tinggi yang telah membuka lembaran pengetahuan baru dan menemukan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas.

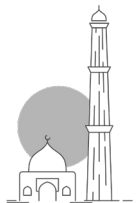
Ketigabelas, terima kasih kepada kedua orang tua yang telah melahirkan, membesarkan, dan mendidik saya; Bapak Taslipin (alm) dan Ibu Atmasri (almh), saudara-saudara, dan keluarga besar saya. Terima kasih juga kepada mertua saya; Bapak H. Nasipan (alm) dan Ibu Hj. Tunjinah (almh), dan saudara-saudara, dan keluarga besar Bani Fatah, dan terima kasih yang tak terhingga kepada istri saya Siti Maria Ulfah, S.Ag dan anak-anak; Ahmad Alfian Mehendra, SH, dan Ahmad Aditya Saputra yang memberi kebebasan ruang dan waktu untuk berpikir akademik yang lebih besar.

Terakhir, kepada semua keluarga, kolega, teman, dan siapa pun yang telah membantu saya, namun tidak dapat saya tuliskan satu persatu, saya ucapkan terima kasih sekaligus mohon maaf karena tidak dapat menulis nama-



namanya. Terima kasih kepada para hadirin tamu undangan yang telah meluangkan waktu untuk mengikuti acara ini, dan tak lupa kepada seluruh panitia dan pihak-pihak yang telah membantu penyelenggaraan acara ini, saya mohon maaf jika ada kekurangan dan kesalahan.

Wabillahi taufiq wal hidayah
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



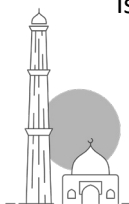
Biografi Penulis



Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag., M. Si

Identitas:

- Nama Lengkap : Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si
Tempat/Tgl Lahir : Lamongan, 02 Juni 1971
Alamat : Desa Sungelebak RT 03 RW 01
Kecamatan Karanggeneng
Kabupaten Lamongan
Propinsi Jawa Timur
Alamat Email : ali.nurdin@uinsby.ac.id,
alinurdinlmg@gmail.com,
al_fadin@yahoo.co.id
Jabatan : Dosen Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Dakwah dan
Komunikasi dan Pascasarjana
UIN Sunan Ampel Surabaya
Instansi : UIN Sunan Ampel Surabaya
Alamat Instansi : Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237
Istri : Siti Maria Ulfah, S.Ag



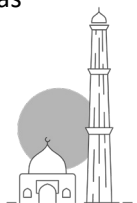
Anak : Ahmad Alfian Mahendra
Ahmad Aditya Saputra
Google Scholar : 2lZtITIAAAAJ
ORCID : 0000-0002-7175-0752
SINTA ID : 6654039
SCOPUS ID : 57207757613

Riwayat Pendidikan

1. MIM Takerharjo, Solokuro, Lamongan, 1984
2. MTsM Takerharjo, Solokuro, Lamongan, 1987
3. SMAM 5 Karanggeneng, Lamongan, 1990
4. S1 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya Jurusan Penerangan dan Penyiaran Islam (PPAI), 1994. Lulus 8 Semester IPK 3,38 Terbaik Tingkat Jurusan, Mendapat Beasiswa Prestasi Djarum
5. S2 Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung Bidang Kajian Utama Ilmu Komunikasi, 2003, Lulus 5 Semester IPK 3,51, Beasiswa DIKTI
6. S3 Pascasarjana FIKOM Universitas Padjadjaran Bandung Program Doktor Ilmu Komunikasi, 2013, Lulus 6 Semester IPK 3,94, *Cumlaude*, Beasiswa DIKTI

Riwayat Pekerjaan/Jabatan

1. CPNS, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 1998
2. PNS, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 1999
3. Assisten Ahli (IIIa) Mata Kuliah Ilmu Komunikasi, pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2002
4. Assisten Ahli (IIIb) Mata Kuliah Ilmu Komunikasi, pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2004
5. Lektor (IIIc) Mata Kuliah Ilmu Komunikasi, pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2006



6. Lektor (IIId) Mata Kuliah Ilmu Komunikasi, pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2008
7. Lektor Kepala (IVa) Mata Kuliah Ilmu Komunikasi, pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 20113
8. Guru Besar (IVd) Bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023

Pengalaman Jabatan Struktural

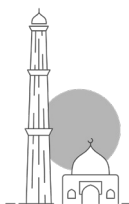
1. Kepala Laboratorium Audio Visual (Dakwah Televisi) Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2004-2006
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2006-2009, 2009-2013
3. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013 – 2018
4. Sekretaris Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022-2026

Pengalaman Luar Negeri

Pengalaman ke luar negeri, Australia (2011, 2015), Belanda, Perancis, Belgia (2015), Saudi Arabia (2016), London (2016), Thailand (2018), India (2018), Saudi Arabia (2022).

Penghargaan

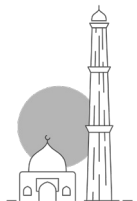
1. Penerima Tanda Kehormatan SATYALANCANA KARYA SATYA 10 Tahun oleh Presiden RI, Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono tahun 2009



2. Penerima Tanda Kehormatan SATYALANCANA KARYA SATYA 20 Tahun oleh Presiden RI, Joko Widodo tahun 2019
3. Peringkat 3 Kategori Dosen dengan Publikasi Terbanyak dalam Anugerah Penghargaan dan Festival Musik dengan tema “The UINSA Early-Year Music Festival: A Moment of Thanks Giving” tahun 2023.

Publikasi Penelitian

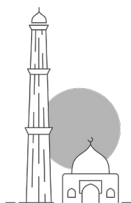
1. Komunikasi Religius Masyarakat Akar Rumput ‘Tak Tersentuh Media Online’, 2022
2. Agama Orang Biasa dan Peluang Radikalisasi Pada Masyarakat Pedalaman dan Pesisir Jawa Timur, 2021
3. Model Komunikasi Harmonis Antar Pemeluk Agama di Sorong Papua Barat, 2019
4. Ekologi Dakwah pada Masyarakat Kota Surabaya, 2018
5. Keselarasan Kapasitas Kemampuan Tenaga Kependidikan Dan Ketersediaan Tupoksi Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2014
6. Konstruksi Komunikasi Dosen Dengan Mahasiswa, 2013
7. Taksonomi Komunikasi Dalam Al-Qur’an, 2010
8. Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Jembatan Selat Sunda di Banten dan Lampung, 2009
9. Peta Sosial Ekonomi Masyarakat di sekitar Kaki Jembatan Suramadu, 2009
10. Kajian Sosial Masyarakat Sekitar Bencana Luapan Lumpur Sidoarjo ; Studi di Kecamatan Porong, 2008
11. Audit Komunikasi Di Lembaga Pendidikan, 2008



12. Respon Mahasiswa tentang Penyelenggaraan Program Studi Umum di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2005
13. Pesan Dakwah di Harian Pagi Surya; Analisis Wacana di Harian Pagi Surya Periode Bulan Ramadhan 1424 H 2004
14. Tradisi Komunikasi Di Pesantren, 2003

Publikasi Buku

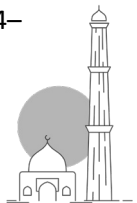
1. Perencanaan Komunikasi Dakwah; Pendekatan Teoritis dan Praktis, Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022
2. Penelitian Teks Media; Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi, CV. Revka Prima Media, Surabaya, Cet 1. April 2021, ISBN: 978-602-417-345-6, 2021
3. Book Chapter: Media Daring: Sisi Kehidupan Generasi Milenial. Dalam Buku: Pemuda Kini & Akan Datang Dalam Perspektif Filsafat Ilmu, CV. Dimar Jaya Surabaya, Cet. 1, 2021
4. Book Chapter: Erosi Komunikasi Pencegahan COVID-19; dalam Buku: Komunikasi Empati Dalam Pandemi COVID-1, Penerbit ASPIKOM KORWIL JAWA TIMUR Kerja Sama Dengan Penerbit Buku Litera Yogyakarta, ISBN: 978-602-5681-70-7, 2020
5. Teori Komunikasi Interpersonal: Disertai Contoh Fenomena Praktis, Kencana Prenada Media, Cetakan Pertama April 2020, ISBN: 978-623-218-505-0
6. Book Chapter: "Komunikasi Dalam Keragaman" ; Ilmu Komunikasi ; Peluang dan Tantangan Masa Depan, Penerbit Buku Litera, Yogyakarta, ISBN; 978-602 6751-82-9 ASPIKOM Pusat, 2017



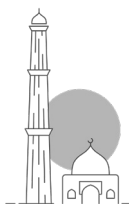
7. Komunikasi Magis : Fenomena Dukun Di Pedesaan, LKiS Yogyakarta, 2017
8. Book Chapter: Komunikasi Santun dalam Buku : Komunikasi Budaya, Pariwisata, dan Religi, Penerbit Buku Litera, Yogyakarta, ISBN; 978-602-6751-05-8 ASPIKOM Pusat, 2014
9. Komunikasi Kelompok dan Organisasi, IDB UIN Sunan Ampel UIN Sunan Ampel Press, 2014
10. Pengantar Ilmu Komunikasi, IDB UIN Sunan Ampel Press, 2013
11. Taksonomi Komunikasi Dalam Al Qur'an, IAIN Sunan Ampel Press, 2011

Publikasi Jurnal Lokal, Nasional, dan Internasional

1. M. Ridwan, Sulaeman Sulaeman, Ali Nurdin, Hadawiah Hadawiah, Irvan Mustafa, Busro Busro, Ritual Cross-Religious in Moluccas Immanuel Church, Indonesia: Why Involvement of Muslim Communities?, Human Arenas, An Interdisciplinary Journal of Psychology, Culture, and Meaning, SCOPUS Q3 SJR 0.20, 2023
2. Sulaeman Sulaeman, M. Ridwan, Ali Nurdin, Mahdi Malawat, Eman Wahyudi Kasim, Darma Darma & Hardianti Yusuf, Communication Patterns of Muslim Communities' After Involvement in the Pela Gandong Ritual in Moluccas Immanuel Church, Indonesia, Integrative Psychological and Behavioral Science, SCOPUS, Q1 SJR 0.37, 2023
3. Ali Nurdin, Sulaeman Sulaeman, M. Ridwan, The expression of Millennial female journalists' idealism: experiences of female journalists in Surabaya, Indonesia, *Brazilian Journalism Research*, 18(1), 214–237, SCOPUSQ3 SJR 0.20, 2022

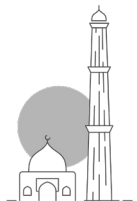


4. Ali Nurdin, Sulaeman Sulaeman, M. Ridwan, Communication Strategy in Managing Anxiety and Uncertainty during the COVID-19 Tests in Indonesia, *Humanities and Social Sciences Letters*, 10(3), 238–255. 2022, SCOPUS Q3 SJR 0.14, 2022.
5. Ali Nurdin, Brenny Novriansyah, Sulaeman Sulaeman, M. Ridwan, Balinese Muslim Identity Construction: Symbol of Harmonious Communication Among Religious Adherents in Indonesia, *Technium Social Sciences Journal*, 28(1), 303–318. Issue Vol. 28 (2022): A new decade for social changes, 2022
6. Ali Nurdin, Ahmadi Ahmadi, Rr. Suhartini, Mustain Mustain, Ali Abdul Wakhid, Impression Management Komunikasi Lintas Agama Di Sorong, Papua Barat, *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, Vol. 17, No. 1, Januari - Juni, 2022, Sinta 3
7. Rr. Suhartini, Ali Nurdin, Mufti Labib, Religion of Common People and the Potential of Radicalism among Hinterland and Coastal Communities in East Java *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 17 No. 1 (2022): September Sinta 2
8. Desy Rahmadani, Ali Nurdin, Efektivitas Komunikasi Pembelajaran Daring terhadap Pemahaman Materi Kuliah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 11 No. 1 (2021): April , Sinta 4
9. Desy Rahmadani, Ali Nurdin, CREATIVE COMMUNICATIONS ON TIKTOK: Construction of the Ministry of Health's Communication Innovation in COVID-19 Education in Indonesia, *Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication*, 11 Nopember 2021, Vol. 3 No. 1 (2021): Initiating a

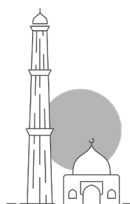


New Paradigm on Da'wa and Communication for the Post-Pandemic Era

10. Ali Nurdin, Mufti Labib, Komunikasi Sosial Generasi Milenial di Era Industri 4.0, Desember 2021, Vol 5, No 2 (2021), *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Sinta 2
11. Radifa Husna, Ali Nurdin, Transformasi Teknologi Permainan Anak Pada Masyarakat Pedesaan, *Jurnal ASPIKOM JATIM*, Vol 2 No 2 (2021): Isu-Isu Kontemporer Komunikasi, 2021
12. Ali Nurdin, Kompetensi Komunikasi Wanita Dalam Organisasi Keagamaan Muslimat Dan 'Aisyiyah Di Surabaya, *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, Vol 3 No 1 (2020): Februari 2020, Sinta 3, 2020
13. Ali Nurdin, Pudji Rahmawati, Sulhawi, The Harmonious Communication Model on Among Religious Adherents in Sorong, West Papua, *Jurnal Pekommas*, VOL 5, NO 2 (2020): OKTOBER 2020, Sinta 2, 2020
14. Ali Nurdin, Budaya Islam Nelayan Pesisir Utara Lamongan Jawa Timur, *Jurnal Ibda'* Vol 18 No 1 (2020), Sinta 2, 2020
15. Ali Nurdin, Pudji Rahmawati, Memetakan Konfigurasi Ekologi Dakwah di Kota Surabaya, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Sinta 2, 2020
16. Shafira CN, Ali Nurdin, Moderation of Islamic Messages Based on Cyber Media : Discourse Analysis on the nu.or.id and muhammadiyah.or.id Sites, *Konferensi Internasional ICONDAC 2*, 2020
17. Dharul Rosadi, Ali Nurdin, Dramaturgi Pengguna Narkoba di Surabaya, Vol. 9 No. 1 (2019): April, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Sinta 4, 2019



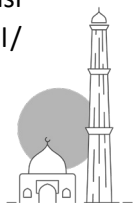
18. Maulidatus S.N, Ali Nurdin, Credibility of Islamic Preachers in the Post-Truth Era: A Study of Da'i in Surabaya, Vol 13, No 2 (2019): Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies (Accredited of Sinta 2), 2019
19. Ali Nurdin, Maulidatus S.N, Model Moderasi Beragama Berbasis Pesantren Salaf, ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman, Vol. 14 No. 1 (2019): September, Sinta 2, 2019
20. Ali Nurdin, The Use of Social Media Digital Native and Digital Immigrant Muslim Generation in Surabaya, Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication, Vol. 1 No. 1 (2019): Da'wa and Civilized Communication: Pious, Peaceful, Enlightening , 2019
21. Sulaeman, Ali Nurdin, Komunikasi Tradisi Abda'u pada Prosesi HewanQurban Adat Tulehu, Maluku, KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol 13 No 2 (2019), Sinta 3, 2019
22. Sulaeman, Irta Sulastri, Ali Nurdin, Dramaturgi Komunikasi Dakwah Para Da'i di Kota Ambon: Pola Pengelolaan Kesan di Panggung Depan, Terakreditasi Nasional B, Program Studi KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018
23. Ali Nurdin, The Online Islamic Media Journalism in Indonesia: The Trend Analysis of Political News, Atlantis Press Proceeding Internasional : ICCSR, 2018
24. Ali Nurdin, Peace Journalism ; Konsep, Realitas, dan perspektif Islam, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 06, Nomor 01, Juni 2016, hal. 65-92 ISSN : 2088-6314, Sinta 2, 2016



25. Ali Nurdin, Dakwah Islam Dalam Perspektif Dunia Magis, *Proceeding International Conference 2016 FDK UIN Sunan Ampel Surabaya* ISBN : 978-602-332-064-6, 2016
26. Ali Nurdin, Tradisi Komunikasi di Pesantren, *Karsa, Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman*, Volume 23 No. 2 Desember 2015, hal. 275294 ISSN 2442-3289, e-ISSN 2442-4285, Sinta 2, 2015
27. Ali Nurdin, Akar Komunikasi dalam Al-Qur'an, *Jurnal Kajian Komunikasi UNPAD*, Bandung, Sinta 2, 2014
28. Ali Nurdin, Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Pembangunan Jembatan Selat Sunda di Propinsi Banten dan Lampung, *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.3, No.2*, Oktober 2013, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2013
29. Ali Nurdin, Dakwah Public Relations : Sebuah Upaya melalui Pembentukan Citra, *Jurnal Ilmu Dakwah*, April, 2006, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2006
30. Ali Nurdin, Dakwah Transformatif : Pendekatan Dakwah Menuju Masyarakat Muttaqien, *Jurnal Ilmu Dakwah Vol 8 Bulan Oktober 2003*, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2003
31. Ali Nurdin, Landasan Keilmuan Dakwah : Sebuah Konsep Dasar Menuju Profesionalisme Dakwah, *Jurnal Ilmu Dakwah Vol 4 Bulan April Tahun 2001*, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2001

Publikasi Media / Website

1. Meneguhkan Karakter Pahlawan Kampus Bereputasi
<https://uinsby.ac.id/informasi/kolom-detail/>

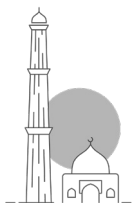


meneguhkan-karakter-pahlawan-kampus-bereputasi, 2022

2. Social Distancing Vs Physical Distancing; Menghilangnya Tradisi Komunikasi Umat, <https://w3.uinsby.ac.id/social-distancing-vs-physical-distancing-menghilangnya-tradisi-komunikasi-umat/>, 2020
3. Panduan Komunikasi Sosial Dalam Pencegahan COVID-19, <https://w3.uinsby.ac.id/panduan-komunikasi-sosial-dalam-pencegahan-covid-19/>, 2020
4. Guru Dan Komunikasi Pembelajaran Masa Pandemi Covid-19, <https://w3.uinsby.ac.id/guru-dan-komunikasi-pembelajaran-masa-pandemi-covid-19/>, 2020

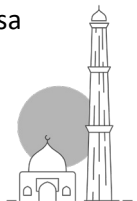
Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa: Literasi Media Bagi Pengemudi Angkot Di Terminal Joyoboyo, <https://w3.uinsby.ac.id/literasi-media-bagi-pengemudi-angkot-di-terminal-joyoboyo/>, 2021
2. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa: Mengembangkan Produk Inovatif dan Cara Branding Krupuk Melalui Media Sosial di Desa Kedungrejo, Jabon, Sidoarjo, 2021
3. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa: Literasi Branding: Inovasi Branding Produk di Era Milenial di Kampung Tempe Surabaya, <https://w3.uinsby.ac.id/mahasiswa-latih-pembuatan-konten-islami-media-sosial-pada-remaja-masjid/>, 2021
4. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa: Mahasiswa Latih Pembuatan Konten Islami Media Sosial Pada Remaja Masjid, <https://w3.uinsby.ac.id/>

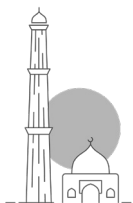


kreasi-pengabdian-mahasiswa-ilkom-di-tengah-pandemi-covid-19/, 2020

5. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa: Literasi Public Speaking Di Era Digital; Kreasi Pengabdian Mahasiswa Ilmu Komunikasi, <https://w3.uinsby.ac.id/literasi-public-speaking-di-era-digital-kreasi-pengabdian-mahasiswa-ilmu-komunikasi/>, 2019
6. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa: Learning With Fun Ways; Model Pengabdian Mahasiswa Ilmu Komunikasi, <https://w3.uinsby.ac.id/learning-with-fun-ways-model-pengabdian-mahasiswa-ilmu-komunikasi/>, 2019
7. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa: One Day Without Hoax; Literasi Media Mahasiswa Ilkom Pada Masyarakat, <https://w3.uinsby.ac.id/one-day-without-hoax-literasi-media-mahasiswa-ilkom-pada-masyarakat/>, 2019
8. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa Berbasis Keilmuan Komunikasi di Desa Jembul, Jatirejo, Mojokerto (2019). <https://beritajatim.com/postingan-anda/mahasiswa-uinsa-branding-produk-lokal-desa-wisata-jembul-mojokerto/>, 2019
9. Pembimbing Pengabdian Masyarakat Mahasiswa Berbasis Keilmuan Multidisipliner Melalui Program IGTF di Kediri (2017)
10. Pendampingan Masyarakat (Program PKPD FDK) Desa Wisata Jembul (DEWA Jembul) Desa Jembul Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto (2016)
11. Pendampingan Masyarakat ; Evaluasi dan Monitoring POKJA 3 SILE di Pamekasan (2016)
12. Pendampingan dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Jembul Kec.Jatirejo Kab. Mojokerto (2015),



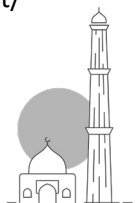
13. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Kecamatan Kakas Kabupaten Minahasa Sulawesi Utara (2008)
14. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Distrik Heram Kabupaten Jayapura/Papua (2008)
15. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo Sulawesi Utara (2008)
16. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Kecamatan Simanindo dan Rongur Nihuta Kabupaten Samosir Sumatra Utara (2007)
17. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Kabupaten Cilacap (2007)
18. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Kabupaten Boyolali JATENG (2007)
19. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Kecamatan Bumiaji Batu Malang JATIM (2006)
20. Fasilitator TOF Pemberdayaan Masyarakat bidang GNKPA (Gerakan Nasional Kemitraan Penyelamatan Air) di Kecamatan Mandor Kabupaten Landak KALBAR (2006)
21. Pemetaan Sosial di masyarakat Kelurahan Sanalaok Kabupaten Pamekasan Jawa Timur (2006)
22. Pemetaan Sosial di Kelurahan Randupadangan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik (2006)



23. Fasilitator Pemberdayaan Ekonomi Pesantren di Madiun (2005)
24. Fasilitator Pembinaan Manajemen dan Komunikasi Pondok Pesantren se Jawa Timur di Surabaya (2005)

Keterlibatan Dalam Pengelolaan Jurnal

1. Tim Editor, *Islamica*; Jurnal Studi Keislaman; Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, <http://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/about/editorialTeam>, <http://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/about/editorialTeam>, Sinta 2. 2018 – sekarang
2. Executive Editor, *Journal of Islamic Communication Studies (JICoS)*, Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, <http://jurnalpps.uinsby.ac.id/index.php/JICOS>, 2022 – sekarang
3. Editor Team, *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, <https://inject.iainsalatiga.ac.id/index.php/INJECT/pages/view/Editor%20Board>, Sinta 3, 2020 – sekarang
4. Mitra Bestari, *Jurnal ASPIKOM JATIM* <http://www.jurnalaspikomjatim.org/index.php/redaksi/PR>, 2019 – sekarang
5. Reviewer, *Jurnal Kopsis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam* <https://ejournal.iaitribakti.ac.id/index.php/kopsis/reviewer>, Sinta 5, 2020 – sekarang
6. Reviewer, *Jurnal Komunikasi : Hasil Pemikiran dan Penelitian*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/about/displayMembership/55>, Sinta 5. 2018 – sekarang



7. Reviewer, Jurnal Kajian Komunikasi; Terakreditasi Nasional; Jurnal Kajian Komunikasi; Hasil Pemikiran dan Penelitian, <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/about/displayMembership/150>, Sinta 2, 2014 – 2017
8. Reviewer, Journal of Creative Communications (Scopus Q2) Ke 1 <https://publons.com/dashboard/records/review/>, <https://drive.google.com/file/d/1cCyNNJdTxuW85BWos805xFQ407FeE67/view?usp=sharing>, Scopus Q2, 2021
9. Reviewer, Journal of Social Sciences & Humanities, Pertanika, Universiti Putra Malaysia (Scopus Q3), <https://publons.com/dashboard/records/review/> <https://drive.google.com/file/d/1fiQU-28LjRIBeAZcVBySyEZEOSZVqVn/view?usp=sharing>, 2022

