

Komunikasi Magis Dukun (Studi Fenomenologi Tentang Kompetensi Komunikasi Dukun)

Ali Nurdin

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya
Sedang Menempuh S-3 Bidang Ilmu Komunikasi Di Universitas Padjadjaran
Bandung

Abstrak

Penelitian ini berangkat dari adanya fenomena perdukunan yang ada dan terpelihara di masyarakat. Dukun dipercaya memiliki kemampuan dan keahlian untuk membantu menyelesaikan persoalan seseorang. Persoalannya, bagaimana pengalaman, kemampuan dan keahlian dukun di Lamongan Jawa Timur dalam menangani dan membantu memberi alternatif pemecahan masalah kliennya? Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mengeksplorasi kompetensi komunikasi dukun dalam melayani kliennya. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan metode kualitatif. Subjek penelitian adalah para dukun dan klien di wilayah Lamongan. Pemilihan informan dilakukan sesuai dengan pengalamannya, mengungkap kembali pengalamannya serta mendalaminya. Teknik pengumpulan data menggunakan interview, observasi dan review dokumen. Analisis data dilakukan dengan memilih data yang relevan, memaparkannya dan mengambil kesimpulan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kapabilitas dan keahlian dukun berupa suwuk, petungan, penerawangan dan prewangan. Kemampuan dan ketrampilan dukun menunjukkan adanya konsep komunikasi yang baru, yaitu komunikasi suwuk, komunikasi petungan, komunikasi penerawangan dan komunikasi prewangan.

Kata Kunci: Kompetensi komunikasi, magis, dukun, suwuk, petungan, penerawangan, prewangan.

Abstract

This study departs from the rampant phenomenon of people believe and go shaman. Shamans believed to have the ability and expertise to provide suggestions in the process of healing and helping people. The problem in this study is how the experience, skills and expertise shaman in Lamongan in his work treating and helping the client? The purpose of this study was to understand and explore in depth the communication competence magical shaman related to his work in serving and treating clients in Lamongan East Java Province. This study used a phenomenological approach to qualitative research methods The subjects in this study were shamans and existing clients in the area of Lamongan East Java Province. Data sources or selected informants purposively with the terms directly experience the events that are the focus of research, able to recount events that happened, and be willing to research informants. Data collection techniques in this study using the technique of interviewing, observation, and document review. While the data analysis techniques used in this study are three flow activities: data reduction, data presentation, and conclusion / verification. The results of this study describes the capabilities and expertise of shaman is suwuk, petungan, penerawangan, and prewangan. Ability and skills possessed shaman on that gave birth a new communication concept is suwuk communication, petungan communication, penerawangan communication, and prewangan communication.

Keywords : Communication competence, magical, shaman, suwuk, petungan, penerawangan, prewangan.

Pendahuluan

Dukun merupakan sebuah istilah yang dapat mengembalikan alam pikiran manusia kepada suatu masa lampau ketika manusia hidup di alam kepercayaan animisme. Edward Burnett Tylor memandang animisme sebagai dasar pijakan bagi semua agama dan merupakan tahap awal terjadinya proses evolusi dalam agama. Secara umum, penganut animisme percaya bahwa kekuatan ghaib (supernatural) dapat menghuni pada binatang, tumbuhan, batu karang, dan obyek-obyek lain secara alami. Kekuatan ini diimpikan sebagai roh-roh atau jiwa-jiwa (Birx, 2006 : 80).

Ada yang menyebut istilah dukun dengan sebutan paranormal atau sebaliknya paranormal disebut sebagai dukun. Keduanya memiliki kemampuan dan keahlian dalam tindakan pengobatan, memberi nasihat dalam kehidupan, dan bahkan mampu mendeteksi dan mengusir gangguan yang disinyalir datangnya dari makhluk halus (jin, setan, dan *gendruwo*). Dukun atau paranormal adalah orang yang mengaku mengetahui ilmu ghaib dan memberikan kabar kepada manusia tentang kejadian yang ada di alam semesta (Syamsudin, 2008 : 78). Dukun adalah orang yang memiliki *ngelmu* ghaib yang diperoleh dengan cara *laku* mistik dan memanfaatkannya untuk membantu atau menolong orang yang membutuhkannya (Heru S.P. Saputra, 2007: xxii). Dalam Kamus Bahasa Indonesia dukun didefinisikan sebagai orang yang pekerjaannya mengobati, memberi jampi-jampi, mantra, guna-guna, dan sebagainya (hal. 368).

Fenomena maraknya orang mendatangi dukun dimulai ketika masyarakat Jawa pada umumnya memiliki tradisi ritual keagamaan yang masih berkembang di kalangan masyarakat hingga saat ini. Misalnya,

para nelayan masih sering melakukan ritual atau upacara 'petik laut' sebagai simbol permohonan agar hasil tangkapan ikannya dapat banyak. Begitu juga masyarakat petani yang masih sering melakukan ritual 'sedekah bumi' pada setiap tahunnya sehabis masa panen. Di samping melakukan ritual keagamaan mereka juga mendatangi "orang pintar" (dukun) untuk mencari 'jimat' atau 'aji-aji' untuk memperlancar pekerjaannya, untuk mendapatkan rizki yang banyak, mencari pengobatan alternatif, atau bahkan bertanya tentang jodoh, konsultasi tentang masa depan atau sesuatu yang belum terjadi (meminta petunjuk gambaran masa depan pada sesuatu yang akan dilakukan).

Kehidupan masyarakat Jawa juga banyak diwarnai oleh hal-hal yang bersifat mistik atau kepercayaan pada sesuatu yang ghaib, sesuatu yang tidak tampak wujud sejatinya. Realitas kehidupan masyarakat Jawa ini banyak dipengaruhi oleh percampuran akidah kepercayaan dan budaya masyarakat yang melingkupinya. Fakta ini diperkuat oleh kondisi masyarakat Jawa yang pada masa lalunya memiliki kepercayaan dan keagamaan yang sangat kuat dengan tradisi-tradisi ritual agama dan kemasyarakatan. Seperti diketahui, bahwa di pulau Jawa pada lintasan sejarahnya pernah ada dua kerajaan besar yang banyak berpengaruh dalam membentuk karakter dasar masyarakat setempat. Kerajaan tersebut adalah kerajaan Majapahit yang berbasis kepercayaan agama Hindu dan kerajaan Demak yang berbasis kepercayaan agama Islam.

Dua realitas kerajaan besar yang pernah menguasai pulau Jawa ini sangat banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat Jawa. Penduduk yang pada awalnya memiliki kepercayaan

animisme dan hinduisme pada kerajaan Majapahit beralih pada paham dan kepercayaan agama baru yaitu Islam yang di anut oleh kerajaan Demak. Dua sisi pergulatan agama di Jawa inilah yang diyakini sangat membentuk karakter masyarakat. Satu sisi masyarakat masih bertahan dengan paham animisme dan dinamisme, serta hinduisme, namun di sisi lain ada warga yang sudah beralih kepada ajaran yang dibawa oleh kerajaan Demak, dan akhirnya terjadilah sinkretisme dalam agama. Sinkretisme adalah penyesuaian suatu proses penggabungan, pengkombinasian unsur-unsur asli dengan unsur-unsur asing, yang kemudian melahirkan sebuah pola budaya baru (Mujib, 2009 : 115).

Latar belakang kepercayaan dan budaya masyarakat sebagaimana digambarkan di atas ikut membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat pada seorang dukun. Dukun diyakini dan dipercayai memiliki kemampuan dan keahlian dalam menolong dan menyembuhkan orang. Jika masyarakat mendatangi dan mempercayai dukun sebagai orang yang memiliki "kesaktian" maka masyarakat telah meyakini pula bahwa seorang dukun dengan segala ilmu yang dimilikinya telah memiliki kompetensi di bidangnya.

Kompetensi yang dimiliki oleh dukun adalah kompetensi komunikasi untuk meyakinkan setiap orang yang datang kepadanya untuk meyakini dan mempercayai apa-apa yang disampaikan dan melakukan apa yang diperintahkannya. Menurut McCroskey dalam jurnal *Communication Research Report* (1988 :109) mengatakan bahwa kompetensi komunikasi adalah kemampuan yang memadai untuk memberi dan menerima informasi ; kemampuan untuk mengungkapkan pengetahuan secara lisan maupun

tertulis. Sedangkan menurut Lehtonen kompetensi komunikasi adalah bagian dari kompetensi sosial. Kompetensi sosial adalah kemampuan individu berupa perilaku dan keterampilan yang digunakan untuk mengawasi lingkungan sosialnya (Korhonen, 2002 : 28).

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya realitas bahwa : *pertama*, mayoritas penduduk di Lamongan Jawa Timur adalah penganut ajaran Islam yang taat, berbasis organisasi sosial keagamaan Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah. Yang menarik, keadaan ini tidak banyak memberikan kontribusi dalam pembentukan persepsi masyarakat tentang kepercayaan pada "orang pintar" atau dukun yang diyakini masyarakat setempat dapat membantu segala keinginan, tujuan, dan harapannya.

Kedua, ada kepercayaan dan keyakinan yang kuat bahwa seorang dukun memiliki kemampuan yang lebih dalam hal mengarahkan atau memberi petunjuk, memprediksi, memberikan pertolongan, dan bahkan menyembuhkan orang yang datang meminta bantuan atau pertolongan . Masyarakat mendatangi dukun untuk dua keperluan yaitu pengobatan dan konseling kehidupan (keluarga, karir, rizki, dan sebagainya). Keperluan pengobatan dimaksudkan untuk mencari kesembuhan pada penyakit yang sedang dideritanya, misalnya ; penyakit yang secara medis dapat diidentifikasi ; badan panas (demam), *gondok*, liver, tumor, hepatetis, dan sebagainya, sedangkan penyakit yang tidak dapat diidentifikasi secara medis, seperti tenun/santet, kesurupan/gangguan makhluk ghaib dan sebagainya. Adapun keperluan konseling kehidupan dimaksudkan sebagai permintaan nasehat dan petunjuk dalam mengarungi kehidupan, misalnya meminta nasehat dan petunjuk tentang jodoh, kelancaran

rizki, konsultasi pekerjaan, tolak balak, dan kepentingan-kepentingan lain sesuai dengan kebutuhannya.

Ketiga, mayoritas masyarakat yang datang ke dukun memiliki latar belakang budaya yang berbeda, dan dukun memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan segala latar belakang klien sehingga berhasil mempersuainya. Dukun diyakini memiliki kemampuan komunikasi yang hebat dalam mempersuasi klien yang datang.

Keempat, sesuatu yang menarik dalam penelitian ini adalah terjadinya fenomena 'maraknya' orang mendatangi dukun sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhannya di tengah perkembangan teknologi informasi dan juga perkembangan peradaban masyarakat yang begitu modern. Masyarakat mendatangi dukun untuk keperluan pengobatan, jodoh, kelancaran rizki, konsultasi pekerjaan, tolak balak, dan kepentingan-kepentingan lain sesuai dengan kebutuhannya.

Fenomena percaya dan mendatangi dukun pada masyarakat merupakan tradisi peninggalan sejarah animisme yang masih melekat pada kehidupan masyarakat sampai sekarang. Orang Jawa, khususnya abangan percaya kepada kemampuan dukun, yaitu seorang yang mengendalikan roh-roh dan menjadikannya alat-alat bagi keinginan dan hasrat seseorang. Ada juga santri-santri kolot yang nampaknya juga masih mengakui kemampuan dukun (Muhtarom, 2002 ; 64).

Penelitian ini penting dalam perspektif kajian komunikasi. Kajian dalam penelitian ini terkait erat dengan kemampuan dan keahlian dukun dalam meyakinkan klien. Kemampuan dukun dalam memberikan sugesti pada setiap klien yang datang, kemudian

klien mempercayai dan melakukan sepenuhnya apa yang disampaikan oleh dukun merupakan kajian yang unik dan menarik dalam disiplin Ilmu Komunikasi.

Berangkat dari uraian latar belakang penelitian di atas, maka fenomena yang terjadi sangat menarik untuk diteliti. Penelitian ini menggali secara mendalam tentang bagaimana kompetensi komunikasi magis dukun dalam memberikan pelayanan pada kliennya.

Ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai kontribusi pemikiran pada penelitian yang akan dilakukan. Hasil penelitian Geertz (1960) dalam *The Religion of Jawa* yang mengklasifikasikan masyarakat Jawa dengan kategori santri, priyayi dan abangan. Dalam satu pembahasan Geertz menjelaskan tentang praktek pengobatan melalui dukun yang menghasilkan tipologi dukun yaitu dukun santri, dukun priyayi, dan dukun abangan. Tipologi dukun hasil penelitian Geertz ini didasarkan pada jenis keahlian dan kemampuannya dalam mempelajari ilmu dan cara mempraktekkan ketika mengobati klien. Penelitian Geertz memberikan kontribusi tentang gambaran dunia praktik perdukunan secara umum yang ada pada masyarakat Jawa, dan juga tentang tipologi dukun baik berdasarkan jenis praktiknya maupun dari jenis ilmu yang digunakannya. Penelitian Geertz ini menggunakan pendekatan etnografi berbasis antropologi budaya.

Berbeda dengan penelitian Geertz, Jane Monnig Atkinson (1987) meneliti tentang efektivitas praktek dukun di Sulawesi melalui ritual "mabolong" dengan kajian antropologi budaya. Hasil penelitian Atkinson menggambarkan penggunaan simbol-simbol pada ritual "mabolong" sebagai terapi penyembuhan. Dalam penelitian ini, ritual "mabolong" digunakan sebagai praktek penyembuhan

klien yang meminta pengobatan baik secara individual maupun secara berkelompok. Ritual "mabolong" juga digunakan secara bervariasi yaitu sebagai ritual adat, agama, terapi, dan bahkan sebagai pertunjukan sebagaimana teater atau drama.

Penelitian sejenis dilakukan oleh Pipit Yunita M (2009) tentang pemanfaatan pengobatan dukun magis dalam upaya penyembuhan penyakit. Penelitian ini berpijak pada sosiologi kesehatan yang menggambarkan tentang motif orang yang datang ke dukun magis dalam rangka penyembuhan penyakit dan konsultasi kehidupan. Dukun magis melakukan pengobatan dengan menggunakan media "air rahmat" yang telah diberi doa-doa atau mantra-mantra. Sedangkan bagi klien yang datang dalam rangka konsultasi kehidupan, dukun magis menggunakan lafaz-lafaz arab, keris, dan pasir. Penelitian Pipit memberikan gambaran tentang proses pemanfaatan praktek dukun magis sebagai pengobatan alternatif yang ada pada masyarakat Palembang.

Hasil penelitian terkait dengan kompetensi komunikasi dilakukan oleh Amia Luthfia R. (1999) tentang kompetensi komunikasi antarbudaya bagi peserta training di Adelaide Australia. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa kemampuan komunikasi antarbudaya yang baik dapat mengontrol perilakunya dan lingkungannya. Kompetensi komunikasi antarbudaya dipahami melalui proses kognitif, afektif, dan behavioral ketika beradaptasi dengan orang yang berbeda budaya. Hasil penelitian yang dilakukan Amia memberikan gambaran atau potret tentang analisis kompetensi komunikasi yang didasarkan pada kemampuan seseorang dalam melakukan adaptasi dengan orang yang berbeda budaya.

Berbeda dengan penelitian Amia, Alexei V. Matveev (2002) meneliti tentang kompetensi komunikasi antarbudaya berdasarkan persepsi para manager Amerika dan Rusia berdasarkan pengalaman lintas budaya. Hasil penelitian ini menemukan dan menggambarkan adanya model kompetensi komunikasi antarbudaya yang terintegrasi antara ketrampilan interpersonal, efektivitas tim, ketidakpastian budaya, dan dimensi empati dalam budaya. Kontribusi hasil penelitian Matveev memberikan gambaran atau potret tentang kompetensi komunikasi seseorang dalam melakukan tindakan-tindakan komunikasi lintas budaya.

Dalam kehidupan sehari-hari seringkali terdengar istilah yang menyiratkan kemampuan seseorang yang memadai, sesuai bahkan tidak diragukan lagi untuk mengikuti pendapat tersebut karena kesesuaian pada informasi tersebut (meyakinkan). Secara umum pernyataan ini sudah menyiratkan adanya kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh seorang penyampai informasi (dapat di baca : dukun).

Ide atau gagasan tentang kompetensi komunikasi pertama kali diperkenalkan oleh Hymes Dell pada tahun 1960-an (1962, 1964, 1972) yang menekankan bahwa pengetahuan tentang gramatika bahasa saja belumlah cukup untuk mencapai tingkat kompetensi komunikasi (Strohner, 2008 : 15). Menurutnya, kemampuan orang untuk mencapai tujuan dalam kehidupan sosial mereka sebagian besar tergantung pada kompetensi komunikasi yang dimilikinya.

Menurut Lehtonen kompetensi komunikasi adalah bagian dari kompetensi sosial. Kompetensi sosial adalah kemampuan individu berupa perilaku dan keterampilan yang digunakan untuk mengawasi lingkungan sosialnya.

Atau dapat juga didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengatasi setiap rintangan dalam kehidupan kesehariannya. Di samping bahasa dan keterampilan sosial lainnya, prasyarat untuk mencapai kompetensi di antaranya adalah pengetahuan sosial, sensitivitas sosial, atau kemampuan memahami budaya yang meliputi adat, norma, dan organisasi sosial (Korhonen, 2002 : 27-28).

Mendefinisikan kompetensi komunikasi tidaklah semudah yang diperkirakan. Para ahli telah berusaha untuk membuat rumusan yang tepat. Mereka sependapat bahwa komunikasi yang efektif melibatkan pencapaian suatu tujuan. Idealnya, paling tidak menjaga atau meningkatkan hubungan di antara yang terlibat komunikasi. Definisi ini terlihat agak samar, tetapi dapat menunjukkan bahwa ada beberapa karakteristik penting dalam kompetensi komunikasi (Adler dan Rodman, 2006 : 19-20) yaitu :

1. Kompetensi adalah situasional. Karena perilaku yang kompeten bervariasi begitu banyak dari satu situasi, dari satu orang ke orang lain, adalah suatu kesalahan yang menganggap bahwa kompetensi komunikasi adalah sifat bahwa seseorang memiliki kelebihan atau kekurangan tertentu. Bisa jadi derajat kompetensi orang berbeda antara daerah satu dengan daerah lainnya, situasi ini dapat disebabkan karena umur seseorang, tua atau muda, bahkan kaya atau miskin. Bahkan, kompetensi seseorang dengan orang lain dapat bervariasi dari satu situasi ke situasi lain.
2. Kompetensi adalah relasional. Karena komunikasi adalah transaksional, sesuatu dilakukan dengan orang lain, perilaku yang kompeten dalam satu hubungan belum tentu kompeten

pada orang lain. Sebuah studi yang menarik pada kepuasan relasional menggambarkan bahwa apa yang memuaskan komunikasi bervariasi dari satu hubungan ke hubungan yang lain. Peneliti Brent Burleson dan Wendy Sampter menganggap bahwa orang-orang dengan keterampilan komunikasi yang canggih (seperti dapat mengelola konflik dengan baik, memberikan dukungan kepada orang lain, dan memberikan kenyamanan kepada mitra kerjanya) akan lebih baik dia dalam menjaga persahabatan daripada yang kurang terampil komunikasinya.

3. Kompetensi dapat dipelajari. Komunikasi adalah seperangkat keterampilan yang setiap orang dapat belajar. Pada perkembangan dan pertumbuhan anak-anak, kemampuan mereka untuk berkomunikasi secara efektif berkembang. Sebagai contoh, anak yang lebih tua dapat menghasilkan upaya persuasif lebih canggih daripada yang lebih muda. Tingkat pendidikan juga dapat meningkatkan kompetensi komunikasi, bahkan melalui pelatihan komunikasi yang sederhana dapat menghasilkan hasil yang dramatis. Bahkan tanpa pelatihan sistematis, mungkin saja dapat mengembangkan keterampilan komunikasi melalui proses *trial-error* dan juga melalui pengamatan, belajar dari keberhasilan dan kegagalan diri sendiri.

Kompetensi komunikasi adalah istilah yang sangat kompleks yang melibatkan struktur internal dan eksternal. Terkait dengan struktur internal, ada dua istilah yang berhubungan yaitu efektivitas (*effectiveness*) dan ketepatan atau kesesuaian (*appropriateness*). Efektivitas menggambarkan capaian atau hasil dari

kompetensi komunikasi. Ketepatan atau kesesuaian berhubungan dengan situasi dan kondisi dari interaksi sosial yang sebenarnya. Sedangkan struktur eksternal berhubungan dengan keterampilan yang digambarkan melalui pengetahuan, motivasi, emosi, dan perilaku (Strohner, 2008 : 16).

Pembahasan yang lebih komprehensif tentang kompetensi komunikasi dilakukan oleh John Wiemann (1977), Spitzberg dan Cupach (1984/1989). Mereka memulai penelitian tentang komunikasi antarpribadi yang diarahkan bagaimana memahami komunikasi yang digunakan dalam membentuk hubungan, dan faktor apa yang memainkan peran dalam interaksi sosial (Strohner, 2008: 18).

Menurut John Wiemann (1977), faktor utama dalam model kompetensi komunikasi adalah manajemen interaksi. Tujuan model ini adalah untuk mengembangkan teori kompetensi komunikasi yang kuat dan yang dapat digunakan untuk memahami perilaku komunikasi dalam situasi tertentu. Kemudian John Wiemann mengembangkan sebuah model yang terdiri dari lima dimensi sebagai berikut:

a. *Affiliation/support* (mendukung) yaitu kemampuan untuk berhubungan dengan sikap mendukung yaitu dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif yaitu mempersepsikan suatu komunikasi sebagai permintaan akan informasi atau uraian tertentu, bukan komunikasi yang bernada menilai. Spontan bukan strategik yaitu gaya spontan yang mendukung terjadinya komunikasi secara terbuka, bukan menyembunyikan perasaannya untuk menyusun strategi tertentu (orang cenderung defensif) dan provisional bukan sangat yakin yaitu bersikap tentatif dan berpikiran terbuka serta bersedia mendengar pandangan yang

berlawanan dan bersedia mengubah posisi jika keadaan mengharuskan, bukan keyakinan yang tak tergoyahkan.

- b. *Social Relaxation* (relaksasi sosial) yaitu kemampuan untuk mengungkapkan sedikit kecemasan dalam berkomunikasi.
- c. *Emphaty* yaitu kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, dan melalui kaca mata orang lain itu pula.
- d. *Behavioral Flexibility* (fleksibilitas perilaku) yaitu kemampuan untuk menyeleksi perilaku yang sesuai dalam konteks-konteks dan situasi yang berbeda, dan
- e. *Interactions Management skill* (keterampilan manajemen interaksi) yaitu kemampuan untuk berbicara dan berinisiatif untuk menghentikan percakapan secara tepat. Hal ini berarti berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menangani aspek-aspek prosedural menstruktur dan mempertahankan percakapan.

Menurut Gudykunst terdapat tiga komponen kompetensi komunikasi yaitu motivasi, pengetahuan, dan keterampilan (Gudykunst, 2004 : 235). Motivasi terkait erat dengan keinginan dukun untuk menyampaikan sesuatu, pengetahuan terkait dengan kesadaran untuk memahami apa yang dibutuhkan klien, dan keterampilan terkait erat dengan kemampuan dukun memberi sugesti agar klien mengikuti perilaku yang disarankan.

Kebutuhan dasar yang harus dimiliki oleh seorang dukun untuk meyakinkan klien yang datang di antaranya adalah faktor motivasi yang dibangun ketika berkomunikasi dengan klien yang

datang. Turner (1988 : 23) mengatakan bahwa perasaan dasar manusia adalah merasa tidak puas ketika memiliki suatu kekurangan. Adapun kebutuhan-kebutuhan yang berfungsi sebagai faktor motivasi adalah : 1) kebutuhan rasa aman yang harus dimiliki manusia, 2) kebutuhan untuk memprediksi secara tepat, 3) kebutuhan rasa memiliki dalam suatu kelompok, 4) kebutuhan untuk mengatasi rasa kecemasan, 5) kebutuhan untuk berbagi informasi, 6) kebutuhan terkait dengan kepuasan materi, dan 7) kebutuhan yang dapat menopang konsep diri yang dibangun.

Pengetahuan merupakan faktor terpenting yang harus ada pada dukun. Pengetahuan terkait erat dengan aspek kesadaran dukun dalam memahami aspek sosial-budaya setiap klien yang datang. Pengetahuan dapat menjangkau dan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya. Pengetahuan mampu memberikan pandangan yang luas tentang makna pesan dalam suatu kelompok tertentu yang mungkin berbeda dengan yang lain. Pengetahuan mampu memberikan makna pesan yang berbeda dalam hubungan interpersonal yang mungkin terjadi aspek kesamaan individu. Pengetahuan juga mampu memberikan interpretasi alternatif atas sesuatu pesan yang mungkin sulit dipahami.

Keterampilan juga merupakan faktor terpenting yang harus ada pada dukun. Keterampilan terkait erat dengan kemampuan yang harus dimiliki oleh dukun dalam meyakinkan klien yang datang. Keterampilan-keterampilan tersebut meliputi ; kemampuan untuk berhati-hati dalam segala tindakan, kemampuan untuk menoleransi segala perbedaan yang ada, kemampuan untuk mengelola kecemasan, kemampuan untuk berempati, kemampuan untuk

beradaptasi ketika komunikasi berlangsung, dan kemampuan untuk menjelaskan dan memprediksi secara akurat.

Penjelasan tentang kompetensi komunikasi dalam penelitian ini telah memberikan fokus bahwa kajian yang hendak dicapai terkait dengan kompetensi komunikasi yaitu terkait terjadinya proses komunikasi antarpribadi antara dukun dengan klien.

Ada dua istilah yang akan dibedakan terkait istilah magis dalam penelitian ini, yaitu magis dalam konteks ilmu ghaib dan magis dalam konteks penggunaan bahasa yang persuasif dalam komunikasi. Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebut magi sebagai kekuatan ghaib, magi putih berarti perbuatan atau kekuatan ghaib yang bertujuan untuk menolong orang, sedangkan magi hitam disebut sebagai perbuatan dan kekuatan ghaib yang bertujuan untuk mencelakakan orang. Sedangkan magis disebut sebagai perbuatan atau tindakan yang bersifat magi (hal. 893). Menurut Ibnu Arabi, ghaib adalah yang tak terlihat oleh mata sekalipun terdeteksi dalam hati (Al'asqqor, 2001 : 355). *Oxford English Dictionary* menyebut *magic* sebagai kekuatan yang tampaknya mempengaruhi kejadian dengan kekuatan misterius atau supranatural.

Istilah magi atau magis telah digunakan secara luas dengan berbagai makna, seperti ilusi dalam bermain sulap, kemampuan untuk mengubah bentuk, lokasi, dan untuk menciptakan sesuatu. Antropolog Edward B. Tylor dan James George Frazer pada tahun 1960-an mengakui bahwa daya magis benar-benar melibatkan proses yang mengekspresikan hubungan; kekuatan magis mengaktifkan hubungan antara satu dengan yang lainnya. Dalam proses ini, simbol memainkan peran penting.

Dalam konteks budaya benda dan perilaku dapat menjadi simbol kekuatan magis (Walter dan Fridman, 2004 : 161).

Menurut Levi-Strauss (1997 : 148) magi adalah serangkaian teknik untuk mempengaruhi hal-hal ghaib dan kekuatan-kekuatan supernatural secara langsung dan otomatis. Teknik atau cara ini diyakini dapat menimbulkan kekuatan ghaib sehingga oleh karenanya manusia dapat menguasai alam sekitar, termasuk alam pikiran dan tingkah lakunya.

Magis dalam konteks bahasa persuasif dipahami sebagai komunikasi magis yang menggambarkan keajaiban komunikasi yang dapat dilakukan melalui bahasa. Dalam hal ini mendiskripsikan tentang efek bahasa pada saraf, simbol, ide yang terjadi pada kehidupan dan emosi manusia. Hal ini menunjukkan fenomena mental yang tidak dapat dilihat, didengar, disentuh, dan dirasakan (Michael Hall, 2001 : vii)

Konsep komunikasi magis dalam penelitian ini dipahami sebagai segala penyampaian pesan baik menggunakan kata-kata lisan, tulisan, maupun simbol-simbol yang dilakukan oleh seorang dukun dan bersifat magis dalam rangka tindakan pengobatan atau menolong klien.

Pemahaman komunikasi magis juga terkait dengan komunikasi terapeutik yaitu komunikasi yang direncanakan dan dilakukan untuk membantu penyembuhan / pemulihan pasien (Damaiyanti, 2008 : 11). Dalam komunikasi terapeutik yang perlu dimaksimalkan adalah keterampilan komunikasi, pemahaman tingkah laku manusia dan kekuatan pribadi untuk meningkatkan pertumbuhan klien yang terfokus pada pengalaman dan perasaan klien (Damaiyanti, 2008 : 21).

Keterampilan komunikasi yang

dimiliki oleh dukun dalam melakukan komunikasi terapeutik dapat terwujud melalui pendekatan persuasi pada klien. Oleh karena itu konteks komunikasi magis juga dapat disejajarkan dengan istilah persuasi dalam komunikasi.

Menurut Ronald L. Applbaum dan Karl W.E. Anatol (1974) (dalam Malik dan Iriantara, 1994 : v) bahwa persuasi adalah proses komunikasi yang kompleks ketika individu atau kelompok mengungkapkan pesan (sengaja atau tidak sengaja) melalui cara-cara verbal dan nonverbal untuk memperoleh respons tertentu dari individu atau kelompok lain. Bettinghous merumuskan persuasi sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk mempengaruhi orang lain dengan usaha mengubah keyakinan, nilai, atau sikap mereka. Sedangkan Winston Brembeck dan William Howell (1952) mendefinisikan persuasi sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasikan motif-motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan. Persuasi adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi pendapat, sikap, dan tingkah laku seseorang atau orang banyak (Roekomy, 1992 : 2).

Metode persuasif merupakan usaha yang dilancarkan seseorang untuk mempengaruhi orang lain dengan pesan-pesan yang sebelumnya telah dikelola seraya menyesuaikannya dengan keadaan psikologis yang dimiliki orang lain yang menjadi sasaran pesannya.

Uraian yang telah dipaparkan di atas memberikan pemahaman bahwa konsep komunikasi magis dan persuasi dalam penelitian ini memiliki kedudukan yang sejajar, yaitu sebuah konsep yang memiliki kesamaan dalam usaha meyakinkan orang lain.

Istilah dukun sering dikaitkan dengan seseorang yang memiliki kekuatan

linuwih, lengket dengan mantera-mantera, dan urusan mistik (Abdillah, 2006 : 1). Dukun atau paranormal adalah orang yang mengaku mengetahui ilmu ghaib dan memberikan kabar kepada manusia tentang kejadian yang ada di alam semesta (Syamsudin, 2008 : 78). Dukun adalah orang yang memiliki *ngelmu* ghaib yang diperoleh dengan cara *laku* mistik dan memanfaatkannya untuk membantu atau menolong orang yang membutuhkannya (Heru S.P. Saputra, 2007 : xxii). Dalam Kamus Bahasa Indonesia dukun didefinisikan sebagai orang yang pekerjaannya mengobati, memberi jampi-jampi, mantra, guna-guna, dan sebagainya (hal. 368).

Fokus dalam penelitian ini adalah kompetensi komunikasi magis dukun. Adapun masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Bagaimana pengalaman, kemampuan dan keahlian dukun di Kabupaten Lamongan dalam melakukan pekerjaannya mengobati dan menolong klien ?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mengeksplorasi secara mendalam tentang kompetensi komunikasi magis dukun berkaitan dengan pekerjaannya dalam melayani dan mengobati klien di Kabupaten Lamongan Propinsi Jawa Timur.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yaitu studi yang mencerminkan sebuah pengalaman kehidupan (Given, 2008 : 614) yang bertujuan untuk memperoleh uraian lengkap yang merupakan esensi pengalaman (Mulyana dan Solatun, 2008 : 11), dan juga untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya

(Kuswarno, 2009 : 35).

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan dan Taylor, 1975 : 5). Alasan yang digunakan dalam menggunakan metode penelitian di atas adalah karena komunikasi merupakan sebuah proses konstruksi makna yang akan mengalami perubahan atau serangkaian tindakan serta peristiwa selama beberapa waktu dan yang menuju suatu hasil tertentu (Schramm dan Kincaid, 1987 : 95).

Yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah dukun dan klien yang ada di wilayah Kabupaten Lamongan Propinsi Jawa Timur. Sumber data atau informan dipilih secara *purposive* dengan syarat informan yang mengalami secara langsung peristiwa yang menjadi fokus penelitian, mampu menceritakan kembali peristiwa yang dialaminya, dan bersedia dijadikan informan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan telaah dokumen. Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga alur kegiatan yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles & Huberman, 1992 : 16-19).

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini pembahasannya lebih difokuskan pada data penelitian yang terkait dengan kompetensi komunikasi magis dukun. Berdasarkan pendapat Adler dan Rodman (2006 : 19-20) yang menjelaskan tentang beberapa karakteristik penting dalam kompetensi komunikasi yaitu : 1) kompetensi adalah situasional yang menganggap bahwa

kompetensi komunikasi adalah sifat seseorang yang memiliki kelebihan atau kekurangan tertentu berdasarkan situasi yang ada di sekitarnya; 2) kompetensi adalah relasi yang menganggap bahwa perilaku yang kompeten dalam satu hubungan belum tentu kompeten pada orang lain; 3) kompetensi dapat dipelajari yang menganggap bahwa komunikasi merupakan seperangkat keterampilan yang setiap orang dapat belajar.

Kategori kompetensi komunikasi ini juga didasarkan pada pendapat Lehtonen bahwa kompetensi komunikasi adalah bagian dari kompetensi sosial. Kompetensi sosial adalah kemampuan individu berupa perilaku dan keterampilan yang digunakan untuk mengawasi lingkungan sosialnya. Atau dapat juga didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengatasi setiap rintangan dalam kehidupan kesehariannya (Korhonen, 2002 : 27-28).

Berdasarkan pendapat di atas, maka kompetensi komunikasi magis dukun pada penelitian ini dapat dikategorikan menjadi beberapa kompetensi komunikasi yaitu komunikasi *suwuk*, komunikasi *petungan*, komunikasi *penerawangan*, dan komunikasi *prewangan*.

1. Komunikasi *Suwuk*

Dalam dunia perdukunan, *suwuk* merupakan istilah yang tidak asing dan menjadi bagian dari proses penyembuhan dan pertolongan yang dilakukan oleh dukun. *Suwuk* adalah *sebulan* atau *tiupan* dari mulut seseorang setelah membaca doa-doa atau mantra-mantra yang ditujukan pada obyek tertentu. Dalam istilah lain, *suwuk* dapat diartikan sebagai *rapalan*, yaitu kalimat-kalimat yang diucapkan berupa doa-doa atau mantra-mantra untuk kepentingan tertentu.

Berdoa berarti menghubungkan, mengkomunikasikan, dan menyelaraskan

pikiran dengan kecerdasan tak terhingga (Yang Maha Kuasa) yang merespons sesuai dengan sifat pemikiran dan kepercayaan masyarakat. Dalam sejarah umat manusia, tidak ada satupun masalah yang tidak bisa dipecahkan dengan doa. (Murphy, 2010 ; 19-20).

Berpijak pada pernyataan di atas, maka proses penyembuhan melalui *suwuk* dapat dikatakan sebagai komunikasi melalui *suwuk*. Seorang dukun membaca doa-doa atau mantra-mantra yang memiliki kekuatan energi yang dijadikan sebagai pesan dan dikirimkan melalui media tertentu, dapat berupa air, garam ataupun *jimat*. Melalui media tersebut, pesan dapat terkirim dan diterima oleh yang memiliki hajat.

Air adalah energi dalam bentuk cair, dapat dilihat, dirasakan, dipegang, dan dapat berubah bentuk. Misalnya, berupa tindakan, kerjasama, dan relasi. Energi air juga terdapat pada kata-kata positif, doa, dan meditasi (Gondosari, 2010 : 3-4)

Berdasarkan penelitian Dr. Masaru Emoto (2006), air sanggup menerima pesan positif atau negatif yang ditujukan kepadanya. Saat air mendapatkan perlakuan ataupun kata-kata yang positif, ia akan memberikan sebuah respons dengan membentuk sebuah kristal es berbentuk heksagon yang indah. Sementara jika ia mendapatkan perlakuan atau kata-kata yang negatif, ia tidak akan membentuk kristal yang indah, melainkan membentuk sesuatu yang menakutkan atau tak berbentuk.

Air dapat menjadi media untuk menyampaikan pesan baik berupa do'a, permohonan, harapan, dan segala hal yang positif, termasuk juga doa sebagai penyembuh (Muyosaro, 2012 : 39). Jika dahulu masyarakat masih beranggapan bahwa air yang dijadikan dukun sebagai media pengobatan hanyalah sebuah sugesti untuk kesembuhan seseorang,

maka sekarang dengan penemuan Dr. Masaru Emoto tentang kekuatan dan energi air masyarakat yakin bahwa energi yang ada dalam air dapat dijelaskan secara rasional dan ilmiah.

Suwuk dilakukan setelah melakukan doa-doa atau mantra-mantra. Doa-doa yang dibaca disesuaikan dengan permasalahan tamu yang datang. Agar *suwuk* nya dapat mujarab dan “jodoh” sesuai dengan permintaan tamu, sebelum melakukan *suwuk* atau *menyuwuk* orang, dukun harus melakukan ritual-ritual tertentu dengan melakukan amalan-amalan khusus yang telah dipelajarinya.

Semua orang dapat melakukan *suwuk*, namun tidak dapat dijamin *mandi* (mujarab). Begitu juga dengan dukun. Banyak dukun yang melakukan *suwuk*, tetapi tidak jarang pula yang tamunya sedikit. Fenomena ini kemudian melahirkan tipologi menjadi dukun *mandi* dan dukun tidak *mandi*. Istilah *mandi*, merupakan istilah khas yang seringkali digunakan oleh masyarakat setempat sebagai legitimasi *strootip* pada dukun yang banyak didatangi orang karena kesaktiannya dalam menyembuhkan orang. Tidak *mandi* berarti tidak banyak tamu yang datang untuk meminta pertolongan. Ritual-ritual yang dilakukan oleh dukun agar *suwuknya* *mandi* tidak dilakukan hanya sekedar melakukan ritual puasa pada setiap saat. Ritual puasa dilakukan berdasarkan perhitungan hari dan *pasaran*.

Ada juga proses *nyuwuk* yang menggunakan media kertas sebagai tempat menulis doa-doa atau mantra-mantra. Namun demikian, kertas yang telah ditulis dengan doa dan mantra tersebut dimasukkan ke dalam air, kemudian airnya diminum oleh orang yang memiliki masalah.

Penjelasan di atas memberikan pemahaman bahwa pesan komunikasi

yang berupa doa-doa atau mantra-mantra yang dilakukan oleh dukun dapat dikategorikan sebagai pesan komunikasi. Pesan komunikasi berada dalam sebuah doa atau mantra yang ditransmisikan melalui media air, garam, atau *jimat* dan diterima oleh yang sakit atau orang yang memiliki masalah. Efek komunikasi tersebut berupa kesembuhan jika sakit, toko yang sepi menjadi ramai, rumah tangga yang tidak rukun menjadi damai, dan lain sebagainya. Proses komunikasi inilah yang kemudian dapat dinamakan sebagai komunikasi melalui *suwuk*.

2. Komunikasi *Petungan*

Komunikasi tidak dapat melepaskan diri dari persepsi. Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi (Mulyana, 2007 : 167). Persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Syam, 2011 : 3).

Dalam konteks komunikasi, *petungan* dapat dipahami sebagai persepsi sebagaimana yang dikatakan Mulyana (2007) dan Syam (2011) yaitu penafsiran berdasarkan pengalaman seseorang tentang obyek tertentu yang melahirkan persepsi yang sama. Dukun sebagai orang yang memiliki pengalaman tentang obyek tertentu berdasarkan *petungan* dan melakukan penafsiran pada masalah yang dibawa oleh pasien/klien/tamu.

Petungan atau ‘hitungan’ disebut juga dengan sistem ramalan numerologi. Dalam system yang berbelit-belit ini terletak konsep metafisis orang Jawa yang fundamental yaitu *cocok*. *Cocok* berarti sesuai, sebagaimana kesesuaian kunci dengan *gembok*, obat mujarab dengan penyakit, dan sebagainya (Geertz, 1983

: 39). *Petungan* yaitu perhitungan baik-buruk yang dilukiskan dalam lambang dan watak suatu hari, tanggal, bulan, tahun, dan sebagainya (Purwadi, 2006: 23). Sistem perhitungan inilah yang digunakan oleh sebagian besar dukun dalam melakukan pekerjaannya.

Sistem *petungan* berusaha menyesuaikan antara perbuatan seseorang dengan sistem yang telah diyakini telah mengatur kehidupan. Manusia menyesuaikan sistem yang bekerja pada alam semesta dan lingkungan sekitar. Bertemunya perilaku manusia dengan sistem yang bekerja pada alam semesta membentuk harmoni. Dalam suatu harmoni, hubungan yang paling tepat adalah terpastikan, tertentu, dan bisa diketahui. (Geertz, 1983 : 39).

Sistem *petungan* memberikan suatu jalan untuk menyatakan hubungan yang harmonis antara perbuatan dengan sistem alam yang bekerja. *Petungan* merupakan cara untuk menghindarkan semacam disharmoni dengan tatanan umum alam yang hanya akan membawa ketidakuntungan. Oleh karena itu, setiap perbuatan manusia harus menyesuaikan dengan sistem alam yang telah mengaturnya. Contohnya, bagi orang yang ingin mendirikan rumah, atau memilih tempat yang akan dijadikan sebagai rumah tempat tinggalnya tidak akan melakukan pembangunan rumah secara *serampangan*, tetapi harus dilihat bagaimana sistem alam yang beredar terlebih dahulu, baru kemudian menentukan pembangunan rumahnya.

Seringkali masalah yang di *petung* (dihitung) adalah masalah perjodohan. Orang mendatangi dukun untuk bertanya apakah si Fulan berjodoh dengan si Fulani? Bila keinginan untuk menjodohkan sudah bulat, namun terhalang oleh aspek nama pasangan, maka salah satu calon kemudian dirubah,

ditambah, atau diganti namanya. Masalah perjodohan tidak ada dokter yang menangani. Hanya "orang tua" atau dukun yang mampu memprediksinya.

Dengan menggunakan rumus perhitungan hari pasaran, maka sebenarnya komunikasi antara dukun dengan tamu/klien yang datang adalah proses menyamakan persepsi antara dukun dengan tamunya. Kebanyakan tamu/klien yang datang yang diprediksi dengan menggunakan rumus perhitungan hari lahir berdasarkan pasarnya (*weton*) di atas sangat mempercayainya sehingga memiliki persepsi yang sama dengan dukun. Dan itulah inti komunikasi.

3. Komunikasi Penerawangan

Komunikasi melalui *penerawangan* ini dapat dikategorikan dalam konteks komunikasi intrapersonal. Dalam komunikasi intrapersonal, pada saat mengirim pesan (*encoding*) maupun menerima pesan dan menyandi balik pesan tersebut (*decoding*) dalam diri individu telah melakukan proses psikologis dalam diri seseorang. Proses tersebut adalah sensasi, asosiasi, persepsi, memori, dan berpikir.

Sensasi adalah proses pencerapan informasi (energi/stimulus) yang datang dari luar melalui pancaindera. Asosiasi adalah pengalaman dan kepribadian yang mempengaruhi proses sensasi. Persepsi adalah pemaknaan / arti terhadap informasi (energi/stimulus) yang masuk ke dalam kognisi manusia. Memori adalah stimuli yang telah diberi makna direkam dan disimpan dalam otak (memori) manusia. Berpikir adalah akumulasi dari proses sensasi, asosiasi, persepsi, dan memori yang dikeluarkan untuk mengambil keputusan (Syam, 2011 : 2-5).

Ketika proses psikologis tersebut berlangsung pada hakikatnya ada energi

dalam proses pengiriman (*encoding*) dan penerimaan informasi (*decoding*). Energi tersebut berupa pesan atau informasi sebagai stimuli melalui gelombang energi. Dengan energi tersebut apa yang tidak diketahui secara kasat mata dapat diketahui melalui mata batin, dan ini menjadi syarat seorang menjadi dukun.

Berpikir merupakan bagian dari aspek-aspek proses yang lain, sensasi, asosiasi, persepsi, dan memori. Fokus komunikasi *penerawangan* terletak ini pada aspek berpikir. Pikiran bersifat magnetis, dan pikiran memiliki frekuensi. Selama anda berpikir, pikiran-pikiran itu dikirim ke semesta, dan pikiran-pikiran itu akan menarik semua hal serupa yang berada di frekuensi yang sama. Segala sesuatu yang dikirim ke luar akan kembali ke sumbernya (Byrne, 2012 : 12).

Realitas ini menunjukkan bahwa dengan *penerawangan* dapat diketahui segala sesuatu yang mungkin tidak dapat tampak secara inderawi, namun secara batin dapat ditampilkan sebagaimana adanya. Ini merupakan bagian dari realitas komunikasi dengan menggunakan indera keenam. Istilah lain yang sering digunakan untuk mendeskripsikan fenomena komunikasi dengan indera keenam adalah komunikasi dengan menggunakan telepati. Telepati adalah kemampuan memberi kesan kepada batin orang lain dengan pikiran yang mempunyai tujuan tertentu, tanpa melalui indera yang lazim (Buckland & Carrington, 2012 : 53).

Peter L. Berger menamakan istilah komunikasi penerawangan ini dengan istilah *debunking* dalam sosiologi (Samuel, 2012 : 6) yaitu kemampuan menganalisis fenomena sosial dengan mampu menerawang, menembus suatu peristiwa sosial sehingga mendapati tatanan institusional yang memungkinkan peristiwa tersebut terjadi.

Dukun memiliki apa yang diinginkan oleh Berger sebagai kesadaran komunikologi. Bagi dukun, *penerawangan* menjadi bagian dari rutinitas pekerjaan yang dilakukan dalam membantu tamu atau klien yang datang. Semakin akurat kemampuan menerawang maka semakin tepat keputusan yang akan diambil dalam menolong dan mengobati orang.

Bagi para dukun itu sudah menjadi tradisi dalam aktivitas kesehariannya dalam menolong orang lain. Dalam menolong kliennya, dukun melakukan konsentrasi sejenak, dalam bahasa lain dikatakan sebagai meditasi atau telepati. Ritual ini dilakukan untuk mengetahui apa sebenarnya yang terjadi pada kliennya.

Perspektif lain untuk melihat penyakit atau apa yang terjadi pada seseorang tamu yang datang juga dapat dilihat dari aura yang memancar dari orang tersebut. Pancaran warna-warni aura dapat mengungkap keadaan fisik dan psikis seseorang, aura seseorang akan berubah sesuai kondisi dan keadaan fisik mentalnya. Pancaran aura seseorang ini dapat dilihat oleh orang yang memiliki kelebihan khusus. Hanya dengan melihat aura tamu atau klien yang datang, seorang dukun sudah dapat mengetahui apa yang terjadi. Istilah lain yang sering digunakan untuk melihat aura adalah *penerawangan*, yaitu menerawang aura tubuh klien yang datang.

Berdasarkan pengamatan selama penelitian, peneliti pernah mengamati seorang dukun yang melakukan komunikasi melalui *penerawangan*. Dari dialog yang peneliti dengarkan, kliennya berasal dari Madura yang sedang mengeluh sakit melalui telepon seluler. Dukun tersebut memandu kliennya untuk memegang bagian yang sakit dengan tangan kirinya. Kemudian dukun ini melakukan pembicaraan dengan

kliennya tentang sakitnya dan diprediksi sakitnya itu apa. Dan benar, klien tersebut mengakui tentang sakitnya sesuai dengan apa yang dikatakan oleh dukun tersebut.

Aktivitas ini merupakan komunikasi melalui *penerawangan* oleh dukun pada kliennya. Dalam bahasa lain dapat dikatakan sebagai tenaga psikokinetis yaitu tenaga pikiran manusia yang dihasilkan atas dasar konsentrasi tingkat tinggi sehingga dapat mengetahui pikiran orang lain (Saputra, 2007 : xxxv).

Dalam proses komunikasi intrapersonal, fokus komunikasi *penerawangan* terletak pada aspek berpikir, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan sesuatu yang baru (*creativity*) (Syam, 2011 : 5). Dalam hal ini dukun mengambil keputusan, memecahkan persoalan, dan menghasilkan sesuatu yang dapat membantu klien yang membutuhkan pertolongannya.

4. Komunikasi *Prewangan*

Geertz (1983 : 116) menyebut dukun *prewangan* sebagai dukun yang menggunakan *prewangan* sebagai perantara (medium) dalam mengobati, membantu, dan menolong klien yang datang. Istilah *prewangan* ini biasanya disebut dengan *khadam* atau *khodam* yaitu yang membantu pekerjaannya sebagai dukun. *Khodam* adalah jin atau makhluk halus yang bekerjasama dengan dukun dalam mengobati atau menangani klien yang datang minta pertolongan (Daruputra, 2007 : 107).

Proses komunikasi *prewangan* terjadi melalui dukun yang meminta bantuan *khodam*-nya untuk menyembuhkan atau menolong klien yang datang meminta pertolongan. Pesan yang disampaikan seorang dukun dipandu oleh *khodam*-nya

sehingga komunikasi yang dilakukan oleh dukun dengan kliennya dapat dikategorikan efektif.

Menurut Gus Wahid (dalam Tambusai, 2010 : 508) dukun yang kerjanya terkait dengan *prewangan* itu memiliki tiga kriteria ; *pertama*, dukun yang menguasai jin, dukun dapat mendatangkan dan memerintahkan sesuai keinginannya. *Kedua*, dukun yang dikendalikan oleh jin, cirinya dukun mengalami kesurupan (*trance*) dan bahkan suaranya dapat berubah. *Ketiga*, dukun yang tidak bisa apa-apa, dukun inilah yang pekerjaannya banyak menipu orang.

Berdasarkan data di lapangan, *prewangan* atau *khodam* itu dapat dibeli dengan harga tertentu. Dukun yang demikian ini termasuk dalam kategori dukun yang dikendalikan jin. Ada juga dukun yang termasuk dalam kategori menguasai jin sebagai *prewangan*. Dukun yang memiliki kemampuan ini dapat memerintah kapanpun jika menghendakinya. Ada juga dukun yang mengakui datang dan perginya *prewangan* atau jin tidak dapat diketahuinya. Kategori ini termasuk dalam model kerasukan (*trance*) oleh jin yang menjadi *prewangan*-nya.

Demikianlah proses komunikasi melalui *prewangan* yang dilakukan oleh dukun dalam menolong dan menyembuhkan klien atau tamunya yang datang meminta bantuan. Komunikasi yang dilakukan dapat dirasakan efektif karena menggunakan makhluk ghaib, *khodam* atau jin yang membantunya.

5. Penyampaian Pesan Dukun

Secara teoritis, ada beberapa teknik dalam menyampaikan pesan dalam komunikasi, yaitu teknik informatif, teknik persuasif, teknik instruktif/koersif, dan teknik hubungan manusiawi (Effendy, 1999 : 8-9). Penyampaian pesan dengan teknik informatif memiliki tujuan

komunikasi hanya sebatas agar orang lain mengerti dan tahu. Penyampaian pesan dengan teknik persuasif memiliki tujuan komunikasi agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan sebagainya. Penyampaian pesan dengan teknik instruktif/koersif merupakan gabungan antara teknik informatif dan persuasif, yaitu komunikasi yang memiliki tujuan tidak saja memberi pengertian namun juga pesan yang bersifat memerintah, bahkan disertai dengan ancaman agar pesan yang disampaikan segera dilaksanakan. Sedangkan penyampaian pesan dengan teknik hubungan manusiawi juga merupakan gabungan antara teknik informatif dan persuasif, namun dalam teknik ini dalam penyampaian pesannya lebih mengutamakan aspek *humanis* manusia, yaitu lebih mengutamakan aspek empati daripada instruktif/koersif.

Penyampaian pesan yang dilakukan oleh dukun ini jika dianalisis maka akan menuju pada teknik informatif dan juga persuasif dalam komunikasi. Tujuan komunikasi yang dilakukan oleh dukun adalah untuk memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) dan perilaku atau (*behavior*). Komunikasi persuasif lebih sulit dari pada komunikasi informatif, karena memang tidak mudah mengubah pendapat, sikap dan perilaku seseorang atau sejumlah orang (Liliweri, 2001 : 3-6).

Dalam membangun kepercayaan dan keyakinan kepada para tamunya, dukun melakukan berbagai hal terkait dengan pesan-pesan yang disampaikan ke para tamunya. Kepercayaan adalah rasa yakin adanya sesuatu atau akan kebenaran sesuatu (Devito : 1997 : 447). Dalam konteks membangun kepercayaan dan keyakinan, dukun lebih banyak memberikan pesan terkait dengan

ajaran-ajaran agama sebagai dasar dalam memberikan keyakinan dan kepercayaan.

Ada juga dukun yang membangun kepercayaan dengan menggunakan teknik penyampaian pesan melalui unsur kesesuaian antara yang diperhitungkan (Bahasa Jawa : *petungan cocok*) dengan kondisi permasalahan yang disampaikan seorang tamu yang datang. Teknik penyampaian pesan seorang dukun di sini hanya sebatas "kesesuaian" antara masalah yang dihadapi seorang tamu dengan rumus-rumus perhitungan jawa.

Ada juga yang menyampaikan pesan kepada tamunya dengan teknik instruktif dan bahkan koersif. Jika tamu yang datang masih dirasakan kurang percaya dan yakin, sang dukun mampu merasakannya dan harus melakukan suatu tindakan yaitu dengan memanggil tamu itu secara tersendiri dan disampaikan kata-kata yang membuat tamu dapat percaya dan yakin.

Dengan demikian, dukun dalam menyampaikan pesan kepada para tamunya juga menggunakan teknik-teknik yang memiliki substansi sama dengan yang selama ini dikenal dalam dunia komunikasi yaitu komunikasi informatif, persuasif, instruktif/koersif, hubungan manusiawi. Hanya saja cara melakukannya dalam prakteknya ada yang berbeda, misalnya ; dukun dalam menyampaikan pesannya tersebut sudah memiliki keunggulan pada diri tamu yang datang, yaitu keyakinan yang dimiliki tamu. Tanpa keyakinan, mereka tidak akan mendatangi dukun. Modal keyakinan ini sudah menjadi senjata yang penting bagi seorang dukun dalam menyampaikan pesan-pesannya.

6. Komunikasi *Getok Tular* Dukun

Komunikasi *getok tular* adalah komunikasi berantai yang beredar dengan sendirinya di suatu komunitas tertentu. Seseorang menyampaikan

pesan kepada seseorang, kemudian pesan tersebut bergerak karena orang tersebut kemudian menyebarkan pesan tersebut. Komunikasi dari mulut ke mulut (*words-of-mouth-communication*) merujuk pada penyampaian informasi yang pada umumnya dilakukan secara lisan dan informal dari seseorang kepada orang lain secara pribadi, antara dua individu atau lebih (Harjanto dan Mulyana, 2008 : 233).

Fenomena keberadaan dukun memang unik ketika ditinjau dalam perspektif komunikasi. Pada umumnya, tidak ada dukun yang melakukan promosi secara terang-terangan, apalagi menulis nama dalam papan informasi di depan rumah sebagaimana yang dilakukan oleh para dokter yang terdiri dari nama dokter dan jam prakteknya.

Realitas di lapangan, peneliti tidak menemukan satu-pun dukun yang memasang nama di papan informasi di depan rumahnya. Namun klien dan tamu yang datang justru berdatangan dari segala penjuru. Oleh karena itu benar apa yang telah disampaikan Geertz (1983: 122) bahwa reputasi seorang dukun selalu lebih besar di luar daerah tempat tinggalnya daripada di daerahnya sendiri. Hal ini terjadi karena kepercayaan seseorang pada dukun itu lebih meyakinkan tidak kenal orangnya daripada sudah mengenal dukunnya.

Menyebarnya opini tentang dukun yang dapat menyembuhkan dan menolong ini terjadi secara alami dan menjadi bagian dari kehidupan manusia. Individu memiliki kecenderungan untuk berkumpul dan berkomunitas dengan orang-orang yang memiliki kepentingan yang sama. Menurut Joe Vitale (Byrne : 2012 : 11) pikiran-pikiran memancarkan sinyal magnetis yang menarik hal serupa kembali ke arah yang memikirkan. Pikiran manusia memiliki frekuensi

yang selalu memancar. Pikiran akan selalu bertemu dengan pikiran yang sama sebagaimana radio akan selalu berbunyi jika gelombang frekuensinya tepat, telepon seluler akan berbunyi jika nomornya tepat. Manusia yang memiliki kepercayaan ke dukun akan bertemu juga dengan orang-orang yang sering mendatangi dukun. Selalu ada alternatif jika menemui kesulitan dan selalu ada informasi jika menginginkannya.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka dukun selalu terkenal di luar daerahnya daripada di lingkungannya sendiri. Orang mengenal dukun dari mulut ke mulut karena memiliki pikiran yang sama, dan pada akhirnya di manapun keberadaan dukun dapat terdeteksi tempat tinggalnya karena informasi dari mulut ke mulut.

Dari hasil wawancara dengan informan, semua informan mengatakan bahwa tamu atau klien yang datang lebih banyak yang dari luar daerahnya sendiri. Hal ini disebabkan karena komunikasi *getok tular* yang dilakukan oleh masyarakat tentang dukun-dukun 'sakti' yang dipercaya dapat menyelesaikan segala permasalahan kehidupannya.

Simpulan

Berdasarkan data-data yang telah disajikan dan dianalisis, penelitian ini menghasilkan simpulan penelitian sebagai berikut : Kemampuan dan keahlian yang dimiliki dukun adalah *suwuk, petungan, penerawangan, dan prewangan*. *Suwuk* adalah *sebulan* atau *tiupan* dari mulut seseorang dukun setelah membaca doa-doa atau mantra-mantra yang ditujukan pada obyek tertentu. *Petungan* yaitu perhitungan baik-buruk yang dilukiskan dalam lambang dan watak hari, tanggal, bulan, tahun, dan sebagainya. *Penerawangan* adalah kegiatan meditasi yang dilakukan

oleh seorang dukun untuk mengetahui apa yang telah, sedang, dan akan terjadi pada diri seseorang. Istilah *prewang* dukun ini merujuk pada aktivitas dukun yang dalam melakukan pengobatan dan menolong orang dibantu oleh makhluk halus (jin). Teknik penyampaian pesan yang digunakan oleh dukun lebih cenderung kepada teknik penyampaian informatif dan persuasif.

Kemampuan dan keahlian yang dimiliki dukun di atas melahirkan konsep komunikasi baru yaitu komunikasi suwuk, komunikasi petungan, komunikasi penerawangan, dan komunikasi prewang.

Komunikasi *Suwuk* adalah pesan-pesan komunikasi berada dalam sebuah doa atau mantra yang ditransmisikan melalui media air, garam, atau *jimat* dan diterima oleh yang sakit atau orang yang memiliki masalah. Efek komunikasi tersebut berupa kesembuhan jika sakit, toko yang sepi menjadi ramai, rumah tangga yang tidak rukun menjadi damai, dan lain sebagainya.

Komunikasi *Petungan* adalah proses menyamakan persepsi antara dukun dengan tamunya melalui prediksi dengan rumus perhitungan hari lahir berdasarkan pasarnya (*weton*). Komunikasi *Penerawangan* dapat dikategorikan dalam konteks komunikasi intrapersonal. Dalam diri individu telah melakukan proses psikologis. Proses tersebut adalah sensasi, asosiasi, persepsi, memori, dan berpikir. Dalam proses komunikasi intrapersonal, fokus komunikasi *penerawangan* terletak pada aspek berpikir, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan persoalan (*problem solving*), dan menghasilkan sesuatu yang baru (*creativity*). Dalam hal ini dukun mengambil keputusan, memecahkan persoalan, dan menghasilkan sesuatu yang dapat membantu klien yang

membutuhkan pertolongannya

Komunikasi *Prewangan* terjadi melalui dukun yang meminta bantuan *khodam*-nya untuk menyembuhkan atau menolong klien yang datang meminta pertolongan. Pesan yang disampaikan seorang dukun dipandu oleh *khodam*-nya sehingga komunikasi yang dilakukan oleh dukun dengan kliennya dapat dikategorikan efektif.

Kesaktian dukun dalam mengobati dan menolong orang lain menyebar melalui sistem komunikasi *getok tular* yang dilakukan oleh masyarakat sendiri. Masyarakat sendirilah yang memilah-milah siapa yang lebih *mandi* dalam mengobati dan menolong orang lain. Masyarakat sendirilah yang menilai seberapa jauh kemampuan dan keahlian dukun dalam menolong orang lain

Adapun saran yang dapat direkomendasikan atas hasil penelitian ini yaitu ; Pertama, penelitian dapat dikembangkan lagi sebagai pengembangan keilmuan komunikasi terkait dengan dunia perdukunan dalam perspektif yang lain. Kedua, Realitas masyarakat menunjukkan tidak dapat menghindar dari dunia perdukunan. Oleh karena itu diperlukan konsep standarisasi bagi dukun yang melakukan praktek. Ketiga, keberadaan dukun perlu dipandang sebagai sesuatu yang positif untuk dapat menolong orang lain dengan perspektif lain

Daftar Pustaka

- Abdillah, Abu Umar. 2006. *Dukun Hitam, Dukun Putih*. Klaten : Wafa Press
- Adler, Ronald B. dan George Rodman, 2006. *Understanding Human Communication*, New York Oxford dan Oxford University Press
- Al'asqqor, Umar Sulaiman. 2001. *Dunia Perdukunan ; Tenung, Sihir, Santet*,

- Paranormal, Totalitas Penyembuhan Islami*. Yogyakarta ;Pustaka Nabawi
- Atkinson, Jane Monnig. 1987. *The Effectiveness of Shamans In an Indonesian Ritual*, 1987 (Dalam Jurnal ; American Anthropologist, New Series, Vol. 89, No. 2 (Jun, 1987)
- Birx, H. James. 2006. *Encyclopedia of Anthropology, Jilid I*. California : Sage Publications, Inc.
- Bogdan, Robert dan Steven J. Taylor. 1992. *Introduction To Qualitative Research Methods*, Terjemahan : Arif Furqon. Surabaya : Usaha Nasional
- Buckland, Reymond & Hereward Carrington. 2012. *Rahasia Keajaiban Dunia Mistik*. Semarang : Dahara Prize
- Byrne, Rhonda. 2012. *The Secret*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Damayanti, Mukhrifah. 2008. *Komunikasi Terapeutik : Dalam Praktek Keperawatan*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Alih Bahasa : Agus Maulana. Jakarta : Professional Books.
- Daruputra, Budi. 2007. *Santet ; Realita di Balik Fakta*. Malang ; Bayumedia Publishing
- Given, Lisa M. 2008. *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. California : SAGE Publications, Inc.
- Effendy, Onong Uchjana. 1999. *Ilmu Komunikasi ; Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosydakarya
- Gudykunst, William B. 2004. *Bridging Differences ; Effective Intergroup Communication*. 4th Edition. California : SAGE Publications, Inc.
- Geertz, Clifford, 1983. *The Religion of Jawa, Terjemahan ; Aswab Mahasin, Abangan, Santri, Priyayi Dalam Masyarakat Jawa*. Jakarta : Dunia Pustaka Jaya
- Gondosari, Aloysius H. 2010. *The Miracle of 5 Elements Energy*. Jakarta : E-tera
- Hall, L. Michael. 2001. *Communication Magic ; Exploring the Structure and Meaning of Language*. Wales : Crown House Publishing Limited.
- Harjanto, Rudy dan Deddy Mulyana, 2008. *Komunikasi Getok Tular : Pengantar Popularitas Merk*. Dalam Jurnal Mediator, vol. 9 no. 02, Desember 2008
- Kincaid, D. Lawrence dan Wilbur Schramm. 1987. *Asas-Asas Komunikasi Antarmanusia*. Terjemahan Agus Setiadi. Jakarta : Kerjasama antara LP3ES dengan West-West Communication Institute Hawaii
- Koestoer, Amia Luthfia R. 1999. *Kompetensi Komunikasi Antarbudaya (Studi Kasus Pada Proses Adaptasi Peserta Training Dari Indonesia di Adelaide, Australia (Tesis, UI, Jakarta, 1999)*
- Korhonen, Kaisu Elina, 2002. *Intercultural Competence as Part of Professional Qualifications. A Training Experiment with Bachelor of Engineering Students*. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi ; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung : Widya Padjadjaran
- Liliweri, Alo. 2001. *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Matveev, Alexei V. 2002. *The Perception Of Intercultural Communication Competence By American And Russian Managers With Experience On Multicultural Teams*, Disertasi pada Faculty of the College of Communication of Ohio University.
- Malik, Dedy Djameluddin dan Yosali Iriantara (editor). 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung : Remaja Rosydakarya
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan : Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta : UI-Press.
- Muchtarom, Zaini. 2002. *Islam Di Jawa ;*

- Dalam Perspektif Santri dan Abangan.*
Jakarta : Salemba Diniyah
- Mujib, Fatekhul. 2009. *Islam Samin ; Ajaran Sinkretis.* Surabaya : Dakwah Digital Press
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi ; Suatu Penganatar.* Bandung : Remaja Rosyda Karya
- Murphy, Joseph. 2010. *Keajaiban Kekuatan Pikiran : Kisah-Kisah Nyata Tentang Mengubah Hal-Hal Mustahil Menjadi Mungkin dan Terlaksana.* Jakarta ; PT. Serambi Ilmu Semesta
- Muyosaro, Puspitarini. 2012. *Terapi Air Putih.* Jakarta : Dunia Sehat
- McCroskey, James C. (West Virginia University) dan Linda L. McCroskey (Arizona State University) ; *Self-Report As An Approach To Measuring Communication Competence,* Dalam *Jurnal : Communication Research Reports* Volume 5. Number 2 tahun 1988
- Mulyana, Deddy dan Solatun. Ed. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi : Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis.* Bandung : Remaja Rosyda Karya
- Purwadi, 2006. *Petungan Jawa.* Yogyakarta : PINUS Book Publisher
- Roekomy. 1992. *Dasar-Dasar Persuasi.* Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Samuel, Hanneman. 2012. *Peter Berger : Sebuah Pengantar Ringkas.* Depok, Jawa Barat : Penerbit Kepik
- Saputra, Heru S.P. 2007. *Memuja Mantra.* Yogyakarta : LkiS
- Strauss, Claude Levi. 1997. *Mitos, Dukun, dan Sihir.* Yogyakarta : Penerbit Kanisius.
- Strohner, Gert Rickheit Hans, 2008. *Handbook of Communication Competence.* Berlin · New York : Mouton de Gruyter.
- Syam, Nina Winangsih. 2011. *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi.* Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Syamsudin, Zaenal Abidin. 2008. *Membongkar Dunia Klenik & Perdukunan Berkedok Karomah.* Jakarta : Pustaka Imam Abu Hanifah.
- Yunita M, Pipit. 2009. *Pemanfaatan Pengobatan Dukun Magis Dalam Upaya Penyembuhan Penyakit di Palembang*
- Tambusai, Musdar Bustaman. 2010. *Jin, Sihir, dan Ruqyah Syar'iyah.* Jakarta : Pustaka Al-Kautsar
- Walter, Mariko Namba and Eva Jane Neumann Fridman, 2004. *Shamanism : an Encyclopedia of World Beliefs, Practices, and Culture. Volume I.* Santa Barbara, California : ABC-CLIO, Inc.