

**SHALAWATAN AIR HUJAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
UNTUK MENSOSIALISASIKAN MANFAAT AIR HUJAN DI
DESA KARANGWINONGAN KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Ina Imroatul Maimunah

NIM : 211015002

Pembimbing :

Muhammad Nurdin. M.Ag

NIP. 197604132005011001

**Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo**

2022

**SHALAWATAN AIR HUJAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
UNTUK MENSOSIALISASIKAN MANFAAT AIR HUJAN DI
DESA KARANGWINONGAN KABUPATEN JOMBANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana program Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Disusun Oleh :

Ina Imroatul Maimunah

NIM : 211015002

Pembimbing :

Muhammad Nurdin. M.Ag

NIP. 197604132005011001

**Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo**

2022

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ina Imroatul Maimunah
NIM : 211015002
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi/Thesis : Shalawatan Air Hujan Sebagai Media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan Manfaat Air Hujan Di Desa Karangwinongan Kabupaten Jombang.

Menyatakan bahwa naskah Skripsi/Thesis telah diperiksa dan disahkann oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 07 Juni 2022



Ina Imroatul M

NIM. 211015002



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ina Imroatul Maimunah

NIM : 211015002

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul ***Shalawatan Air Hujan Sebagai media Komunikasi Untuk Mensosialisaikan Manfaat Air Hujan Di Desa Karangwinongan, Kabupaten Jombang*** yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan karya sendiri. Bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Dan daftar untuk sumber, *footnote* dan segala kutipan dari penulis lain sudah tercantum pada laman.

Apabila dikemudin hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 22 April 2022

Yang membuat pernyataan



Ina Imroatul Maimunah

NIM. 211015002

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Munaqosah Skripsi

Kepada : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN

Ponorogo

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah secara cermat kami baca/teliti kembali dan setelah diadakan perbaikan/penyempurnaan sesuai petunjuk dan arahan kami, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ina Imrotul Maimunah

NIM : 211015002

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Shalawatan Air Hujan Sebagai Media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan Manfaat Air Hujan Di Desa Karangwinongan Kabupaten Jombang

Telah menenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqosah skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Untuk itu, kami ikut mengharap agar segera dimunaqosahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,

Muhammad Nurdin.M.Ag.

NIP.197604132005011001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Ina Imroatul Maimunah

NIM : 211015002

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Shalawatan Air Hujan Sebagai Media Komunikasi Untuk
Mensosialisasikan Manfaat Air Hujan di Desa Karangwinongan,
Kabupaten Jombang.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam munaqosah.

Ponorogo, 22 April 2022

Mengetahui,

Kepala Jurusan

Menyetujui,

Pembimbing

Kayyis Fithri Ajhuri, S.H.I.,M.A

NIP. 198306072015031004

Muhammad Nurdin.M.Ag.

NIP.197604132005011001

P O N O R O G O

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan segala rahmat Allah SWT yang telah memberikan anugerah tak ternilai dalam segala keterbatasan setiap hambanya, pemberi petunjuk dan karunia sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT. Kepada mereka pahlawan tanpa tanda jasa.

Kepada mereka yang memberi ruang untuk anaknya. Saya persembahkan karya tulis ini untuk :

- Kedua orang tua saya Bapak Kasimin dan Ibu Suyati yang telah mendukung, mendo'akan dan mengupayakan segala sesuatu bagi putrinya.
- Kepada kedua orang tua saya Bapak Kasimin dan Ibu Suyati yang telah dengan sabar mendo'akan dan mendukung saya dengan segenap cinta dan kasih sayangnya.
- Kepada kakak-kakak saya Siti Nur'aini, Erna Yuliani, Ika Setyo Rini yang senantiasa mendengarkan keluh kesah sepanjang hari yang tiada henti.
- Adik adikku tersayang semoga tumbuh dengan baik dan menjadi pribadi yang sholeh sholehah.
- Seluruh keluarga besar yang telah mendo'akan serta membantu tercapainya harapan demi harapan.
- Kepada sahabat saya Asit, Amanah, Een, Kholif, Emy yang selalu jadi partner dimana saja dan kapan saja.
- Teman-teman Yayasan Air Kita selaku narasumber yang selalu senantiasa membantu, mendukung dan mendo'akan atas kemudahan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

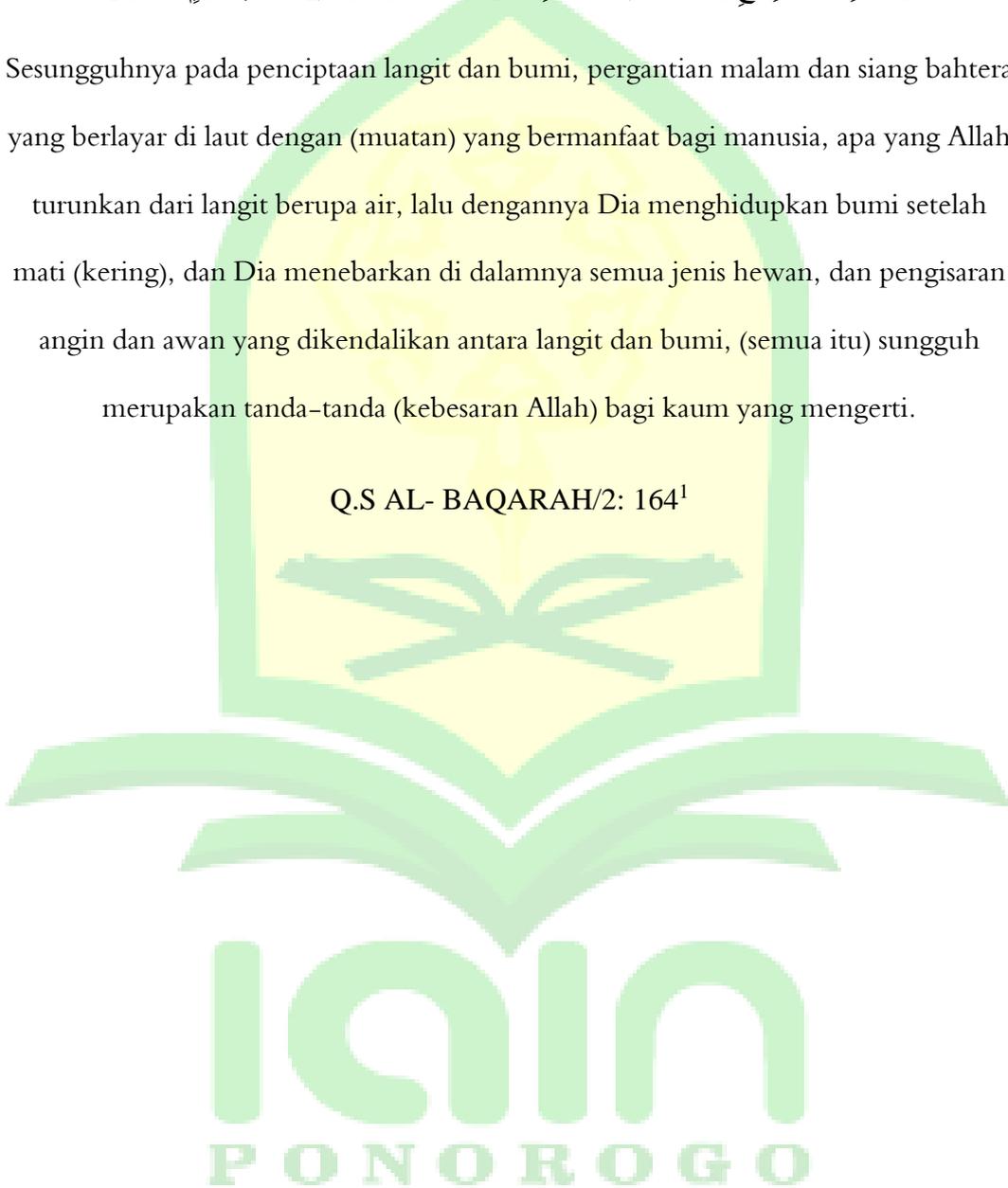
Semoga Allah SWT senantiasa memberikan *Ar-Rahman, Ar-Rahim, At-Taufiq*, serta *Hidayah-Nya* sehingga kita semua selalu dalam bimbingan dan ridho-Nya.

MOTTO

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ
النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَّاءٍ فَأَخْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ
وَتَصْرِيْفِ الرِّيْحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

Sesungguhnya pada penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang bahtera yang berlayar di laut dengan (muatan) yang bermanfaat bagi manusia, apa yang Allah turunkan dari langit berupa air, lalu dengannya Dia menghidupkan bumi setelah mati (kering), dan Dia menebarkan di dalamnya semua jenis hewan, dan pengisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi, (semua itu) sungguh merupakan tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang mengerti.

Q.S AL- BAQARAH/2: 164¹



¹ Q.S al-Baqoroh/2: 164¹



ABSTRAK

Maimunah, Ina Imroatul. 2022. *Shalawatan Air Hujan Sebagai Media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan Manfaat Air Hujan.* **Skripsi.** Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Muhammad Nurdin.M.Ag.

Kata Kunci : Hujan, Media, Komunikasi

Hujan merupakan anugerah Allah SWT yang memiliki segudang manfaat. Sekaligus menjadi misteri karena proses turunnya dari langit. Stigma lama membuat orang-orang menistakan air hujan. Melalui Shalawatan Air Hujan komunikasi diajak untuk melihat, mendiskusikan dan diberikan wawasan bahwa air hujan memiliki sisi yang baik yang tak banyak diketahui. Shalawatan Air Hujan menjadi media untuk menginformasikan berbagai manfaat itu. Dengan pendekatan kultural melalui kebudayaan lokal dan penambahan wawasan secara global, masyarakat perlahan diberikan stimulus secara verbal atau nonverbal melalui berbagai benda simbolik.

Rumusan masalah pada penelitian ini menekankan pada tiga poin. *Pertama*, bentuk komunikasi. *Kedua*, tipologi komunikasi. *Ketiga* adalah berbicara mengenai efektivitas komunikasi yang terjadi. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan berbagai bentuk komunikasi yang terbangun pada saat mensosialisasikan manfaat air hujan ditengah masyarakat yang notabennya tidak begitu memperhatikan manfaatnya. Untuk menjawab rumusan masalah yang ada peneliti menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini komunikasi dianggap efektif apabila tingkat kontinuitas penggunaan air hujan meningkat. Sehingga bentuk dan tipe komunikasi yang digunakan bisa efektif diterapkan pada masyarakat.

Hasil dari penelitian ini memberikan penjelasan bahwa *pertama*, bentuk komunikasi pada kegiatan ini menggunakan komunikasi verbal dan Non-verbal. *Kedua*, Tipologi komunikasi yang digunakan pada kegiatan ini menekankan pada teori komunikasi Intrapersonal, komunikasi interpersonal, dengan memfokuskan pada kelompok kecil atau kelompok skala besar. *Ketiga*, efektivitas komunikasi yang berlangsung pada kegiatan ini menggunakan unsur komunikasi yang komplit (sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik serta gangguan). Komunikasi yang dibangun bersifat menyeluruh sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima oleh masyarakat dalam skala umum. Dengan menambahkan metode persuasi maka audien mampu semakin terpersuasi dengan pesan yang disampaikan oleh pembuat acara. Selain itu, penggunaan komunikasi massa juga terlibat didalamnya sehingga sifat daripada kegiatan ini bersifat linier dan bukti yang cukup efektif adalah ketika audien menghubungi kembali untuk mengonsumsi air hujan atau sekedar belajar tentang air hujan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Shalawatan Air Hujan Sebagai Media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan Manfaat Air Hujan di Karangwinongan Kabupaten Jombang**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Proses menuju akhir perjuangan ini sangatlah tidak mudah sehingga penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat dan sekaligus paksaan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang setulus tulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
2. Bapak Dr. Ahmad Munir M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
3. Bapak Kayyis Fithri Ajhuri, S.H.I.,M.A selaku Kepala Jurusan Fakultas Ushuluddin, Adab dan dakwah yang selalu memberikan perhatian kepada mahasiswanya.
4. Bapak Muhammad Nurdin.M.Ag. selaku pembimbing yang selalu menerima segala alasan klise penulis dan selalu memberikan arahan walaupun penulis kerap menghilang.
5. Seluruf Staff Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang turut membantu persoalan administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat PMII terkhusus angkatan 15 yang memberikan support tiada haisnya hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

7. *All Team Eiger Adventure Store* Madiun dan Magetan yang sudah membantu kemudahan akses untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis telah berusaha menyusun penelitian ini dengan sistematis. Harapan besar semoga penelitian ini berguna untuk aktivitas pendidikan dan sebagai rekam jejak bahwa kegiatan ini dilaksanakan. Sehingga bisa dipelajari oleh publik. Tidak menafikkan bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Berbagai kritik dan saran positif sangat dibutuhkan demi kebaikan penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat.

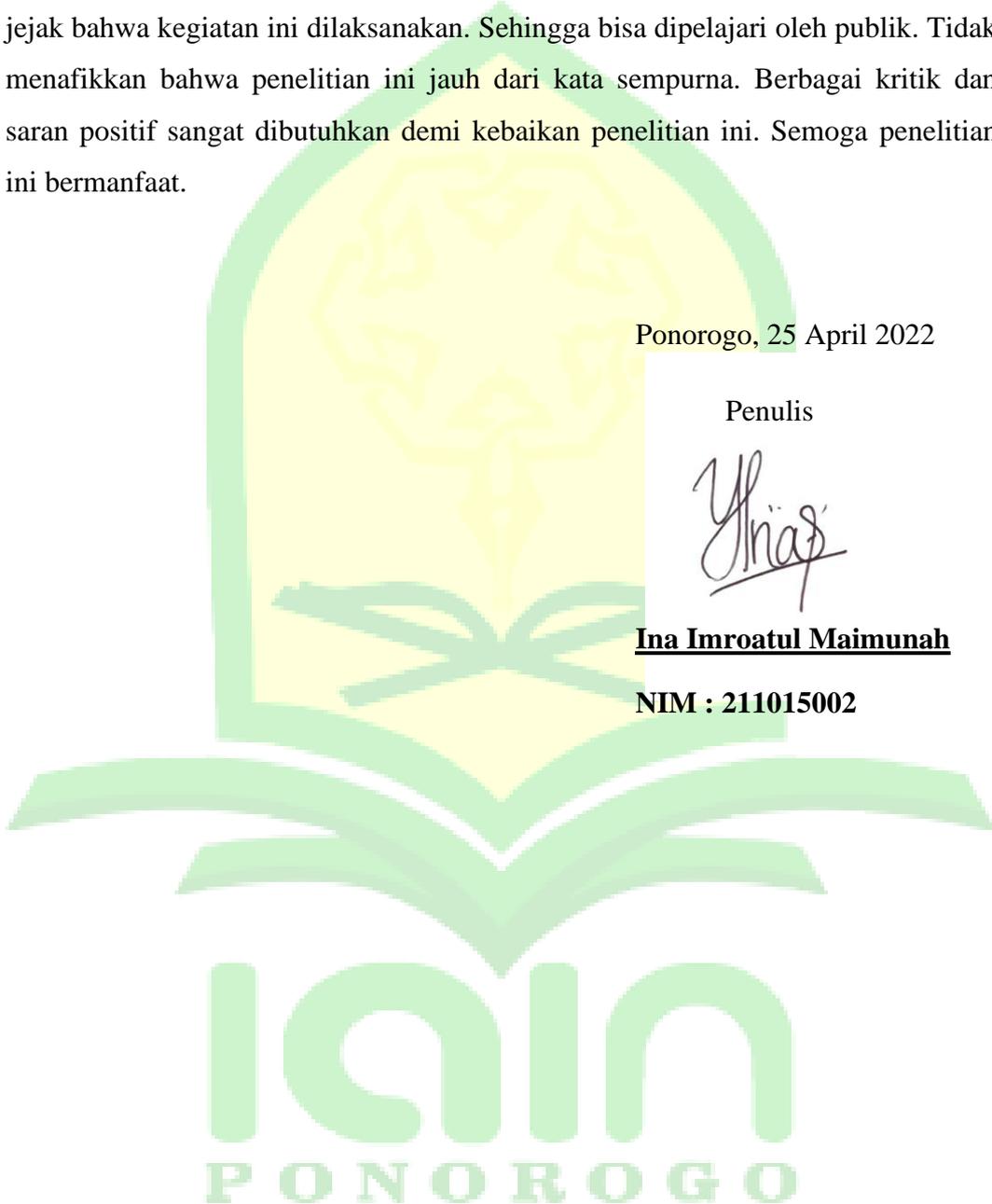
Ponorogo, 25 April 2022

Penulis



Ina Imroatul Maimunah

NIM : 211015002



DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | II |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | III |
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | IV |
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | V |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI..... | VI |
| PERSEMBAHAN..... | VII |
| MOTTO | VIII |
| ABSTRAK..... | IX |
| KATA PENGANTAR | X |
| DAFTAR ISI..... | XII |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat penelitian | 6 |
| E. Telaah Pustaka..... | 7 |
| F. Metodologi Penelitian..... | 13 |
| G. Sistematika Pembahasan..... | 19 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Landasan Teori..... | 21 |
| 1. Hujan | 21 |
| 2. Shalawat | 25 |
| 3. Bentuk Komunikasi..... | 29 |
| 4. Tipologi Komunikasi | 32 |

| | |
|--|-----------|
| 5. Komunikasi Massa..... | 36 |
| 6. Media Komunikasi..... | 39 |
| 7. Efektivitas Komunikasi..... | 43 |
| 8. Komunikasi Persuasi..... | 45 |
| BAB III PAPARAN DATA | |
| A. Deskripsi data umum | 50 |
| 1. Gambaran umum desa Karangwinongan..... | 50 |
| 2. Gambaran umum Shalawatan Air Hujan..... | 53 |
| B. Deskripsi data khusus | 58 |
| 1. Pandangan masyarakat setempat..... | 58 |
| 2. Proses Komunikasi Dalam Shalawatan Air Hujan..... | 61 |
| C. BAB IV ANALISIS DATA | |
| A. Relevansi Bentuk Komunikasi Shalawatan Air Hujan..... | 67 |
| B. Pemfungsian Tipologi Komunikasi Pada Shalawatan Air Hujan.. | 70 |
| C. Efektifitas Komunikasi Dalam Shalawat Air Hujan..... | 71 |
| D. BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan..... | 74 |
| B. Saran..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |
| RIWAYAT HIDUP | |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kasih sayang Allah SWT kepada hamba –Nya bisa melalui apapun. Termasuk datang dengan limpahan anugerah. Anugerah memiliki makna pemberian atau ganjaran dari pihak atas (orang besar dan sebagainya) kepada pihak bawah (orang rendah dan sebagainya).² Anugerah Allah SWT memang tidak bisa diragukan. Sebab itu manusia sudah sepatutnya untuk selalu bersyukur atas segala limpahan anugerah Nya. Salah satu anugerah yang diturunkan Allah SWT dengan gratis dan memiliki banyak manfaat adalah air. Air merupakan sumber kehidupan. Manusia bisa hidup beberapa hari tanpa makan, tetapi tidak bisa hidup tanpa air.

Air menurut sifat kimia adalah suatu senyawa kimia berbentuk cairan yang tidak berwarna, tidak berbau dan tak ada rasanya. Air mempunyai titik beku 0°C pada tekanan 1 atm, titik didih 100°C dan kerapatan 1,0 g/cm pada suhu 4^o.³ Banyak sekali manfaat air untuk kehidupan dan tubuh. Mampu menumbuhkan yang mati, menetralkan racun dan salah satu air yang memiliki banyak khasiat adalah air hujan atau air langit. Air hujan merupakan sumber air yang berkualitas tinggi dan tersedia setiap musim hujan sekaligus berpotensi untuk mengurangi tekanan terhadap pemakaian sumber air bersih (*fresh water sources*). Merujuk pada Surah Al-Furqan ayat 48 yang artinya “*Dialah yang meniupkan angin (sebagai) pembawa kabar gembira, dekat*

² <https://kbbi.web.id/anugerah.html>

³ Tjutju Susana, *Air Sebagai Sumber Kehidupan, Oseana*, 3 (2003: 17-25), 17.

sebelum kedatangan rahmat-Nya (hujan), kami turunkan air yang amat bersih dari langit". Sebagai bukti, air hujan bisa dimanfaatkan oleh ekosistem alam beserta makhluk hidup didalamnya yang menyerap kandungan tanah dan juga akan menjadi konsumsi bagi umat manusia.

Selain itu air hujan mampu menetralkan racun di udara, sehingga setiap kali usai hujan reda bau segar dan bersih sangat terasa. Air hujan juga bisa dimanfaatkan untuk kebutuhan rumah tangga yakni memasak, mandi dan lain-lain. Kemudian apabila air hujan yang ditampung mampu mengurangi kekeringan pada saat musim kemarau datang, karena memiliki stok air yang cukup. Sehingga manfaat air hujan sangat perlu untuk diberitahukan kepada publik untuk diketahui manfaatnya yang sudah dirasakan sejak dahulu kala bahkan zaman Rasulullah SAW mengakui manfaat air langit ini.

Air hujan memiliki manfaat yang sangat banyak, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui. Bahkan ada juga sebenarnya sistem pemanenan air hujan yang bisa dimanfaatkan selama musim hujan, sayang sekali banyak masyarakat yang belum mengetahui prosesnya sehingga perlu diperkenalkan atau disosialisasikan kepada publik melalui berbagai cara. Seperti yang dilakukan salah satu Yayasan Air Kita yang terletak di Desa Winong Timur, Kabupaten Jombang ini. Selain memanfaatkan air hujan sebagai konsumsi sehari-hari, mereka juga melakukan kampanye bertema kebaikan air hujan dalam sebuah perhelatan kesenian yakni Shalawatan Air Hujan.

Shalawatan Air Hujan selanjutnya disebut SAH merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan fungsi dan manfaat air hujan dengan dikemas melalui kegiatan sosial dan kesenian. Melalui media Shalawatan Air Hujan, komunikasi difungsikan sebagai bentuk informasi kepada publik mengenai manfaat air hujan. Melalui berbagai serangkaian kegiatan, masyarakat sekitar dan publik diajak untuk memanfaatkan air hujan dan berbicara manfaat hujan. SAH salah satu kegiatan yang digelar satu tahun sekali sebagai bukti pengungkapan rasa syukur dengan serentak mengajak warga sekitar dan umum untuk ikut serta menggunakan air hujan serta bersama-sama merasakan manfaat air hujan.

Shalawatan Air Hujan juga bisa diartikan sebagai sebuah instrumen untuk memperkenalkan manfaat air hujan dan komponennya lebih dalam melalui pendekatan kultural dengan melibatkan peran sosial masyarakat. Setelah mengetahui berbagai macam manfaat air hujan untuk kehidupan kita, khususnya untuk sirkulasi organ tubuh maka semakin sangat menarik kegiatan Shalawatan Air Hujan menjadi sebuah media untuk mensosialisasikan manfaat air hujan yang dikemas dengan kreatif dan inovatif.

SAH menjadi pintu utama agar masyarakat mengetahui manfaat air hujan dan sebagai bentuk sosialisasi penggunaan air hujan sebagai kebutuhan sehari-hari. Dikemas dengan kegiatan festival kesenian yang menyuguhkan berbagai penampilan kesenian dan workshop yang memberikan edukasi bagi pengunjung. Materi workshop yang disampaikan sangat bervariasi, yakni

mengenai hal-hal yang berkaitan dengan air hujan dan melestarikan sejarah lokal maupun non lokal. Contohnya workshop mengenai cara pembuatan biopori, pemanfaatan bambu, pembuatan gerabah, dan pembuatan batik menggunakan teknik *ecoprint*⁴. Sehingga masyarakat yang datang bisa belajar berbagai workshop yang sudah disiapkan. Selain belajar di workshop, para peserta juga disuguhkan dengan kesenian yang menarik. Kesenian yang ditampilkan tidak hanya dari lokal Jombang, namun dari beberapa wilayah lokal Jombang dan bersifat sukarela untuk mementaskan penampilannya dengan kata lain tidak dipungut biaya. Kesenian yang ditampilkan sebagai wujud melestarikan seni tradisi dinilai cukup efektif dilaksanakan sebagai bungkusan dalam mengkampanyekan kebaikan air hujan. Dalam pementasan dipanggung selain orang tua, anak-anak juga diberikan peran sebagai sikap untuk memperkenalkan kebudayaan kepada generasi penerus agar selalu menjaga kebudayaan dan melestarikannya.

Dalam proses pelaksanaan SAH tentu tak lepas dari peran media komunikasi yang berperan menyebarkan dan menginformasikan kegiatan ini di publik. Media komunikasi menjadi ujung tombak dalam memberikan gambaran kepada masyarakat luar mengenai yang terjadi di SAH. Selain itu, karena kita juga sudah di era serba digital sehingga menambah kemudahan mengakses informasi dari mana saja dan kapan saja. Media komunikasi yang difungsikan yakni melalui verbal atau bahkan memakai non verbal.

⁴Teknik Ecoprint adalah sebagai suatu proses untuk mentransfer warna dan bentuk ke kain melalui kontak langsung. Flint mengaplikasikan teknik ini dengan cara menempelkan tanaman yang memiliki pigmen warna kepada kain yang kemudian direbus di dalam kuai besar. Tanaman yang digunakan pun merupakan tanaman yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap panas, karena hal tersebut merupakan faktor penting dalam mengekstraksi pigmen warna”.

Penggunaan berbagai platform digital difungsikan secara maksimal selama pelaksanaan SAH. Dimulai dari majalah cetak hingga platform media digital turut memaksimalkan kegiatan ini. Dengan penjabaran latar belakang diatas maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul Shalawatan Air Hujan Sebagai Media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan Manfaat Air Hujan Di Desa Karangwinongan Kabupaten Jombang.

B. Rumusan Masalah

Agar pembahasan ini lebih jelas arah penelitiannya dan sistematis, maka perlu disusun rumusan masalah. Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana bentuk komunikasi dalam mensosialisasikan manfaat air hujan oleh Yayasan Air Kita pada pelaksanaan Shalawatan Air Hujan di Desa Karangwinongan Kabupaten Jombang?
2. Bagaimana tipologi komunikasi dalam mensosialisasikan manfaat air hujan pada pelaksanaan Shalawatan Air Hujan di Desa Karangwinongan Kabupaten Jombang?
3. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap Shalawatan Air Hujan di Desa Karangwinongan Kabupaten Jombang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan maka penelitian ini memiliki tujuan :

1. Untuk menjelaskan bentuk – bentuk komunikasi dalam kegiatan Shalawatan Air Hujan di Desa Winong Timur, Kabupaten Jombang.

2. Untuk menjabarkan tipologi komunikasi dalam mensosialisasikan manfaat air hujan pada pelaksanaan Shalawatan Air Hujan di Desa Winong Timur, Kabupaten Jombang.
3. Untuk mengetahui *Feedback* masyarakat terhadap Shalawatan Air Hujan.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat yang dituliskan peneliti :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Pertama, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi bersifat literatur dan atau dokumen berkaitan dengan Shalawatan Air Hujan sehingga masyarakat mampu memanfaatkan sebagai rujukan kepustakaan. Kedua, masyarakat diperkenalkan dengan segala jenis kesenian dan kebudayaan agar mampu melestarikan sebagai bekal generasi selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah manfaat yang bisa digunakan untuk masyarakat setempat atau secara luas.

Pertama, untuk pengelola sebagai bentuk apresiasi bahwa Shalawatan Air Hujan mampu menginspirasi wilayah lokal khususnya dan umumnya untuk semua wilayah untuk terus berinovasi memanfaatkan air hujan.

Kedua, untuk masyarakat setempat sebagai bukti otentik bahwa penelitian ini dan kegiatan SAH mendapat respon bagus di masyarakat.

Ketiga, untuk para santri yang belajar di Yayasan Air Kita semoga bisa menjadi rekam jejak perjuangan menempuh pendidikan dengan cara yang menarik dan inovatif.

E. Telaah Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis juga telah melakukan telaah dengan penelitian yang lain guna menghindari kesamaan. Selain itu, penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya. Akan tetapi, peneliti menemukan beberapa penemuan memiliki tema yang hampir sama.

Pertama, Jurnal Jom FTEKNIK Volume 3 No. 1 Februari 2016 yang berjudul “Kajian Pemanfaatan Air Hujan Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Air Bersih Di Pulau Kecil” yang disusun oleh Indah Ameliana Beza, Yohana Lilis H, Imam Suprayogi, Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Riau dan Dosen Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Riau Kampus Bina Widya J. HR Soebrantas dalam jurnal ini berisikan bagaimana air hujan mampu dimanfaatkan oleh warga Desa Concong Tengah Kecamatan Concong Kabupaten Indragiri Hilir. Pada awal pembahasan dijelaskan secara kompleks permasalahan yang terjadi Desa Concong yakni masih sulitnya mendapatkan akses air bersih terutama akibat belum adanya pelayanan yang menjangkau ke semua daerah pelayanan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

Para warga setempat juga mengalami kesulitan dalam mendapatkan air bersih yang disebabkan pada musim kemarau tidak memiliki penampungan dan pendapatan per kapita keluarga yang dikategorikan berpenghasilan relatif

rendah terpaksa harus mengeluarkan ongkos untuk membeli pada tetangga atau penjual air bersih. Dalam jurnal ini juga dibahas begitu pentingnya memanfaatkan air hujan untuk kebutuhan sehari-hari sehingga diperlukan penampungan air hujan melalui beberapa metode *rain water harvesting* sederhana yaitu atap sebagai *catchment area*, pipa sebagai sistem pengaliran dan tangki sebagai sistem penyimpanan. Kemudian dalam penelitian yang akhir disuguhkan data kebutuhan volume air setiap individu dan parameter curah hujan di tempat tersebut.

Kedua, Jurnal Kariman, Volume 04 Nomor 02, Desember 2016 ditulis oleh Shidqiyah Dosen STIT Al-Karimiyyah Beraji Gapura Sumenep dengan judul “Tradisi Sholawatan Sebagai Media Komunikasi Masyarakat Lenteng Barat Sumenep (Manifestasi Dakwah dan Silaturahmi)”. Dalam jurnal ini penulis menguraikan kegiatan masyarakat yang bernama sholawatan. Dalam penjelasannya, penulis berusaha menuliskan kegiatan tradisi Sholawatan yang ada di daerah Sumenep.

Dalam hal lain, penulis juga mengkaitkan sejarah yang mendasari adanya tradisi sholawatan dan disangkut pautkan dengan akulturasi budaya yang ada di desa Lenteng Barat. Sehingga kombinasi peradaban sebelumnya dengan peradaban yang diperbarui sangat begitu terasa. Selain itu, tradisi Sholawatan atau mereka menyebutnya kompolan sholawatan juga lantaran menjadi ajang untuk silaturahmi dengan masyarakat setempat dan juga dengan para Kyai yang menjadi pemimpinnya. Dalam jurnal ini media komunikasi memiliki peran yang sangat luar biasa. Karena menyambungkan

hubungan sosial antara warga setempat. Berbicara mengenai media massa, paling sedikit ada tiga cara untuk mempengaruhi norma-norma budaya yakni

Pertama, pesan – pesan komunikasi massa dapat memperkuat pola – pola budaya yang berlaku dan membimbing masyarakat untuk mempercayai bahwa pola – pola tersebut masih tetap berlaku dan dipatuhi oleh masyarakat. Kedua, media dapat menciptakan pola – pola budaya baru yang tidak bertentangan dengan pola budaya yang ada, bahkan menyempurnakannya. Ketiga, media massa dapat mengubah norma – norma budaya yang berlaku dan dengan demikian mengubah perilaku individu – individu dalam masyarakat.⁵

Ketiga, Skripsi karya mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon atas nama Jubaida Kailul pada tahun 2021 dengan judul Hubungan Masyarakat (Humas) Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Kota Ambon. Pada penelitian ini penulis membahas mengenai fungsional humas dalam kerjanya sebagai mitra atau jembatan antara masyarakat dan pemerintah kota Ambon. Humas merupakan penjaga citra sebuah pemerintahan atau perusahaan, garda terdepannya adalah humas.

Sehingga bisa dikatakan fungsi humas yakni sebagai pengontrol informasi dari instansi ke masyarakat atau sebaliknya masyarakat ke instansi. Pada penelitian ini penulis mengambil data berupa studi kelayakan petugas humas dalam melaksanakan pelayanannya dan juga pengambilan mengenai data penggunaan media komunikasi apa saja yang dimanfaatkan.

⁵Tommy Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: CAPS, 2011), 25 – 26.

Adapun dalam melaksanakan pelayanannya didapati menggunakan dua metode yakni secara langsung dan tidak langsung. Jika secara langsung para petugas humas melakukan tatap muka dan berdialog. Berbeda dengan penggunaan media tidak langsung mereka menggunakan perantara yakni a). Website, b). Media Sosial, c). Media Cetak, d). Media Elektronik. Dengan media ini mereka menyediakan beberapa informasi yang bisa diakses oleh masyarakat secara luas. Dan didalam media ini diberikan kolom komentar, dengan kata lain diberikan layanan untuk memberikan respon kembali pada setiap informasi yang diberikan.

Keempat, Jurnal Tarjih Volume 12 Nomor 01, tahun 2014 karya Muhjidin Mawardi yang berjudul Air dan Masa Depan Kehidupan. Didalamnya berisi pemaknaan air lebih dalam dan bagaimana pemanfaatannya. Sebagai sumber kehidupan tentunya air memiliki potensi yang besar dalam roda kehidupan. Di dalamnya membahas fungsi secara umum dan dibahas dengan kalimat yang sederhana. Dalam jurnal ini penulis mengkombinasikan pemaknaan air beserta pemanfaatannya dengan Ayat Al-Qur'an. Selain itu, penulis juga memberikan sebuah cara bagaimana air bisa dipergunakan dengan sebaik mungkin sesuai dengan porsinya dan tidak *mubadzir*. Semua makhluk hidup di alam ini mempunyai hak yang sama untuk memanfaatkan air. Monopoli pemanfaatan air oleh seseorang atau sekelompok orang untuk kepentingan apapun, atau monopoli pemanfaatan air untuk penggunaan tertentu dan menutup hak pemanfaatan untuk penggunaan lainnya tidak diperbolehkan atau dilarang.

Air disamping mempunyai peran dan fungsi biologis, ekologis, sosial ekonomi dan sumberdaya untuk keberlangsungan kehidupan, juga mempunyai peran dan fungsi lain seperti estetika, energi bahkan peran dan fungsi spiritual. Makalah ini membahas secara ringkas peran air untuk kehidupan, teologi pemanfaatan sumberdaya air, ketersediaan dan krisis serta konservasi air dalam perspektif ilmu.

Dalam jurnal ini, penulis juga menuliskan krisis air yang pernah terjadi sekaligus bagaimana cara penanggulangannya. Selain itu, konsep pemanfaatan air ini dihubungkan dengan kondisi sosial masyarakat secara umum. Menurutnya, Krisis air yang diperkirakan akan terjadi di negara kita bisa dalam bentuk sebaran ruang (spasial) sebagai konsekuensi dari sebaran curah hujan yang tidak seragam antara satu daerah dengan daerah lainnya. Demikian pula sifat dan kondisi hidrologis DAS yang berbeda-beda, mempunyai respon yang berbeda pula terhadap air hujan yang jatuh, sehingga hasil airnya juga berbeda.

Krisis air juga bisa terjadi secara temporal, yakni terjadi krisis air pada bulan-bulan tertentu dalam satu tahun, terutama akibat terjadinya pergeseran dan perubahan iklim serta kemampuan masing-masing DAS dalam merespon, menangkap, menyimpan dan melepas air. Maka dari itu, kewajiban untuk melakukan perlindungan dan konservasi air dengan demikian, mempunyai nilai yang sama dengan kewajiban menjaga keberlanjutan kehidupan itu sendiri. Jika menjaga keberlangsungan kehidupan hukumnya wajib, maka

menjaga atau melakukan perlindungan dan konservasi air juga wajib hukumnya bagi setiap orang, masyarakat dan Negara.

Kelima, Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 9 Nomor 2, Mei – Agustus 2011 oleh Muharto Toha dan Adityo Sudwi Nugroho dengan judul Komunikasi Antarpribadi Sebagai Strategi Sosialisasi Pelestarian Alam di Kepulauan Seribu. Pada jurnal ini penulis membahas terkait prosesnya dalam berkomunikasi dengan masyarakat warga masyarakat Taman Nasional Kepulauan Seribu (TNKS), khususnya para petani dan nelayan, yang pernah atau sedang mempelajari pelestarian alam yang dibina oleh Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu (BTNKS).

Dengan menggunakan konsep komunikasi Antarpribadi melalui pendekatan humanis. Memperhatikan adanya indikasi potensi kawasan dan pemanfaatan sumber daya alam laut di wilayah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu yang tinggi, Pemerintah Pusat, melalui berbagai kementerian, melakukan beberapa pengaturan, antara lain menetapkan wilayah seluas lebih kurang 108.000 hektar sebagai cagar alam yang diberi nama Cagar Alam Laut Pulau Seribu yang di kemudian hari ditetapkan sebagai Taman Nasional Laut Kepulauan Seribu (TNLKS). Berbagai ekosistem laut mengalami banyak sekali kerusakan, sehingga penulis ingin menjabarkan kejelasan mengenai terjadinya kerusakan dan bagaimana respon masyarakat setempat karena yang bersinggungan langsung dengan laut adalah mereka.

Dalam hal lain, ada pengembangan wisata atau resor setempat yang diduga kuat memiliki pelanggaran perundangan konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya, khususnya taman nasional, antara lain (1) pencedahan pulau; (2) perluasan pulau dengan pengurukan; (3) pembangunan marina; (4) pembangunan dermaga yang masuk zona inti; (5) pembangunan resor dengan menggunakan pasir dan batu karang taman nasional; (6) budidaya Dalam taman nasional; (7) pemajangan biota mati dan hidup yang dilindungi; (8) kegiatan pariwisata dan transportasi yang merusak terumbu karang.

Peristiwa penyuluhan melalui komunikasi antarpribadi yang digunakan oleh BTNKS kepada para anggota masyarakat di Kepulauan Seribu ini sesungguhnya merupakan fenomena yang menarik, karena komunikator harus bekerja keras membangun persepsi melalui interpretasi manusia, sehingga ia mau memberikan makna positif terhadap pesan-pesan yang diterimanya. BTNKS melakukan sosialisasi tentang bagaimana melestarikan lingkungan hutan dan laut, memberikan penyuluhan untuk tidak semena mena mengeksploitasi alam, sehingga akan merugikan manusia sendiri.

F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Moeleng metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-

kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati⁶. Peneliti dalam penelitian kualitatif mencoba mengerti makna suatu kejadian atau peristiwa dengan mencoba interaksi dengan orang-orang dalam situasi/fenomena tersebut.⁷

Pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di dalam masyarakat. Objek analisis pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu. Sasaran kajian dari pendekatan kualitatif adalah pola-pola yang berlaku sebagai prinsip-prinsip umum yang hidup dalam masyarakat. Gejala-gejala tersebut dilihat dari satuan yang berdiri sendiri dalam kesatuan yang bulat dan menyeluruh. Sehingga pendekatan kualitatif sering disebut sebagai pendekatan *holistic* (utuh) terhadap suatu gejala sosial.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Karangwinongan tepatnya di sebelah Winong Tiimur Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Adapun yang menjadi alasan penelitian ini adalah sebagai wujud apresiasi sebuah kebanggaan

⁶Dakwah Melalui Kesenian (Deskripsi Pesan Dakwah Dalam Kesenian Topeng Ireng Di Desa Kuwaderan, Kecamatan kajoran, Kabupaten magelang), Skripsi karya Setiati Prihatin mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Salatiga tahun 2017, h 10.

⁷ Muri Yusuf, Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan, Jakarta: Kencana, 2014, h328

atas maha karya manusia dan ingin mengabadikan dalam bentuk karya tulis.

Shalawatan Air Hujan merupakan sebuah instrumen menginformasikan pemanfaatan air hujan kepada masyarakat melalui kesenian yang dikemas dengan inovatif dan edukatif, tidak cukup di lisan saja, akan tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari di yayasan Air Kita. Selain itu, penelitian ini sebagai bukti autentik pelaksanaan Shalawatan Air Hujan.

3. Metode Pengumpulan data

a. Populasi/Situasi Sosial

Populasi dalam penelitian ini dinamakan dalam istilah *Social Situation* atau situasi sosial. Situasi sosial adalah sebuah objek yang digunakan seorang peneliti untuk melaksanakan penelitiannya lebih mendalam “apa yang terjadi” di dalamnya. Pada situasi sosial atau objek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (*activity*) orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu. Pada penelitian ini, untuk menjelaskan situasi sosial maka diambil data dan informasi melalui Humas yang menangani kegiatan Shalawatan Air Hujan di yayasan Air Kita dan data yang diambil secara eksplisit mengenai Shalawatan Air Hujan, masyarakat setempat dan luar daerah yang ada kaitannya dengan kegiatan Shalawatan Air Hujan.

b. Data dan Sumber data

1. Data

Data adalah sekumpulan informasi atau juga keterangan-keterangan dari suatu hal yang diperoleh dengan melalui pengamatan atau juga pencarian ke sumber-sumber tertentu. Dalam melaksanakan pencarian data maka memerlukan prinsip pokok yang meliputi : (1) Konsep dasar, (2) Menemukan Tema dan merumuskan Hipotesis, dan (3) Bekerja dengan Hipotesis⁸.

Data didapatkan dari para audien yang menyaksikan Shalawatan Air Hujan dan juga diambil dari para pengguna air hujan yang digunakan untuk kebutuhan sehari hari atau di kegiatan khusus. Beberapa elemen yang tergabung dalam pelaksanaan Shalawatan Air Hujan juga perlu untuk ikut memenuhi informasi seperti halnya Unit Masyarakat Kecil Menengah (UMKM).

2. Sumber Data

Dalam pengambilan sumber data ada dua, yaitu :

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam pengambilan data primer ini, sebagai penambah data yang lebih valid maka peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa pengurus yayasan Air Kita dan tepatnya humas Shalawatan Air Hujan.

⁸Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta 2008. h 91

Selain itu, untuk menambahkan data maka peneliti juga akan melakukan wawancara dengan masyarakat sekitar dan atau beberapa oknum yang menggunakan air hujan pasca menyaksikan Shalawatan Air Hujan.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder atau sumber data pembantu adalah data yang diambil dari literatur- literatur yang relevan dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari jurnal atau skripsi yang memiliki objek penelitian yang sama. Dan didukung dengan dokumentasi acara Shalawatan Air Hujan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap obyek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, peneliti menyaksikan langsung acara Shalwatan Air Hujan dan berbagai kegiatan edukatif pendukung lainnya yang berkaitan dengan pemanfaatana Air Hujan yang dilaksanakan di Desa Winong Timur, Kabupaten Jombang Wawancara.

b. Wawancara

Nazir memberikan pengertian wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Dalam situasi wawancara, sekurang kurangnya ada empat kondisi yang perlu mendapat perhatian, yakni :

1. Waktu pelaksanaan
2. Tempat pelaksanaan
3. Keadaan lingkungan pada waktu wawancara
4. Sikap masyarakat⁹.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan dengan beberapa pihak yang memiliki keterlibatan dengan acara Shalawatan Air Hujan yakni, :

- 1) Beberapa pengurus yayasan Air Kita untuk mengetahui awal mula teretusnya kegiatan Shalawatan Air Hujan hingga mampu menarik berbagai audien dan sekaligus menyelipkan pesan dan nilai manfaat air hujan.
- 2) Tokoh Masyarakat, untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap kegiatan Shalawatan Air Hujan.

⁹*Ibid*, 374

3) Masyarakat yang memanfaatkan air hujan pasca menyaksikan kegiatan Shalawatan Air Hujan, untuk membuktikan bentuk komunikasi persuasi yang terjadi.

4) Masyarakat yang tidak memanfaatkan air hujan pasca menyaksikan kegiatan Shalawatan Air Hujan, untuk membuktikan bentuk komunikasi persuasi yang terjadi.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu¹⁰. Dalam penelitian ini, penulis mendokumentasikan subjek narasumber maupun hasil observasi dengan objek model dan bentuk kegiatan Shalawatan Air Hujan dari tahun ke tahun.

5. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, setelah data terkumpul penulis melakukan narasi deskriptif kualitatif mengenai kegiatan Shalawatan Air Hujan berdasarkan kerangka teori media Komunikasi dan Komunikasi Persuasi.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab. Semua bab tersebut saling berhubungan dan mendukung satu sama lain. Gambaran atas masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan. Dalam pendahuluan ini berisi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, sistematika pembahasan.

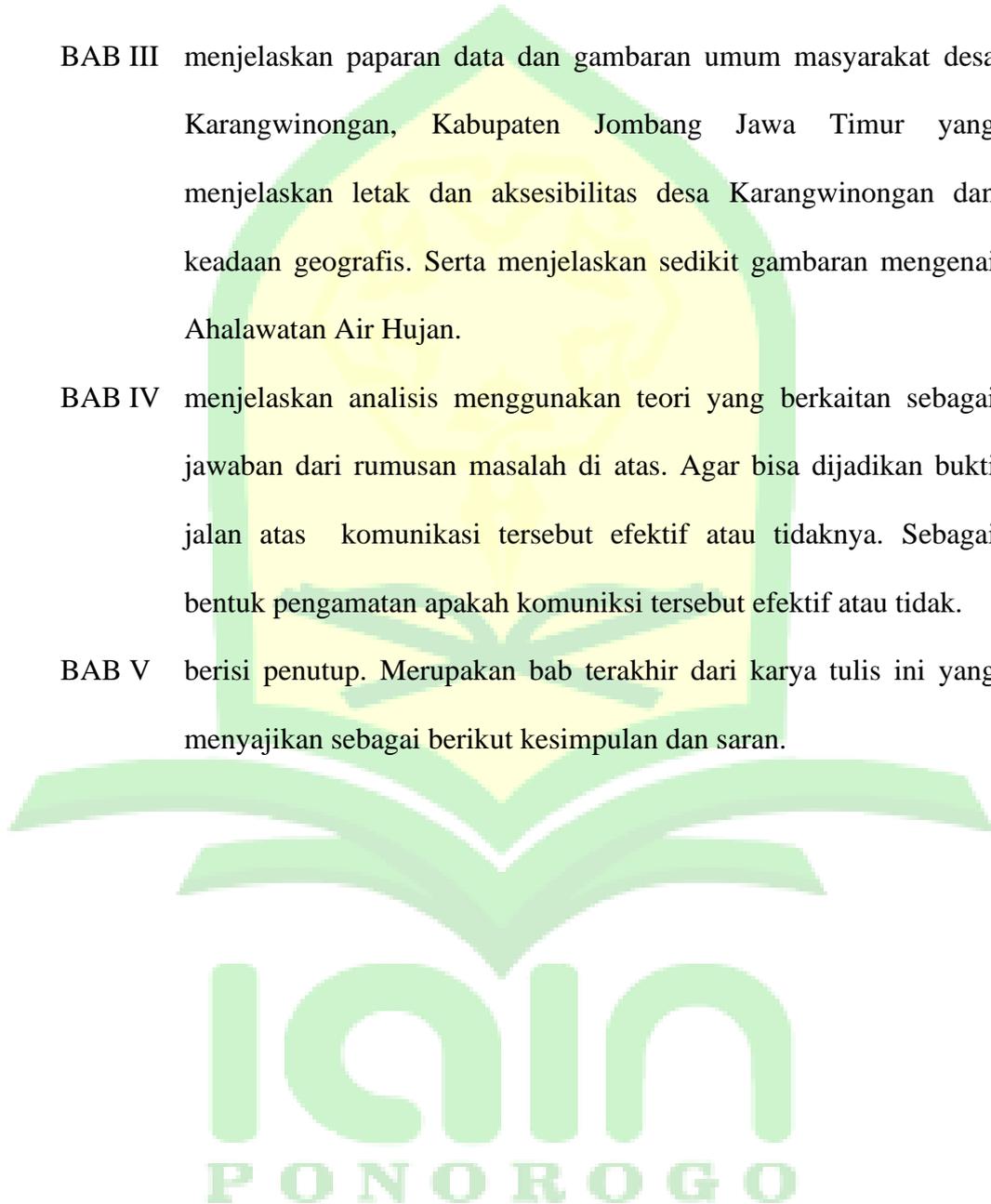
¹⁰*Ibid*, h 391

BAB II Menjelaskan kajian teori. Diantaranya yaitu mengenai hujan, komunikasi, media komunikasi, proses hujan, shalawat dan hal-hal lain yang terkait dengan penelitian.

BAB III menjelaskan paparan data dan gambaran umum masyarakat desa Karangwinongan, Kabupaten Jombang Jawa Timur yang menjelaskan letak dan aksesibilitas desa Karangwinongan dan keadaan geografis. Serta menjelaskan sedikit gambaran mengenai Ashalwatan Air Hujan.

BAB IV menjelaskan analisis menggunakan teori yang berkaitan sebagai jawaban dari rumusan masalah di atas. Agar bisa dijadikan bukti jalan atas komunikasi tersebut efektif atau tidaknya. Sebagai bentuk pengamatan apakah komunikasi tersebut efektif atau tidak.

BAB V berisi penutup. Merupakan bab terakhir dari karya tulis ini yang menyajikan sebagai berikut kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori yang bisa diimplemetasikan pada penelitian.

1. Hujan

a. Proses terbentuknya air hujan

Air merupakan salah satu sumber kehidupan yang vital untuk manusia. Ragam airpun sangat bervariasi, salah satunya adaah air hujan. Hujan menurut KBBI adalah titik – titik air yang berjatuhan dari udara karena proses pendinginan. Hujan adalah salah satu fenomena alam yang terdapat dalam siklus hidrologi dan sangat dipengaruhi iklim. Dan para filosof memberikan pernyataan, bahwa terjadinya hujan adalah disebabkan oleh wujudnya uap dari bumi dan laut, yang timbul karena pengaruh panas matahari. Uap tersebut memuai ke atas kemudian menggumpal dan membentuk awan, dari awan inilah membentuk yang namanya hujan.¹¹

Terbentuknya hujan diawali dengan terbentuknya awan, kemudian membentuk butir-butir air namun tidak selamanya awan sebagai pertanda terjadinya hujan. Agar menjadi hujan, butir butir air tersebut harus tumbuh besar hingga memiliki kemampuan utuk mengalahkan

¹¹ St. Magfiroh, *Hujan Sebagai Berkah*, Tahdis,1 (2017), 103.

aliran air yang naik. Bilamana awan tidak tumbuh besar maka awan awan kecil yang terbentuk akan menguap kembali ke atmosfer.

Dalam sumber lain dituliskan proses terbentuknya air hujan yakni

1. Jika Seluruh wilayah pada permukaan perairan bumi seperti sungai, danau, laut akan menguap ke udara karena panas matahari.
2. Uap air kemudian naik terus ke atas kemudian menyatu dengan udara.
3. Suhu udara yang semakin tinggi akan membuat uap air itu melakukan kondensasi atau menjadi embun, yang menghasilkan titik-titik air yang berbentuk kecil.
4. Suhu yang semakin tinggi membuat butiran uap yang menjadi embun tersebut semakin banyak jumlahnya, yang kemudian berkumpul membentuk awan.
5. Awan kemudian terus berwarna menjadi kelabu dan gelap yang dikarenakan butiran airnya sudah terkumpul dalam jumlah banyak.
6. Lalu suhu yang sangat dingin dan semakin berat, membuat butiran-butiran tersebut akan jatuh ke bumi yang dinamakan hujan.

Secara umum siklus hujan terjadi antara bulan November sampai dengan Maret angin yang berasal dari Barat Laut membawa udara yang lembap, sehingga banyak menimbulkan hujan yang wilayah di Indonesia kecuali bagian utara Pantai Timur Laut Sumatra dan Pantai Barat Sulawesi Tengah. Kemudian selama periode April sampai dengan November wilayah Indonesia di bawah

pengaruh kering. Dalam bulan Maret orang akan segera menemukan berkurangnya hujan terutama di sepanjang Pantai Tenggara Kepulauan Nusa Tenggara.

b. Tipe tipe hujan

Ayoade, Mudiyarso, Barry and Chorley menyatakan tipe tipe hujan berdasarkan pengangkatan massa uap air yakni :

1. Hujan konvektif, terbentuknya disebabkan oleh pemanasan permukaan bumi dan matahari secara intensif. Pemanasan ini akan menyebabkan ketidakstabilan kolom udara dari permukaan bumi hingga ketinggian tertentu di atmosfer. Ketidakstabilan udara yang demikian memungkinkan untuk terjadinya pengangkatan udara (uap air) ke atas. Jika uap air yang terangkat mencapai LCL (syaratnya suhu udara yang bergerak naik lebih tinggi dibandingkan dengan suhu udara lingkungan) maka uap air tersebut mengalami kondensasi dan selanjutnya turun sebagai hujan.
2. Hujan Orografik, adalah hujan yang disebabkan oleh terbentuknya awan akibat pengangkatan massa uap air akibat adanya halangan gunung. Daerah terjadinya hujan seperti ini biasanya pada wilayah pegunungan atau daerah yang lebih tinggi pada daerah datangnya angin atau hadap angin (*wind-ward shape*) sedangkan daerah di sebelahnya merupakan daerah bayangan hujan (*wind-lee slope*) yang kering.

3. Hujan Gangguan, terbentuknya hujan akibat adanya gangguan yang terjadi di daerah sumber pengangkatan massa uap air. Hujan gangguan dibedakan Atas dua yaitu;

1) Hujan Frontal ditentukan oleh pertemuan antara dua massa udara yang sifatnya berbeda, yakni massa udara hangat yang berasal dari daerah tropis dan massa udara dingin dari daerah kutub. Pertemuan massa udara di suatu tempat (*front*) tersebut menyebabkan terangkatnya massa udara hangat yang sifatnya lebih ringan dibandingkan dengan massa udara dingin yang lebih berat sehingga menyusup di bawahnya.

2) Hujan Siklonik ; lautan sebagai sumber penyimpan panas merupakan prasyarat untuk terbentuknya siklon. Karena sebagai penyimpan panas suhu permukaannya menjadi naik sehingga menyebabkan rendahnya tekanan atau pusat tekanan rendah yang selanjutnya menimbulkan siklon yang mampu mengangkat massa udara dan membentuk awan rendah secara vertikal yang berpotensi mengakibatkan hujan dengan kelembatan yang tinggi. Siklon merupakan gerakan udara melingkar yang apabila mendapatkan tambahan energi dalam perjalanannya akan menimbulkan gerakan yang hebat.

c. Karakteristik Hujan

Barry and Chorley menyatakan karakteristik hujan yang penting dalam kaitannya dengan analisis curah hujan :

- 1) Kelebatan (*Intensity*) yang menggambarkan tentang jeluk hujan per satuan waktu (mm/jam).
 - 2) Kekerapan (*Frequency*) menjelaskan tentang banyaknya kejadian hujan per satuan waktu (per bulan atau per minggu).
 - 3) Penyebaran (*Distribution*) menyatakan tentang daerah penyebaran hujan.
 - 4) Jujuk (*Duration*) menjelaskan tentang lamanya kejadian hujan.
- d. Jenis Hujan Berdasarkan ukuran butiran, hujan dapat dibedakan menjadi:
- 1) Hujan gerimis / “*drizzle*”, dengan diameter butirannya kurang dari 0,5 mm.
 - 2) Hujan salju / “*snow*”, adalah kristal-kristal es yang temperatur udaranya berada di bawah titik beku (0°C).
 - 3) Hujan batu es, curahan batu es yang turun di dalam cuaca panas awan yang temperaturnya dibawah titik beku (0°C).
 - 4) Hujan deras / “*rain*”, dengan curah hujan yang turun dari awan dengan nilai temperatur diatas titik beku berdiameter butiran ± 7 mm.

2. Shalawat

a. Pengertian Shalawat

Dalam KBBI, penulisan Sholawat adalah Selawat (jamak dari salat). 1 Permohonan kepada Tuhan, doa, berdo'a memohon berkat Tuhan: 2 Doa Kepada Allah untuk Nabi Muhammad SAW, beserta

keluarga dan sahabatnya. Shalawat Nabi merupakan satu kesatuan dalam sistem ajaran Islam. Shalawat berasal dari kata *al-Shalat* dan digunakan dalam bentuk jamak. Secara bahasa, ada yang mengartikan do'a, pujian, pengagungan.¹² Pangkal kata shalawat berpulang pada dua arti; pertama, berdo'a dan memohonkan berkah; kedua, beribadah.

Perintah Allah Ta'ala untuk bershalawat kepada nabi Muhammad SAW tertuang dalam Al - Qur'an surat Al-Ahzab ayat 56 :

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

“Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat Nya bershalawat untuk Nabi. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya.”

Dalam sebuah hadist diriwayatkan cara bagaimana seseorang melakukan Shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yakni :

قُولُوا اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ مُحَمَّدٍ، كَمَا صَلَّيْتَ عَلَى آلِ إِبْرَاهِيمَ [فِي الْعَالَمِينَ، إِنَّكَ حَمِيدٌ مَجِيدٌ]، وَبَارِكْ عَلَى مُحَمَّدٍ، وَعَلَى آلِ مُحَمَّدٍ، كَمَا بَارَكْتَ عَلَى إِبْرَاهِيمَ، وَالسَّلَامُ كَمَا عَامْتُمْ.

“Ucapkanlah, ‘Ya Allah, Limpahkanlah shalawat untuk Muhammad dan keluarga Muhammad, seperti Engkau menampak limpahkan shalawat-Mu untuk keluarga Ibrahim (di seluruh alam semesta, sesungguhnya Engkau Maha Terpuji lagi Mahaagung). Dan limpahkan berkah untuk Muhammad dan keluarga Muhammad seperti Engkau melimpahkan berkah untuk keluarga Ibrahim.” Sedangkan ucapan salam seperti yang telah kalian ketahui.” (HR. Imam Ahmad, (IV/118,V/273-

¹²Mu'adilah, “Pemaknaan Shalawat : Pandangan Majelis Dikir Haqqul Yaqin”, TAHDIS 2, 2018. h. 185

274), *Muslim (hadits no. 405), (III/45), dan Tirmidzi, (hadits no. 3220), ia menyahihkannya*.¹³

Tradisi membaca shalawat Nabi di kalangan Islam tradisional Indonesia juga telah ditetapkan pada saat-saat yang ditentukan. Shalawat Nabi dalam perkembangannya telah memunculkan banyak variasi dalam bentuk dan fungsinya. Shalawat yang pada awalnya merupakan do'a rahmat dan salam bagi Nabi, kini berkembang menjadi syair-syair yang berkaitan keagungan pribadi Nabi atau riwayat kehidupan Nabi.

b. Jenis Shalawat

Shalawat adalah do'a keselamatan dan salam penghormatan kepada Nabi Muhammad SAW.6 Shalawat ada dua macam, yaitu:

1. Shalawat *Ma'tsurah*, yaitu shalawat yang dibuat oleh Rasulullah sendiri, baik kalimahanya, cara membacanya, waktu-waktunya serta fadilahnya.
2. Shalawat *Ghairu Ma'tsurah*, yaitu shalawat yang dibuat oleh selain Nabi Muhammad, seperti Shalawat Munjiyat yang disusun oleh Syaikh Abdul Qadir Jailani, Shalawat Fatiholeh Syaikh Ahmad at-Tijami, Shalawat Badar, Shalawat Nariyah dan yang lainnya.¹⁴

c. Fadhilah Shalawat

¹³ Ibnu Qayyim Al Jauziyah, *Jala'ul Afham Keutamaan Shalat Nabi SAW*, terj. Arif Munandar (Solo : Al Qowam, 2013). 55

¹⁴*Ibid*, h. 187

Dalam melaksanakan Shalawat Nabi SAW tentunya akan mendapatkan Fadhillah. Adapun fadhillah yang didapat ketika sering bershalawat adalah :

1. Mendapat Syafaat

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ؛ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "أَوْلَى النَّاسِ بِي يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَكْثَرُهُمْ عَلَيَّ صَلَاةً".

Dari Abdullah ibnu Mas'ud, bahwa Rasulullah Saw. pernah bersabda: Orang yang paling berhak mendapat syafaatku kelak di hari kiamat adalah orang yang paling banyak membaca shalawat untukku.

2. Mendapat Keutamaan

وقال صلى الله عليه وسلم: {إِنَّ أَوْلَى النَّاسِ بِي يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَكْثَرُهُمْ عَلَيَّ صَلَاةً}.

Nabi Shollallohu alaihi wasallam bersabda : "Sesungguhnya orang yang lebih utama bersamaku di hari kiamat adalah orang yang paling banyak bersholawat kepadaku".

Dalam riwayat lain disebutkan diangkat derajatnya.

حَدَّثَنَا أَنَسُ بْنُ مَالِكٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ صَلَّى عَلَيَّ صَلَاةً وَاحِدَةً صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ عَشْرَ صَلَوَاتٍ وَحُطَّتْ عَنْهُ عَشْرُ خَطِيئَاتٍ وَرُفِعَتْ لَهُ عَشْرُ دَرَجَاتٍ

Telah menceritakan kepada kami Anas bin Malik dia berkata; Rasulullah Shalallah Alaihi Wa Sallam bersabda: "Barangsiapa bershalawat kepadaku satu kali, maka Allah akan mengucapkan shalawat kepadanya sepuluh kali, dihapuskan darinya sepuluh

kesalahan, dan ia diangkat sepuluh derajat untuknya." (HR. Nasai)
[No. 1297 Maktabatu Al Maarif Riyadh] Shahih).

3. Penghancur dan Penghapus Dosa

وقال صلى الله عليه وسلم: {صَلَاتُكُمْ عَلَيَّ مَحَاقَةٌ}.

Nabi Shollallohu alaihi wasallam bersabda : "Sholawat kalian kepadaku itu penghancur (dosa-dosa)".

وقال صلى الله عليه وسلم: {مَنْ صَلَّى عَلَيَّ فِي كُلِّ جُمُعَةٍ أَرْبَعِينَ مَرَّةً
مَحَا اللَّهُ ذُنُوبَهُ كُلَّهَا}.

Nabi Shollallohu alaihi wasallam bersabda : "Barang siapa bershawat kepadaku di setiap hari jum`at sebanyak 40 kali maka Allah menghapus semua dosa-dosanya".

4. Pembuka Pintu Doa

وقال صلى الله عليه وسلم: {مَا مِنْ دُعَاءٍ إِلَّا بَيْنَهُ وَبَيْنَ السَّمَاءِ حِجَابٌ
حَتَّى يُصَلِّيَ عَلَيَّ ، فَإِذَا صَلَّى عَلَيَّ انْحَرَقَ ذَلِكَ الْحِجَابُ وَرَفَعَ
الدُّعَاءُ}.

Nabi Shollallohu alaihi wasallam bersabda : "Tiadalah sebuah do`a terkecuali diantara do`a tersebut dan langit ada hijab hingga dibacakan sholawat untukku. Ketika dibacakan sholawat untukku maka terbukalah hijab tersebut dan diangkatlah do`a ".

5. Hajatnya Dikabulkan

وقال صلى الله عليه وسلم: {مَنْ صَلَّى عَلَيَّ فِي يَوْمٍ مِائَةَ مَرَّةٍ قَضَى اللَّهُ
لَهُ مِائَةَ حَاجَةٍ سَبْعِينَ مِنْهَا لِأَخْرِيهِ وَثَلَاثِينَ مِنْهَا لِدُنْيَاهُ}.

Nabi Shollallohu alaihi wasallam bersabda : "Barang siapa bershawat seratus kali dalam sehari maka Allah menunaikan

seratus hajatnya. Tujuh puluh untuk hajat akheratnya dan tiga puluh untuk hajat dunianya."

3. Bentuk Komunikasi

Dalam melakukan sebuah komunikasi dengan orang lain, terkadang kita melakukannya dengan bahasa mulut yakni melalui ucapan yang memunculkan suara. Akan tetapi, kadang kala kita tidak menjelaskan dengan lontaran bahasa maka kita akan menggunakan gerakan anggota tubuh. Contoh missal, kita hendak mengucapkan kata makan, akan tetapi orang yang kita ajak komunikasi tidak bisa memahami, maka kita akan menggunakan bahasa isyarat dengan tangan yang kita arahkan ke mulut sehingga memahami bahwa kata yang kita ucapkan adalah makan. Dengan begitu makna pesan yang kita ingin sampaikan ke komunikan bisa diterima.

Dalam proses komunikasi, kita mengenalnya dengan penyampaian pesan melalui Verbal dan Non verbal, keduanya merupakan bentuk dari komunikasi.

a. Komunikasi Verbal

Menurut KBBI, kata verbal memiliki arti secara lisan (bukan tertulis). Secara umum, Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata – kata, baik secara lisan maupun tulisan.¹⁵ Untuk mempelajari dunia sekeliling kita, bahasa menjadi peralatan yang sangat penting dalam memahami lingkungan. Melalui bahasa, kita dapat mengetahui sikap, perilaku dan pandangan suatu bangsa, meski kita

¹⁵ Desak Putu Yuli Kurniati. *Modul Komunikasi Verbal dan Non Verbal* (Denpasar,2016), 7

belum pernah berkunjung ke negaranya. Pendek kata bahasa memegang peranann penting bukan saja dalam hubungan antarmanusia, tetapi juga dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pewarisan nilai nilai budaya dari generasi pendahulu ke generasi pelanjut.

Ada tiga teori yang membicarakan sehingga orang bisa memiliki kemampuan berbahasa yakni¹⁶, :

1. *Operant Conditioning* : Teori ini menekankan unsur rangsangan (stimulus) dan tanggapan (response) atau dikenal dengan istilah S-R. Poin pada teori ini yakni, Jika suatu organisme dirangsang dari oleh stimuli dari luar maka orang cenderung akan memberi reaksi. Contohnya, anak - anak mengetahui bahasa karena ia diajar oleh orang tuanya atau meniru apa yang diucapkan orang lain.
2. Kognitif (*Cognitive Theory*) : Teori ini menekankan pada kemampuan bahasa pada manusia lebih dari apa yang dia tampilkan. Bahasa memiliki korelasi dengan pikiran. Karena itu Chomsky menyatakan bahwa kemampuan berbahasa yang ada pada manusia adalah pembawaan biologis yang dibawa sejak lahir.
3. *Mediating Theory* : Teori ini menekankan bahwa manusia dalam mengembangkan kemampuannya berbahasa, tidak saja bereaksi terhadap rangsangan (stimuli) yang diterima dari luar, tetapi juga dipengaruhi oleh proses internal yang terjadi dalam dirinya.

b. Komunikasi Non Verbal

¹⁶ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta-2003), 105 - 106.

Secara sederhana, komunikasi Non- Verbal dapat didefinisikan sebagai berikut, Non berarti tidak, verbal bermakna kata-kata (*words*), sehingga komunikasi non verbal dimaknai sebagai komunikasi tanpa kata-kata. Komunikasi non-verbal digunakan untuk memastikan bahwa makna yang sebenarnya dari pesan-pesan verbal dapat dimengerti atau bahkan tidak dapat dipahami.

Karakteristik komunikasi Non-verbal dapat dilihat melalui dua sisi. **Pertama**, karakteristik komunikasi non-verbal yang meliputi eksistensinya, perannya dalam mentransmisikan perasaan, sifat menduanya, dan keterikatannya dengan suatu budaya tertentu. **Kedua**, dapat dilihat dari kategorinya yang mencakup postur, isyarat (*gestural*), penggunaan wajah dan mata, suara, sentuhan, cara berpakaian dan sebagainya.

Dalam melaksanakan komunikasi non verbal memiliki berbagai cara agar tetap bisa satu frekuensi, yakni melalui *Vocalis* atau *paralanguage*, *Kinesics* yang mencakup gerakan tubuh, lengan, dan kaki, ekspresi wajah (*facial expression*), perilaku mata (*eye behaviour*), lingkungan yang mencakup objek benda dan artifak, *proxemics* : yang merupakan ruang teritori pribadi, *haptics* (sentuhan), penampilan fisik (tubuh dan cara berpakaian), *chronemics* (waktu), dan *olfaction* (bau).

4. Tipologi Komunikasi

Tipologi komunikasi merupakan klasifikasi beberapa pakar komunikasi untuk membagi tipe yang terjadi dalam komunikasi.

1) Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi di sini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu obyek yang diamatinya atau tebetik dalam pikirannya. Obyek ini bisa berbentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman dan fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun dalam diri seseorang.

Menurut Marianne Dainton dan Elaine D. Zelley, terdapat 4 (empat) teori komunikasi intrapersonal yang menekankan pada aspek kognitif dan aspek komunikasi intrapersonal, yaitu :

a. Teori *Message Design Logic*

Dalam teori ini berkaitan dengan komunikasi yang membentuk sebuah pesan. Dan setiap orang akan membentuk jenis - jenis pesan yang berbeda karena orang memikirkan komunikasi yang berbeda. Dengan kata lain, orang yang memiliki pandangan berbeda tentang sifat dan fungsi - fungsi komunikasi akan membentuk berbagai jenis pesan yang berbeda pula.

b. Teori akomodasi komunikasi

Teori akomodasi komunikasi adalah teori yang terkait dengan teori identitas sosial yang menjelaskan bahwa orang akan menyesuaikan komunikasinya dengan cara meminimalisir perbedaan sosial. Teori akomodasi komunikasi mengeksplorasi beragam alasan mengapa

individu menekankan atau meminimalisir perbedaan sosial antara dirinya sendiri dan lawan bicara mereka melalui komunikasi verbal dan komunikasi non - verbal.

c. Teori pengurangan ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory*)

Teori ini untuk menjelaskan bagaimana komunikasi digunakan untuk mengurangi ketidakpastian antara orang asing yang terikat dalam percakapan pertama mereka bersama - sama. Terdapat dua macam ketidakpastian yaitu ketidakpastian perilaku dan ketidakpastian kognitif. Yang dimaksud dengan ketidakpastian perilaku adalah bagaimana untuk bertindak dengan sesuai. Sedangkan yang dimaksud dengan ketidakpastian kognitif adalah bagaimana untuk berfikir tentang seseorang atau sesuatu.

d. Teori pelanggaran harapan (*Expectancy Violations Theory*)

Teori ini menitikberatkan tentang bagaimana komunikasi verbal mempengaruhi perilaku orang. Orang cenderung untuk mengharapkan atau memprediksi orang untuk berperilaku dengan cara tertentu selama percakapan yang terkadang dilanggar karena status hubungan komunikator, situasi dimana mereka berada, dan keadaan mental mereka. Pelanggaran ini terkadang dianggap positif.¹⁷

2) Komunikasi antarpribadi (*Interpersonal Theory*)

¹⁷ Poppy Ruliana, Puji lestari, *Teori Komunikasi*, (Depok – Rajawali Pers), 107 – 112.

Menurut Judy C. Parson, dkk., Komunikasi interpersonal sebagai proses yang menggunakan pesan - pesan untuk mencapai kesamaan makna yang paling tidak antara dua orang dalam sebuah situasi yang memungkinkan adanya kesempatan yang sama bagi pembicara dan pendengar. Menurut sifatnya, komunikasi antarpribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni Komunikasi Diadik dan Komunikasi Kelompok.

a) Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Komunikasi jenis ini adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang dalam keadaan tatap muka langsung. Jenis komunikasi diadik ini dapat dilakukan percakapan, dialog dan wawancara. Dalam percakapan ini berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dalam dialog, berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal. Lalu dalam wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.

b) Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*).

Dalam sebuah kelompok kecil, proses komunikasi interpersonal berjalan di antara tiga orang atau lebih secara tatap muka. Seluruh anggota grup melakukan interaksi satu dengan lainnya. Setiap anggota bisa berperan sebagai pemberi maupun penerima informasi.

Peran anggota dalam komunikasi kelompok kecil sulit diidentifikasi karena pengaruh komunikasi ini bisa bermacam

macam terhadap anggota kelompoknya. Dalam sifatnya sebagai komunikasi interpersonal, baik komunikasi diadik dan komunikasi kecil memiliki ciri bahwa proses komunikasi terjadi antara dua orang secara tatap muka langsung

5. Komunikasi Massa

Berdialektika dengan sesama manusia akan menimbulkan reaksi yang berbeda beda. Apalagi dengan masyarakat bebas yang bahkan kita tidak bisa menentukan audien akan merespon dalam respon yang sama. Komunikasi menjadi bersifat linear atau satu arah karena komunikator hanya akan melemparkan pernyataan ke publik tanpa membutuhkan respon personal dari audiens. Begitulah konsep sederhana teori komunikasi massa. Komunikasi massa hanya merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas, yang identifikasinya ditentukan oleh ciri khas institusionalnya (gabungan antara tujuan, organisasi, dan kegiatan yang sebenarnya).

Massa mengandung satu makna penting yang pasti, yakni ambivalensi. Dalam bidang ilmu pengetahuan sosial kata itu mengandung makna positif dan negatif yang tegas. Makna negatifnya, menurut sejarah, berasal dari pemakaian kata itu dalam kaitannya dengan “kerumunan” (mob) atau orang banyak, khususnya dalam pengertian sejumlah orang yang tidak teratur dan bebal. Dalam konteks seperti itu, kata tersebut mengandung arti tidak memiliki budaya, kecakapan, dan bahkan rasionalitas. Secara positifnya, mengandung konotasi kekuatan dan

solidaritas dikalangan kelas pekerja biasa. Kekuatan dan solidaritas tersebut muncul mana kala para pekerja itu diarahkan untuk mencapai tujuan kolektif.

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap komunikasi yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Dalam prosesnya, ada dua tugas komunikator dalam komunikasi massa. Mengetahui apa yang ia ingin komunikasikan, dan mengetahui bagaimana ia harus menyampaikan pesannya dalam rangka melancarkan stimulus kepada benak komunikan.¹⁸

a. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal, dan “sang pengirim”-nya seringkali merupakan komunikator profesional. Pesannya tidak unik dan beranekaragam, serta dapat diperkirakan. Disamping itu, pesan tersebut seringkali “diproses”, distandarisasi, dan selalu diperbanyak. Pesan itu juga merupakan suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan.

Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut juga bersifat impersonal, bahkan mungkin sekali seringkali bersifat non moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa saat pengirim tidak bertanggungjawab atas konsekuensi yang terjadi pada individu dan

¹⁸ Poppy Ruliana, Puji Lestari. *Teori Komunikasi* (Depok-Rajawali Pers). 158 – 159.

pesan yang dijualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu.

b. Karakteristik Komunikasi Massa

1) Komunikasi Massa Bersifat Umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan maupun dari segi kebutuhan.

2) Komunikasi Bersifat Heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikasi yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan - pesan komunikasi erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikasi.

Pada sifat ini, antar komunikasi satu dengan yang lainnya memiliki latar belakang yang berbeda beda, mulai dari pekerjaan hingga secara sosiologi.

c. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Pada sifat ini, keserempakan yang dimaksud adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya beradadalam keadaan terpisah. Tanpa komunikasi massa, hanya pesan - pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang lain.

d. Hubungan komunikator - komunikan bersifat Non – Pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non - pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang - orang yang dikenal hanya dalam perannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang misal dan sebagian lagi dikarenakan syarat-syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum.

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat, tertunda dan sangat terbatas. Selain itu, sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas. Ia mampu mengatasi jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan.¹⁹

Shalawatan Air Hujan memiliki sifat pemberi pesan yang hampir sama dengan komunikasi massa. Pesan yang disampaikan kepada publik diterima secara searah dan feed backnya adalah ketika menghubungi kembali panitia yang mengadakan. Terlepas dari itu, model penyampaian pesan yang dikemas secara terbuka untuk masyarakat mampu disampaikan dengan inovatif dan tidak membosankan yakni melalui panggung kesenaian. Dengan begitu, seperti peribahasa sambil menyelam minum air yakni bukan hanya mensosialisasikan air hujan saja namun juga bisa sekaligus memberikan informasi mengenai kebudayaan lokal setempat.

¹⁹ Poppy Ruliana, Puji Lestari, *Teori Komunikasi*, (Depok: Rajawali Pers), 159 – 160.

6. Media komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berawal dari bahasa latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah yang pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi adalah sebuah interaksi antara makhluk satu dengan yang lainnya dan saling memeberikan pesan. Media adalah sarana atau alat pendukung untuk menghubungkan pesan.

Media komunikasi adalah sarana atau alat pendukung yang menghubungkan pesan yang sedang didialogkan oleh komunikan kepada komunkator. Menurut Porter dan Samovar, memahami komunikasi manusia berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, akibat-akibat apa yang terjadi, dan akhirnya apa yang dapat kita perbuat untuk mempengaruhi dan memaksiumkan hasil-hasil dari kejadian tersebut. McLuhan menyatakan bahwa media komunikasi sebagai inti dari peradaban manusia. Media berfungsi sebagai penghubung ruang dan waktu. Lebih jauh lagi McLuhan melihat bahwa media berfungsi sebagai perluasan dari berbagai kemampuan mansuia, seperti roda sebagai perluasa dari kaki: buku perluasan dari ide, pemikiran, dan mata: pakaian merupakan perluasan dari kulit: sirkuit listrik sebagai perluasan sistem saraf.

Sekurang kurangnya ada empat catatan perkembangan media :

1. Era masyarakat *Tribal (The Tribal Age)*. Di era ini, komunikasi manusia di mediasi melalui (*Oral Culture*) sehingga yang berperan di sini ialah *storytelling* yang mengandalkan keterlibatan pemikiran inisiatif dan holistik.
2. Era masyarakat tulis (*The Age Of Literacy*). Di era ini, komunikasi manusia di mediasi oleh tulisan yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip bangunan logika.
3. Era percetakan (*The Print Age*). Di era ini, komunikasi antar manusia menekankan pada cetakan visual yang berpusat pada “*Galaksi Guttenberg*,” di sini peranan mata sangat dominan, cara berfikir linear, status sains semakin diperhitungkan, serta munculnya sikap individual.
4. Era elektronik (*The Electronc Age*), yang menekankan pada *image visual*. Era ini diawali dengan terbentuknya kesadaran dan pengalaman hidup dengan prinsip *global village*. Pada era ini, televisi merupakan media yang sangat dominan karena melibatkan semua sensori manusia (persepsi, sikap, stereotip, pikiran, perasaan, emosi, tindakan) yang mendorong warga masyarakat *retribalization*: serta memudarnya logika dan cara berfikir linear.

Dalam hal lain yang berkaitan dengan media, Marshall McLuhan membagi dua jenis media dalam suatu kategori yang bersifat binary :

1. **Hot Media**

Media yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap manusia melalui persepsi sensorisnya bahkan hanya menggunakan satu sensoris/sensoris tunggal saja seperti cahaya/mata dan suara/telinga. Intinya pada hot media selalu melibatkan sensoris tunggal tanpa mempertimbangkan stimulus. Menurut McLuhan, jenis media seperti ini sering mempunyai kekuatan merusak (*Destructive Strength*).

2. Cool Media

Jenis media yang selalu melibatkan lebih sedikit stimulus. Ketika audiens mengakses media ini, maka mereka harus berusaha lebih aktif untuk berpartisipasi.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berawal dari bahasa latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah yang pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Komunikasi adalah sebuah interaksi antara makhluk satu dengan yang lainnya dan saling memeberikan pesan. Media adalah sarana atau alat pendukung untuk menghubungkan pesan.

Dalam memberikan penjelasan mengenai media komunikasi tentunya tidak bisa dilepaskan dengan Media massa. Media massa yakni sebuah istilah yang digunakan untuk mempertegas kehadiran suatu kelas, seksi media yang dirancang sedemikian rupa agar dapat mencapai audiens yang sangat besar dan luas (yang dimaksudkan dengan besar dan luas adalah seluruh penduduk di suatu bangsa / negara). Media massa dapat menumbuhkan bermacam-macam rangsangan (stimulus) sehingga tanggapan *audience* yang dihasilkannya juga akan berbeda-beda²⁰. Media dikatakan sebagai kekuatan yang bisa mengubah kondisi sosial pada masanya²¹. Selain itu, media massa juga adalah mekanisme ideologi yang memberikan kepada anda perspektif untuk memandang realitas sosial²².

7. Efektivitas Komunikasi

Efektivitas memiliki kata dasar yakni efek yang memiliki pengertian pengaruh: yang ditimbulkan oleh sebab/perbuatan: akibat: dampak: jenis surat berharga. Sedangkan efektif memiliki arti tepat: manjur: mujarab: tepat guna: berhasil. Efektivitas memiliki arti ketepatan: hasil guna: menunjang tujuan.²³

Komunikasi secara istilah memiliki makna yang cukup banyak. Namun jika diartikan besarnya, komunikasi memiliki arti proses

²⁰Tommy Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet-, CAPS-Yogyakarta, h. 21

²¹Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, Cet-1, PT Bui Aksara, h 199.

²²Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya : Bandung, 2011, h. 250-251.

²³ Risa Agustina, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya- Serba Jaya. 93

bertukarnya informasi antara satu orang dengan yang lainnya. Menurut Harold Laswell komunikasi merupakan dalam definisi komunikasi versinya adalah (Cara yang baik untuk menjawab pertanyaan - pertanyaan berikut) Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?' atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh bagaimana?'²⁴

Proses komunikasi memiliki unsur atau komponen didalamnya sebagai wujud keberhasilan dalam transaksi komunikasi. Sebagai bentuk penjelasan dari teori Laswell ada unsur komunikasi yang diturunkan dan sebuah komunikasi dianggap efektif apabila mampu memenuhi unsur ini, yakni :

- a) **Sumber** (*source*). Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber ini bertujuan untuk menyampaikan apa yang ada dalam hatinya (perasaan) atau dalam kepalanya (pikiran), sumber harus mengubah perasaan atau pikiran tersebut ke dalam seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang idealnya dipahami oleh penerima pesan.
- b) **Pesan** (*Message*), yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan mempunyai tiga komponen : makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata - kata (bahasa), yang dapat merepresentasikan objek (benda), gagasan, dan perasaan, baik ucapan

²⁴ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi - PT Remaja Rosdakarya, 2016. 69

(percakapan, wawancara, diskusi, ceramah) ataupun tulisan (surat, esai, artikel, novel, puisi, pamflet).

- c) **Saluran atau *media***. Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran boleh merujuk pada bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima, apakah saluran verbal atau saluran nonverbal.
- d) **Penerima (*receiver*)**. sering disebut sasaran/tujuan (*destination*), komunikate (*communication*), penyandi balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*intrepeter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber
- e) **Efek**. Apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.
- f) **Umpan balik (*feed back*)**. apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang ia sampaikan sebelumnya: apakah dapat dimengerti, dapat diterima, menghadapi kendala dan sebagainya, sehingga berdasarkan umpan balik itu, sumber dapat mengubah pesan selanjutnya agar sesuai dengan tujuan.
- g) **Gangguan/kendala komunikasi (*noise/barries*)**. Dalam proses komunikasi, gangguan bisa saja terjadi dari komunikan atau komunikator. Pun juga tidak menutup kemungkinan akan terjadi gangguan pada media atau bahkan sumbernya.²⁵

²⁵ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, Bandung - PT Remaja Rosdakarya. 2016.71 -73

8. Komunikasi Persuasi

Persuasi menurut kamus ilmiah adalah tenaga meyakinkan: bujukan: bentuk karangan yang menguraikan suatu masalah atau keadaan yang dibuktikan dengan data – data dan fakta – fakta yang bertujuan membujuk/mengajak atau mempengaruhi pembaca, sehingga mereka mau mengikuti atau melakukan sebagaimana yang diarpakan di penulis²⁶.

Secara etimologi kata persuasi berasal dari bahasa Latin *persuade*, yang terdiri dari kata *per* artinya efektif atau *effectively* dan kata *suadeo* artinya menasehati, memengaruhi, meyakinkan. Dengan demikian kata *persuadeo* secara harfiah berarti menasehati, memengaruhi, meyakinkan secara efektif. Dalam bahasa Inggris kata tersebut diambil dan kemudian dirubah menjadi *persuasion* atau *to persuade*. Kata *persuasion* berarti *the art or power to persuade*.

Menurut Bettinghouse dan Cody, persuasi adalah sebuah usaha secara cermat dari seseorang atau suatu kelompok untuk memengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku orang lain atau kelompok lain pada arah tertentu.

Dalam melaksanakan proses komunikasi pada persuasi ada tiga (3) faktor penting yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Komunikator

Sumber komunikasi merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam keberhasilan komunikasi persuasi. Kemungkinan

²⁶ *Ibid.* 410

terjadinya perubahan sikap akan semakin besar bila komunikasi memiliki keahlian (*espertness*), keterandalan (*trustworthiness*), dan disukai oleh penerima pesan. Komunikator meyakini pendapat tertentu dan berupaya untuk meyakinkan orang/kelompok lain untuk menerima dan mendukung pendapatnya.

2. Isi Pesan

Kemampuan isi pesan untuk menimbulkan rasa cemas ataupun rasa takut pada penerima pesan juga merupakan unsur yang tak kalah penting dalam komunikasi persuasi. Membangkitkan rasa takut merupakan salah satu cara untuk meyakinkan seseorang untuk berbuat sesuatu, akan tetapi jika rasa takut ini berlebihan akan menimbulkan komunikasi yang tidak efektif.

Isi pesan adalah yang terpenting. Karena itu adalah sebuah maksud sebenarnya sebuah interaksi dilakukan. Yakni agar bisa menyampaikan maksud atau pesan kepada audiens.

3. Sasaran/Target

Reaksi sasaran/target terhadap sebuah pesan tergantung pada tiga hal, yaitu :

- a. Keterikatan target terhadap suatu sikap. Semakin besar keterikatan, semakin sulit mengubah sikap seseorang.
- b. Kekebalan, yaitu ketahanan lain dari target untuk menghadapi perubahan berupa pengalaman masa lalu terkait masalah yang dikomunikasikan oleh komunikator.

- c. Faktor kepribadian, yaitu bahwa sebagian orang umumnya lebih mudah dipersuasi daripada yang lain.

Dalam melaksanakan komunikasi persuasi memiliki nilai keberhasilan, yakni apabila terjadi perubahan sikap dan bersifat *continue* oleh komunikator. Sikap adalah cara seseorang melihat sesuatu secara mental (dari dalam diri) yang mengarah pada perilaku yang ditujukan pada orang lain, ide, objek, maupun kelompok tertentu. Sikap adalah cara seseorang mengkomunikasikan perasaan kepada orang lain (melalui perilaku).

Dalam memahami konteks sebuah sikap, memiliki komponen yang harus diperhatikan yaitu,

a. Komponen Kognitif

Komponen yang berisikan apa yang diyakini dan apa yang dipikirkan seseorang mengenai objek sikap tertentu – fakta, pengetahuan dan keyakinan tentang objek. Dalam bentuk sederhana, komponen kognitif adalah kategori-kategori yang digunakan dalam berfikir.

b. Komponen Afektif

Terdiri dari seluruh perasaan atau emosi seseorang terhadap objek, terutama penilaian. Tumbuhnya rasa senang atau tidak senang ditentukan oleh keyakinan seseorang terhadap objek sikap. Semakin dalam komponen keyakinan positif maka akan semakin senang

terhadap objek sikap. Perasaan atau emosi meliputi kecemasan, kasihan, benci, marah, suka, dan lainnya.

c. Komponen Perilaku

Komponen ini terdiri dari kesiapan seseorang untuk bereaksi atau kecenderungan untuk bertindak terhadap objek. Bila seseorang menyenangi suatu objek, maka ada kecenderungan individu tersebut akan mendekati objek dan sebaliknya. Dalam hal ini, tekanan lebih pada tendensi untuk berperilaku dan bukan pada perilaku secara terbuka.

Persuasi tercapai karena karakteristik personal pembicara, yang ketika ia menyampaikan pembicaraannya kita menganggapnya dapat dipercaya. Kita lebih penuh dan lebih cepat percaya pada orang-orang baik daripada orang lain. Ini berlaku umumnya pada masalah apa saja dan secara mutlak berlaku ketika tidak mungkin ada kepastian dan pendapat terbagi. Tidak benar, anggapan sementara penulis retorika bahwa kebaikan personal yang diungkapkan pembicara tidak berpengaruh apa-apa pada kekuatan persuasinya; sebaliknya, karakternya hampir bisa disebut sebagai alat persuasi yang paling efektif yang dimilikinya²⁷.

²⁷*Ibid*,252.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Deskripsi Data Umum

1. Gambaran Umum Desa Karangwinongan

Desa Karangwinongan merupakan salah satu desa di wilayah Kecamatan Mojoagung. Penelitian ini difokuskan di Desa Winong Timur Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang. Wilayah ini merupakan salah satu dusun yang mencoba tumbuh dengan menghasilkan karya yang inovatif dan berbeda dari desa atau dusun yang lainnya. Warga yang tumbuh dan berkembang disana hidup bersama dan saling bergotong royong dalam melaksanakan aktifitas sehari-hari

a. Karakteristik Fisik Dasar

Kondisi fisik dasar Desa Karangwinongan mencakup empat aspek, yaitu kondisi geografis, kondisi topografi, kondisi hidrologi, dan kondisi iklim/klimatologi.

1) Geografi

Desa Karangwinongan merupakan salah satu desa dari 18 desa yang terdapat di Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang Propinsi Jawa Timur yang memiliki 4 dusun yaitu Dusun Kebonsari, Dusun Karangmenjangan atau Kemiri, Dusun Ngingas, dan Dusun Winong. Secara administrasi Desa Karangwinongan berbatasan dengan:

- a. Sebelah Barat : Desa Ringin Pitu Kecamatan Mojoagung
- b. Sebelah Selatan : Desa Grobogan dan Desa kedung Lumpang Kecamatan Mojoagung

c. Sebelah Timur : Desa Dukuh Mojo Kecamatan Mojoagung

d. Sebelah Utara : Desa Kademangan, Kecamatan Mojoagung

Luas wilayah Desa Karangwinongan adalah 232 ha, yang terbagi menjadi tanah permukiman 59 ha, tanah persawahan 173 ha.

2) Topografi

Kondisi topografi desa Karangwinongan berupa dataran rendah dengan ketinggian 90 meter di atas permukaan laut. Secara umum kondisi topografi desa Karangwinongan mendapat pengaruh dari letusan material gunung Kelud yang terbawa arus deras sungai Brantas dan Sungai desa, sehingga jenis tanah di Desa Karangwinongan merupakan jenis tanah vulkanik yang subur. Hal itu sangat menguntungkan desa mengingat sector yang dominan di desa tersebut adalah sector pertanian, sehingga dapat berpotensi dalam pengembangan sector pertanian disana.

3) Iklim

Seperti halnya semua wilayah di Indonesia, Desa Karangwinongan Kecamatan Mojoagung, Kabupaten Jombang memiliki iklim tropis yakni sekitar 35° C, dimana setiap 6 bulan sekali terdapat musim kemarau dan 6 bulan sekali ada musim penghujan, namun akhir-akhir ini pembagian waktu iklim tidak lagi tepat, kebanyakan didominasi oleh musim kemarau yang lebih panjang waktunya. Hal ini tentu saja

menguntungkan penduduk Desa Karangwinongan karena mayoritas pekerjaan mereka adalah petani.

4) Hidrologi

Desa Karangwinongan terletak kurang lebih pada ketinggian 90 meter dari permukaan air laut mempunyai curah hujan yang cukup rendah, yaitu berkisar antara 1750-2500 mm per tahun dengan jumlah curah hujan terbanyak 93 hari. Desa Karangwinongan tidak memiliki sumber mata air sendiri, satu-satunya sumber air yang terdapat di Desa tersebut hanya sungai yang mengalir diantara Desa Dukuh Mojo yakni sebelah Timur Desa Karangwinongan, sepanjang Desa Karangwinongan, dan Desa Kedung lumpang. Sungai tersebut digunakan warga untuk mengairi sawah, sedangkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti minum, memasak, mandi, dan mencuci, sebagian besar (± 900 unit sumur) warga desa menggunakan sumur yang menggunakan pompa.

b. Karakteristik Sosial

Masyarakat desa Karangwinongan umumnya sama seperti ciri-ciri masyarakat desa pada umumnya, yang mengutamakan kebersamaan dan gotong royong. Namun karena jarak antar permukiman antar dusun di Desa yang relatif jauh, menyebabkan masyarakat Desa jarang melakukan perkumpulan. Jika ada perkumpulan desa di Balai Desa, tidak semua warga dapat menghadiri pertemuan, hanya sebagian yang

menghadiri. Selain itu karena tingkat pendidikan yang rendah menyebabkan pemikiran masyarakat desa sempit, kurang bisa menerima adanya masukan berupa informasi dan pengetahuan baru. Ketika ada pendatang, mereka cenderung menyambutnya dengan ramah.²⁸

2. Gambaran umum Shalawatan Air Hujan

Shalawatan Air Hujan selanjutnya disingkat SAH merupakan rangkaian kegiatan tahunan yang dilaksanakan oleh Yayasan Air Kita. Yayasan air kita adalah sekelompok komunitas pemuda yang memiliki visi dan misi tujuan yang sama yakni untuk kesejahteraan sosial. Berawal dari aktivitas satu keluarga yang bertekad untuk melakukan gerakan sosial maka mulailah dengan melakukan hal sederhana. Diprakarsai oleh keluarga Mas Purwanto tercetuslah rangkaian kegiatan seperti berbagi rutin sedekah bersama anak yatim piatu, dan melakukan aktifitas mengajar yang terletak di Pondok Al-Bi Adab.

Melalui yayasan tersebut anak-anak diajarkan berbagai macam pelajaran dan aktivitas luar ruangan yang mampu menumbuhkan sifat kognitif anak. Contohnya belajar mengenai kesenian. Anak-anak ini dilatih dengan baik kemudian ketika mereka sudah dianggap bisa lalu diberikan panggung sehingga semangat menjaga kelestarian tradisi tertanam sejak dini. Kemudian di SAH inilah mereka diberikan panggung untuk unjuk gigi di depan *audiens* yang tidak sedikit. Sejalan dengan visinya SAH inilah yang berfokus pada pengenalan manfaat air hujan dengan metode

²⁸ <http://kwcreative.blogspot.com/2012/06/gambaran-umum-desa-karangwinongan.html?m=1>

menggendeng tradisi budaya dengan *statement* untuk melestarikan budaya maka para generasi muda diajarkan agar tidak lupa akan tradisi atau kesenian yang ada di tanah kelahirannya.

SAH setiap tahun memiliki perkembangan yang cukup pesat sehingga menghasilkan tema yang bersifat representative kegelisahan dari teman – teman yayasan. Lalu menghasilkan tema yang beragam. Pada tahun pertama (9-10 Desember 2017) Shalawatan Air Hujan mengangkat tema “Hujan-Mu adalah Do’a”. Tema ini dimaksudkan untuk membangun pesan kepada masyarakat tentang pentingnya mensyukuri nikmat hujan sebagai karunia Tuhan yang tak terperikan. Tahun kedua (16-17 Desember 2018) bertema “*Ngunjuk Tirta Wening*”, atau dalam bahasa Indonesia berarti meminum Air Bening”. Tema ini terkait erat dengan komitmen Yayasan Air Kita, yaitu mensosialisasikan manfaat air hujan (air bening) untuk dikonsumsi. Tahun ketiga (23-25 November 2019) tema yang diangkat adalah “Kebaikan Bambu dan Hujan”. Tema ini bertujuan untuk mengajak masyarakat bersilaturahmi dengan kebaikan bambu, khususnya peran bambu dalam mengikat air hujan sebagai cadangan air tanah.²⁹

Selain itu, menjadi daya tarik yang lainnya, dalam Shalawatan Air Hujan ini memiliki syair ciri khas yang berjudul **Syukur Hujan**, isinya merupakan sebuah pujian dan doa – doa sebagai wujud ungkapan rasa syukur atas turunnya rahmat Allah SWT yang berupa air hujan dan lagu ini

²⁹SAH : *Momentum Penziarahan sumber Mata Air langit, Bumi, Seni Tradisi*, Karya Purwanto dalam *Buletin Air Kita*, ed. Purwanto (Jombang: Yayasan Air Kita, 2020), h 10.

diciptakan oleh pengurus yayasan Air Hujan sendiri. Dengan syair sebagai berikut :

Gusti Allah paring kerahmatan

(Ya Allah berilah kerahmatan)

Ing ndunya arupii banyu udan

(Di dunia dalam bentuk air hujan)

Kawekas ing sajroning Al-Qur'an

(Yang bermula di dalam Al-Qur'an)

Wujud kawelasane pangeran

(Sebagai wujud Maha Pengasih MU)

Yaa Allah, Yaa Allah muji syukur

Welas asih tansah tinabur

(Belas Kasihanmu yang terus bertabur)

Allahu yaa karim 'anzil 'alaina

(Wahai Allah yang Maha Mulia, Turunkanlah kepada kami)

Minassama'i ma'an midroro

(Dari langit hujan yang deras)

Dalam syairnya, pencipta ingin menyampaikan bahwa pembahasan mengenai air hujan sudah ada di dalam kitab Al-Qur'an. Secara garis besarnya, syair ini ingin menunjukkan bahwa kita jangan sampai menistakan air hujan. Karena didalam Al-Qur'an pun sudah tertuang ayat yang membahas mengenai hujan. Hujan merupakan sebuah kerahmatan untuk makhluk hidup di bumi. Ditarik secara jauh, untuk syair yang bagian bawah merupakan do'a memohon untuk diturunkan hujan. Dalam agama Islam, memiliki cara tersendiri untuk memohon hujan, yaitu melalui sholat Istisqo' dengan tata cara yang berbeda dengan sholat fardhu umumnya. Sehingga ketika jatuh pada musim kemarau kemudian melakukan Sholat Istisqo' lalu turun hujan adalah sebuah kerahmatan yang berwujud air hujan (*arupi banyu udan*).

Jauh sebelum ada pelaksanaan SAH para kelompok ini sudah melakukan penelitian di berbagai tempat untuk mendapatkan akses informasi dan ilmu mengenai air hujan. Dimulai dengan kondisi wilayah, kandungan yang ada didalam air hujan, jenis - jenis air hujan setiap wilayah dan bagaimana cara menampung air hujan agar bisa digunakan oleh masyarakat.

Kemudian karena semangatnya para komunitas ini lalu ada semangat untuk terus mengembangkan dan menyebarkan ilmu mengenai air hujan akhirnya tercetuslah kegiatan bernama Shalawatan Air Hujan. Tentu aktifitas pertama ini menjadi tonggak awal SAH bisa dan mampu konsisten dilaksanakan setiap tahun. Terlepas dari pro kontra adanya SAH ini,

komunitas ini bertahan secara konsisten agar bagaimanapun kegiatan ini tetap berjalan. Dengan kerjasama dengan berbagai pihak, kegiatan SAH ini bisa berjalan. Konsep dan berbagai kegiatan ini di desain untuk mereka yang secara umum belum mengetahui terkait air hujan, kemudian oleh komunitas ini diselipkan budaya lokal sehingga untuk terus memperkenalkan budaya dan melestarikan tetap terjaga hingga anak turunnya.

Ada hal menarik lainnya, di lokasi Shalawatan Air Hujan ini disediakan air hujan yang ditempatkan pada sebuah wadah dan diletakkan di beberapa sudut sebagai konsumsi yang diberikan secara gratis kepada para pengunjung. Tentunya, air hujan tersebut bisa diminum secara langsung, karena sebelumnya sudah melalui proses yang telah dilalui. Yakni dengan penyetruman yang mengubah zat air hujan menjadi air biasa sehingga air tersebut bisa digunakan untuk kesehatan.

Dalam acara tersebut panitia juga menggandeng sektor ekonomi yang berisikan produk-produk UMKM warga sekitar. Dari tahun ke tahun, Shalawatan Air Hujan memiliki tema yang berbeda beda sehingga dalam pengemasan agenda juga memiliki maksud menyampaikan maksud sesuai tema. Hari demi hari Yayasan ini terus berkembang dan menemukan tim untuk legitimasi mengenai air hujan, maka agar semakin kuatlah bahwa air hujan memiliki fungsi yang sangat luar biasa.

B. Deskripsi Data Khusus

1. Pandangan masyarakat setempat

Dalam melaksanakan kehidupan bersama masyarakat sosial tentunya akan mengalami perbedaan pendapat atau pandangan. Sama halnya dengan kegiatan SAH ini, melalui wawancara yang sudah dilakukan terangkum data yang cukup variatif dan berikut pemaparannya :

Menurut Bapak Kasiono Selaku perangkat Kesejahteraan daerah Karangwinongan memiliki hasil akumulasi dari wawancara ini adalah pemerintah desa memberikan dukungan penuh kepada kegiatan yang ada di masyarakat termasuk Shoalwat Air Hujan. Karena dianggap memiliki manfaat dan sisi positif walaupun dalam konsumsinya di lingkungan perangkat belum menggunakan air hujan sebagai konsumsi harian. Menurutnya, masyarakat sangat antusias dan menarik melalui inovasi yang ada dan SAH ini sudah terkenal di wilayah lokal Jombang itu sendiri dan juga bisa diperkirakan menjadi rekomendasi dari kegiatan pemerintah Jombang karena mengambil data sebelumnya ada Bu Camat dan wakil Walikota Jombang. Selama kegiatan yang tidak menyimpang dari aturan akan selalu mendukung kegiatan masyarakat dan berharap SAH terus berkibar, maju dan berkembang.³⁰

Menurut Indah selaku warga setempat untuk kegiatan SAH dia mengikuti terus kegiatannya, untuk anak anak belajar disana, belajar

³⁰ Wawancara dengan Bapak Kasiono pada hari Jum'at pukul 11.00

kesenian dan belajar tematik di yayasan. Dan mengonsumsi setiap hari. Menurutnya, usai minum air hujan pada awalnya berasa pahit agak sepat akan tetapi biasa saja setelah sering meminumnya seperti air mineral pada umumnya. Untuk SAH menarik dan menjadi kesenangan tersendiri bagi orang tua ketika tahu putranya tampil di perhelatan tersebut. Menurutnya, kegiatan SAH cocok sebagai tempat untuk memperkenalkan dan sosialisasi air hujan.³¹

Pendapat lain menurut Enik mengikuti kegiatan Shalawatan Air hujan akan tetapi pernah mengonsumsi air hujan karena padatnya aktivitas pribadi sehingga menjadikan tidak mengikuti dengan antusias. Menurutnya kegiatan ini baik untuk dilaksanakan karena salah satunya kegiatan menyantuni anak yatim. SAH dipandang menarik dan merupakan kegiatan sosial yang patut di apresiasi karena bisa menimbulkan sifat bergotong royong lantas menjadi tonggak awal agar semakin menambah kekraban antar masyarakat setempat. Dalam kasus ini, masyarakat yang bahkan tidak begitu mengikuti dengan padat kegiatan SAH masih dan tetap mendukung kegiatan tersebut untuk terus berjalan karena dianggap efektif untuk mensosialisasikan manfaat air hujan.³²

Menurut nenek Suprapti, rasa air hujan itu berbeda karena jauh lebih segar dibandingkan dengan air sumur pada umumnya karena sudah melalui proses penyetruman air. Selain itu dengan adanya SAH kampung menjadi

³¹ Wawancara dengan Indah pada hari Jum'at pukul 14.00

³² Wawancara dengan Ibu Enik pada hari Jum'at pukul 14.30

jauh lebih rame dan banyak kegiatan sehingga bisa menambah guyub rukun masyarakat dan para remaja sekitar dan peserta nya datang dari luar daerah. Sekaligus menurut nenek ini, kegiatan SAH ini juga cocok menjadi salah ssatu bentuk mensosialisasikan air hujan.³³

Berbeda dengan pendapat ibu Katinah ini pada saat kegiatan ini tidak begitu antusias dengan kegiatan ini akan tetapi ibu ini tetap mendukung kegiatan ini. Dan selain itu ibu Katinnah belum pperah mencoba air hujan sehingga data rasa air tidak bisa dibandingkan dengan air yang lainnya.³⁴

Menurut ibu Tutun yang ikut menyaksikan selama kegiatan berlangsung dan pernah meminum air hujan dia merasa tawar dan hal yang dirasakan secara jelas oleh ibu tutun adalah pasca meminum air hujan batuknya jauh lebih mendingan saat belum mengkonsumsi air hujan. SAH menurutnya kegiatan yang bagus dan bisa melihat perkembangan anak anak yang ikut tampil, selain itu menurut ibu ini kegiatan ini cocok sebagai kegiatan untk mensosilaisasikan air hujan dan bisa menjadi hiburan masyarakat setempat.³⁵

Pendapat dari Ibu Him selaku bagian UMKM batik *Ecoprint* yang turut mengikuti bazar. Ibu Him adalah salah satu pengusaha di bidang kain batik dengan nama Omah Godong. Proses pembuatan batik disini dengan cara tehnik *ecoprint* dan jumputan. Pada saat SAH merupakan salah satu

³³ Wawancara dengan Nenek Suprapti pada hari Jum'at pukul 15.00

³⁴ Wawancara dengan I bu Katinah pada hari Jum'at pukul 15.30

³⁵ Wawancara dengan Ibu Tutun pada hari Jum'at pukul pukul 16.00

bentuk mempromosikan Omah Godong karena pada posisi lokal masih banyak yang belum mengetahui. Karena sebelumnya, promosi yang dilakukan dengan cara mengikuti pameran - pameran. Selain itu, pasar untuk ecoprint sendiri masih belum meledak banyak di umum.

Kemudian datang pandemi, terjadi penurunan pembeli dengan sangat drastis. Menurut ibu Him, SAH merupakan acara publik yang benar - benar milik publik karena melibatkan banyak masyarakat seakan memiliki acara tersebut. Mereka yang mengikuti kegiatan ini memiliki tanggung jawab untuk membesarkan kegiatan ini. Kegiatan ini tidak populer, akan tetapi benar - benar merakyat.³⁶

Pada saat melakukan observasi, peneliti menggunakan metode wawancara dengan melibatkan komunikasi verbal yang membuat nyaman komunikasi sehingga mampu memberikan respon tanpa dibuat - dibuat atau lebih tepatnya tidak direkayasa dan apa adanya. Dengan menggunakan komunikasi antarpribadi, audien seakan akan sedang berbicara dengan sahabatnya. Lantas berkata sesuai fakta yang mereka rasakan sendiri. Dalam berkomunikasi dengan orang yang lebih tua (*sepuh*) dibutuhkan etika yang baik sebagai bentuk menghormati.

2. Proses Komunikasi Dalam Shalawatan Air Hujan

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Sifat manusia untuk menyampaikan

³⁶ Wawancara dengan Ibu Him pada hari Jum'at pukul 18.00

keinginannya untuk mengetahui hasrat orang lain, merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang - lambang isyarat, kemudian disusul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang - lambang itu dalam bentuk komunikasi verbal. Usaha usaha manusia untuk berkomunikasi lebih jauh, terlihat dalam berbagai bentuk kehidupan mereka di masa lalu.³⁷

a. Penerapan Bentuk Komunikasi

Dalam Shalawatan Air Hujan terjadi banyak sekali interaksi antara satu dengan yang lainnya. Komunikasi ini terjadi secara langsung dan juga tidak langsung. Dalam SAH ini, komunikasi secara verbal sangat banyak digunakan. Ketika dari panitia mencoba untuk mengkomunikasikan kegiatan ini mereka juga menggunakan dan mendialogkan secara verbal agar mudah dipahami. Akan tetapi sesekali mereka juga menggunakan bentuk komunikasi nonverbal untuk memperjelas kalimat yang diucapkan.

Penggunaan teori *Operant Conditioning* diterapkan oleh mereka melalui kegiatan ini. Dengan model stimulus yang dibrikan adalah berbentuk kegiatan kebudayaan. Melalui proses pendekatan bertajuk agar memanfaatkan air hujan merupakan langkah awal agar masyarakat memberi respon terkait itu. Dan secara faktanya, beberapa orang ikut mengonsumsi atau mencoba airnya. Itulah merupakan bukti teori kognitif

³⁷ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta - PT RajaGrafindo Persada. 2003.4

yang digunakan. Tidak hanya merespon kata kata, akan tetapi juga turut mengonsumsi air hujan tersebut.

Pasca mengonsumsi air hujan tersebut, dalam *Mediating Theory* memiliki fungsi bagaimana para audien kembali meminum air tersebut karena sudah melewati fase kognitif. Selain itu, dirasa sudah cukup mampu menampung informasi baru dan nyaman lalu tubuh meresponnya yakni dengan pembuktian pasca kegiatan SAH mencari informasi terkait air hujan dan segudang manfaatnya.

Bentuk komunikasi nonverbal yang digunakan adalah ketika panitia meletakkan beberapa kendi air hujan agar dicicipi warga. Secara tidak langsung, itu adalah bukti bahwa bentuk memberikan petunjuk tanpa mengatakan dan cukup efektif karena beberapa orang penasaran bertanya akan hal tersebut. Tak bisa dipungkiri juga, dengan menggeretnya kebudayaan lokal merupakan sebuah proses simbolik yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat.

b. Penerapan Tipologi Komunikasi

Berkomunikasi merupakan salah satu langkah untuk menyamakan persepsi, gagasan dan bertukar informasi. Dalam SAH, untuk melakukan komunikasi intrapersonal adalah ketika seorang konseptor acara bergelut dengan pikirannya. Karena jika dilihat dari pengertiannya, intrapersonal adalah komunikasi dengan diri sendiri. Contohnya, pengagas kegiatan SAH ini sedang memikirkan sebuah ide yang menginovasi agar SAH

semakin menarik namun belum ditahap untuk disampaikan kepada publik. Ketika sudah menemukan ide yang cukup menarik namun belum bisa untuk dijelaskan ke ranah publik, maka mereka akan memulainya dari background yang sama untuk mediskusikannya. Yaitu melalui diskusi keluarga. Disini berfungsi untuk meminimalisir perbedaan yang cukup signifikan dan aktivitas ini termasuk dalam akomodasi komunikasi.

Ketika sebuah konsep sudah matang dan sudah didiskusikan dengan yang satu frekuensi, maka semakin kuat argumen dibentuk dan mampu menghilangkan keraguan dan ketidakpastian. Dalam kejadian ini, teori pengurangan ketidakpastian digunakan untuk mendeteksi keraguan pada peserta dan panitia mengenai kegiatan SAH ini. Contohnya, keraguan mengenai manfaat air hujan, bisa dijelaskan melalui berbagai workshop dan talkshow, sehingga mereka yang ragu bisa mempelajarinya dengan percaya sendiri dan tidak merasakan keraguan kembali. Keraguan pun bisa dirasakan oleh panitia sendiri dalam kegiatan tersebut. Keraguan terkait kelancaran acara, namun ketika diberi dorongan dan semangat yang positif dan di briefing maka semakin yakin bahwa kegiatan tersebut berjalan dengan lancar.

Ketika sudah sejauh ini dalam mengikuti SAH maka tentunya akan ada sebuah harapan dari pembuat konsep yang bergelut dengan dirinya sendiri tadi. Lebih ke arah kepuasan tersendiri apabila kegiatan tersebut berhasil. Memiliki ekspektasi memang diperbolehkan, akan tetapi juga

harus melihat realita yang ada. Teori pelanggaran harapan ini memiliki potensi yang cukup tinggi. Karena disini keterlibatan dengan diri sendiri jauh lebih besar, dikarenakan keinginan yang besar akan keberhasilan SAH ini.

Selain menggunakan komunikasi intrapersonal, dalam komunikasi juga harus menggunakan komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi bisa disebut juga sebagai komunikasi interpersonal, yakni komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka yang dapat dilakukan secara verbal maupun nonverbal.³⁸ SAH merupakan kegiatan sosial bertajuk kebudayaan. Dengan mengajak banyak orang maka kegiatan ini bisa terlaksana terlepas kurang lebihnya.

c. Efektivitas Komunikasi dalam Shalawatan Air Hujan

Komunikasi bisa dikatakan efektif apabila memiliki pengaruh yang cukup kuat pada lingkungan tersebut. Dengan mengajak berbagai unsur elemen masyarakat, SAH membawa dampak pada Desa Karangwinongan, terkhusus dusun Winong Timur. Dengan membawa konsep pendekatan melalui budaya, proses stimulus ini berjalan dengan cukup signifikan. Yayasan air kita menjadi salah satu sumber informasi masyarakat apabila hendak berbicara soal hujan. Dengan membawa misi kebaikan hujan untuk masyarakat yang digunakan dengan cara cukup masif.

³⁸ Ngalimun, *Komunikasi Interpersonal*, Yogyakarta-Pustaka Pelajar. 2018.hlm 4

Melalui kegiatan Shalawata Air Hujan, yayasan mengambil langkah yang cukup berani. Karena untuk memperkenalkan kepada publik mengenai hujan membutuhkan acara yang cukup besar dan inovatif. Ditambah lagi dengan mendatangkan pemateri yang mumpuni di bidangnya. Khalayak umum yang berfungsi sebagai penerima misi pun merasakan manfaatnya kegiatan tersebut. Beberapa dari masyarakat mengatakan menarik, menambah keraketan dan beberapa lainnya tak memberikan respon yang kongkrit tapi tetap menganggapnya baik kegiatan tersebut.

Dari kegiatan SAH yang cukup ramai dan terhitung beberapa hari dengan berbagai aktivitas yang cukup padat diharapkan memiliki efek yang cukup signifikan. Contoh misal, mendatangi kembali SAH selanjutnya, keimanannya semakin bertambah apabila ilmunya sudah dalam terkait anugerah Allah SWT dan lain sebagainya. Tentu hal tersebut bis terlaksana apabila tidaka ada gangguan. Gangguan inipun bisa datang dari luar kepanitiaan SAH sendiri atau dari luar. Mengingat dari hasil observasi faktanya ada minoritas yang kurang merespon kegiatan tersebut walaupun tidak secara terang terangan.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Relevansi Bentuk Komunikasi Shalawatan Air Hujan

Media mengalami perkembangan yang signifikan pada setiap zamannya. Tidak semakin ketinggalan, tapi justru semakin mengalami berkembang mengikuti zaman. Media itu meliputi media cetak dan media online. Sesuai dengan teori yang dipaparkan pada bab sebelumnya, kita sudah memasuki Era elektronik dan penekanannya pada *image visual*. Namun masih ada juga yang menggunakan media cetak biarpun penggunaannya sudah tidak begitu antusias, kemudian dengan cara mengkombinasikan dengan digital jauh lebih bisa mengikuti era saat ini.

Pada masyarakat modern, perkembangan media hampir semuanya di digitalisasi. Media sangat terikat dengan teknologi. Sekalinya teknologi mengalami perkembangan yang pesat, media pun turut mengikuti hal tersebut. Berkat teknologi komunikasi manusia juga memiliki kapasitas “berpindah-pindah” untuk menjembatani ruang.³⁹ Teknologi pun mengalami perkembangan mulai dengan teknologi manual hingga digital. Pemanfaatan media digital dilakukan untuk memberikan akses informasi kepada publik agar tidak tertinggal informasi.

Hal itu didasari dengan mudahnya akses bagi pengguna internet orang-orang mampu menggunakannya dimana saja dan kapan saja tidak terikat waktu dan tempat. Internet merupakan sebuah jaringan yang berfungsi untuk

³⁹ Poppy Ruliana, Puji Lestari, *Teori Komunikasi*, (Depok: Rajawali Pers), 240

menghubungkan antara satu media elektronik dengan media lainnya. Jaringan komunikasi inilah yang akan mentransfer data secara tepat dan cepat melalui frekuensi tertentu. Adapun standar global penggunaan internet sendiri telah memakai Internet Protocol atau Transmission Control Protocol (IP/TCP).⁴⁰ Gelombang pengguna internet sebagai terobosan baru cara berkomunikasi bermunculan dengan sangat signifikan melampaui media cetak.

Dengan memakai koneksi internet ini, orang-orang hingga mengetahui bahwa dengan hanya duduk saja kita bisa mengakses informasi dari lokal atau mancanegara sekalipun. Dengan teknologi terbaru, publik jadi tahu bahwa hanya dengan media internet mampu berkomunikasi secara visual. Seperti yang kita sudah ketahui, perkembangan media komunikasi tak lepas juga dengan munculnya media sosial, yakni ada Instagram, Youtube, Twitter dan lain sebagainya. Media sebagian besar diasumsikan mampu memberikan refleksi transparan bagi realitas (bahasa adalah transparan), apakah ini sebagai refleksi tentang peristiwa (yakni :berita), tentang budaya (yakni; budaya populer), atau tentang moralitas dan seni (yakni; film atau sastra).⁴¹

Shalawatan Air Hujan yang dilaksanakan di Era media berkembang dengan cukup signifikan atau bisa disebut dengan revolusi industri. Dalam perjalanannya, SAH menggunakan berbagai jenis media sosial untuk mendistribusikan informasi kegiatannya. Penggunaan media ini sangat masif sehingga audien dari luar jombang pun juga banyak yang mengetahui. Hal itu

⁴⁰ <https://www.gramedia.com/literasi/internet/>

⁴¹ David Holmes, *Teori Komunikasi; Media, Teknologi, dan Masyarakat*, Pustaka Pelajar:Yogyakarta. 49 - 50

digunakan untuk memperluas informasi mengenai kegiatan SAH sekaligus untuk menginformasikan manfaat air hujan.

Salah satu media yang digunakan dalam SAH adalah Instagram dan youtube. Kedua media sosial ini merupakan platform media sosial masa kini yang dinilai cukup efektif menampilkan kualitas visual dan audio sehingga masyarakat bisa mengakses dengan sangat mudah. Sehingga bagi mereka yang tidak bisa datang bisa menonton melalui media ini. Tanpa kekurangan akal, panitia pun juga menginformasikan melalui radio, walaupun hanya dengan suara, akan tetapi siapa sangka bisa menjadi alternatif untuk berbagi informasi. Pesan mulut ke mulut pun juga terjadi untuk menginformasikan kegiatan ini.

Melalui data observasi sebelumnya, narasumber mengaku telah merasakan manfaat air hujan didalam tubuhnya. Dan memberikan penjelasan bahwasanya Shalawatan Air Hujan merupakan salah satu kegiatan yang mampu membuat masyarakat semakin guyub rukun. Respon baik pun juga dilontarkan oleh pemerintah setempat. Hal itu bisa ditarik garis tengah bahwa masyarakat sepakat dengan adanya kegiatan SAH dan juga audien boleh mencoba air hujan yang bisa dikonsumsi.

Melalui penjelasan diatas, Proses komunikasi memiliki bentuk dan cukup variatif. Senada dengan hal tersebut, komunikasi secara verbal dan nonverbal diterapkan melalui berbagai hal. Bahkan bisa dilakukan dengan menggunakan dunia maya. Melalui proses analisa di atas, bentuk komunikasi yang digunakan relevan dengan data yang ada.

E. Pemfungsian Tipologi Komunikasi Pada Shalawatan Air Hujan

Tipologi komunikasi dalam SAH memiliki peran yang banyak. Karenanya, konsep kegiatan ini bisa berjalan adalah salah satunya dengan menggunakan komunikasi ini. Menggunakan garis besar dua tipe komunikasi yaitu komunikasi antarpribadi dan Intrapersonal. Penulis hanya mengambil dua komunikasi ini karena dua tipe ini yang memiliki peran yang cukup efektif dalam proses penyampaian komunikasi secara langsung atau tidak langsung.

Berbagai aspek yang dimiliki oleh komunikasi ini pun juga menjadi dasar mengapa penulis memasukkannya. Dianggap sesuai adalah jawabannya. Data yang ditemukan di lapangan memiliki beberapa unsur yang hampir sama dengan aspek ini. Salah satunya adalah proses bertanya pada diri sendiri. Dimulai dari konsep secara pribadi inilah hingga akhirnya memunculkan grand design kegiatan yang luar biasa.

Tentunya tidak lepas dari komunikasi secara kelompok, terlepas kelompok kecil semacam diskusi atau komunikasi skala besar dengan melibatkan banyak orang dan tentunya akan sering menemukan noise. Noise yang ditemukan disini adalah macam - macam. Contoh halnya, perbedaan pendapat, gagasa, tawaran konsep pada saat, akan dan pasca kegiatan SAH. Hal ini sesuai dengan konsep teori Joseph karena dalam teorinya umpan balik akan diberikan sesuai dengan lingkungannya.

F. Efektifitas Komunikasi Dalam Shalawat Air Hujan

Efektif dilansir dari kbvi.web.id memiliki arti ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya). Dengan kata lain mampu menghasilkan sesuatu atau menimbulkan hasil. Sedangkan efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.⁴² Sebuah komunikasi dianggap efektif apabila memenuhi unsur-unsur komunikasi yakni, Sumber komunikasi (*Source*), Pesan (*Message*), Media (*Medium*), Penerima (*Receiver*), Umpan balik, (*Feedback*).

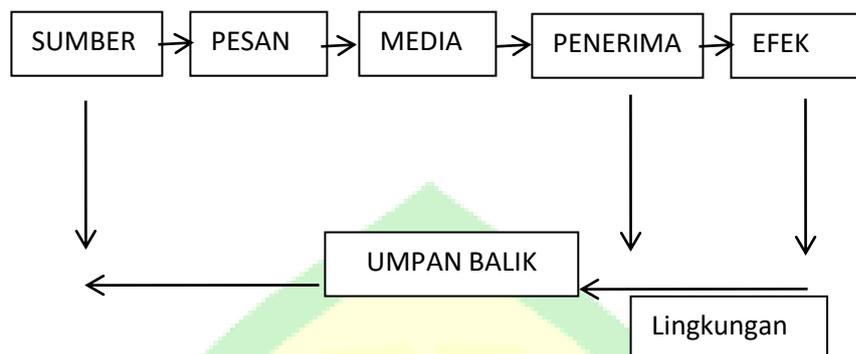
Dari unsur-unsur di atas apabila terpenuhi semuanya maka dianggap efektif komunikasi yang berlangsung tersebut. Namun perlu diketahui bahwa dalam proses komunikasi akan ada dan muncul noise atau gangguan. Entah gangguan dari komunikan atau komunikator sendiri. Efektivitas komunikasi tidak lepas dari Efek komunikasi. Efek komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas atau dua orang yang terlibat dalam tindak komunikasi. Pada tindak komunikasi selalu ada konsekuensi. Sedangkan efek bisa terjadi secara kognitif, efektif dan behavioral.⁴³

Joseph de Vito, K.Sereno dan Erika Vora memberikan konsep yang cukup menarik, yakni seperti ini⁴⁴ :

⁴² <https://repository.unair.ac.id> (Jurnal Rany An Nisaa Sabrina dengan judul Efektivitas dan Efisiensi Komunikasi Pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik tahun 2017, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga)

⁴³ Poppy Ruliana, Puji Lestari, *Teori Komunikasi*, PT Rajagrafindo Persada - Depok. 278

⁴⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2003. hlm 23



Dalam konsep ini, sumber merupakan berbagai jenis informasi yang masuk dan akan melibatkan berbagai macam data. Kemudian diterima sebagai pesan atau sesuatu hal yang ingin disampaikan. Melalui media yang tepat, pesan yang ingin disampaikan akan diproses melalui alat komunikasi agar sampai kepada penerima. Lalu kemudian akan menimbulkan efek yang bisa merespon lalu memberikan umpan balik. Melalui konsep ini, tergantung pada lingkungan yang sedang berkembang. Karena proses komunikasi yang terjadi akan memberikan umpan balik secara langsung atau tidak langsung.

Dalam penelitian ini, SAH merupakan sebuah sumber komunikasi, yakni yang memberikan data secara terbuka karena memang kegiatan ini dilaksanakan secara terbuka. Dalam kegiatannya ini, SAH membawa pesan mensosialisasikan manfaat air hujan, dengan media yang ia gunakan adalah media Panggung atau pertunjukan dengan kemasan festival, sebagai penerimanya adalah mereka audiens yang hadir atau bagi mereka yang tidak bisa hadir tapi tetap bisa menyaksikannya dari media sosial. Kemudian dalam kegiatan itu panitia berharap ada efek yang ditimbulkan, yakni para audien

yang turut mengonsumsi air hujan dan juga turut mengikuti perkembangan seni tradisi yang ditampilkannya.

Kemudian panitia berharap dengan adanya kegiatan tersebut ada respon secara langsung atau tidak langsung dengan menghubungi kembali dan menanyakan mengenai air hujan. Dalam Shalawat Air Hujan ini, Komunikasi yang digunakan cukup banyak, mulai dari komunikasi dengan interpersonal, antarpribadi, kelompok dan massa. Konsep komunikasi Interpersonal mereka gunakan ketika sedang berdebat dengan diri mereka sendiri mengenai konsep yang akan digunakan pada saat kegiatan. Kemudian dalam proses komunikasi antarpribadi mereka gunakan ketika sedang membicarakan konsep dengan skala kecil. Contoh hal ketika mereka beberpa rombongan dirumah antar keluarga. Pembentukan konsep dalam skala kecil memiliki potensi yang efektif untuk mengkoordinir konsep yang belum matang.

Dalam komunikasi yang kelompok mereka ketika sudah mulai lebih matang dan siap mendiskusikannya dengan sekelompok orang yang memiliki pemahaman berbeda beda. Dengan kata lain, benturan konsep akan terjadi. Dan fungsinya komunikasi kelompok adalah untuk itu, mengurai konsep yang ada agar terjadi lebih rinci dan detail, sehingga mampu mengurangi gangguan/noise saat pelaksanaan. Mereka menggunakan proses komunikasi tersebut demi kelangsungan misi yang sudah mereka konsep terlebih dahulu. Dalam perjalanannya, SAH memiliki misi yang sama dan tidak berubah ubah hanya saja semakin berkembang dan menambal ketidaksempurnaan pada kegiatan sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada : Shalawatan Air Hujan sebagai media Komunikasi Untuk Mensosialisasikan manfaat air Hujan dapat ditarik sebagai berikut :

1. Shalawatan Air Hujan memfungsikan bentuk komunikasi secara verbal dan non verbal dalam menyampaikan informasi pada publik. Unsur komunikasi verbal yang dipakai adalah *Operant Conitioning, Kognitif dan Mediating Theory*. Ketiga metode ini memiliki fungsi sendiri sendiri dalam proses komunikasi yang menekankan pada kemampuan bahasa dengan menggunakan kalimat yang bersuara sehingga menimbulkan respon yang cukup masif dari stimulus di awal. Berbeda dengan konsep Non verbal, dalam SAH ini proses komunikasi dilakukan dengan menggunakan aktifitas gesture tubuh dan respon alamiah yang dirasakan oleh pribadi masing masing selama at sesudah kegiatan tersebut. Adapun respon ini bisa dengan gesture tubuh, emosi yang diasakan audien dan para pembuat acara itu sendiri.
2. Dalam proses komunikasi kegiatan Shalawatan Air Hujan ditemukan berbagai tipologi komunikasi yang digunakan sebagai langkah interaksi dan pertukaran pesan melalu sumber yang diterima kemudian diolah dengan media sebagaimana mungkin, sehingga menimbulkan umpan balik yang

cukup responsif. Penulis memasukkan hanya beberapa tipologi, karena dianggap sebagai tipe yang cukup efektif dalam proses ini, Yakni komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Antarpribadi/interpersonal. Kedua komunikasi ini memiliki orientasi sendiri sendiri dalam SAH ini. Sederhananya, Komunikasi intrapersonal lebih cenderung berperan sebagai seorang konseptor karena lebih cenderung bergulat dengan pikirannya. Lalu komunikasi interpersonal ini bagaimana tercurahkannya ide ide yang sudah ada untuk di push kepada publik. Oleh karen itu, dalam komunikasi Intrapersonal ada unsur komunikasi kelompok.

3. Efektifitas komunikasi akan tercapai apabila unsur unsur komunikasi yakni, Sumber komunikasi (*Source*), Pesan (*Message*), Media (*Medium*), Penerima (*Receiver*), Umpan balik, (*Feedback*) ada didalamnya dan berfungsi secara masif.

B. Saran

1. SAH ini menggunakan bentuk komunikasi yang pada umumnya. Yakni secara verbal dan nonverbal. Konsep ini sudah sesuai dengan kegaitan tersebut, dan akan lebih efektif lagi apabila pada komunikasi ini diberikan penjelasang sangat sederhana.
2. Tipe adalah sebuah standar. Standar tinggi yang diterapkan pada SAH ini. Dengan menerapkan standar yang menggandeng masyarakat menengah kebawah ini dirasa cukup efektif apabila dijadikan sample secara umum. Akan tetapi jauh lebih baik apabila juga menggandeng masyarakat

menengah ke atas, agar yang memanfaatkan dan peduli air hujan bisa merata semua kalangan.

3. Tingkat efektivitas komunikasi akan berjalan dengan masif apabila kegiatan tersebut direspon oleh kalangan dari anak-anak hingga orang tua, dari desa sampai ke kota dengan pemaksimalan penyebutan. Dengan kata lain, di beberapa tempat masih ada yang belum mengetahui kegiatan tersebut.



Daftar Pustaka

- Bugin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta:Kencana, 2006.
- Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Rineka Cipta, 2008.
- Hardani,dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta:Pustaka Ilmu, 2020.
- Hutagalung, Inge.*Teori – Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*,Jakarta:PT Indeks, 2018.
- Maharani, Atika. *Motif Dan Pewarnaan Tekstil Di Home Industry Kaine Art Fabric “Ecoprint Natural Day”*. Skripsi Uneversitas negeri Yogyakarta, (online), diakses tanggal 8 September 2020
- Mulyana, Deddy. *Ilmu komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- M. Yusup, Pawit. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009.
- Nurhayatun, “Nilai–Nilai Ajaran Islam Dalam Tradisi pemabacaan Shalawat Jawa,” Skripsi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, (online), 2019.
- Setiati Prihatini. “Dakwah melalui Kesenian (Deskripsi Pesan Dakwah Dalam Kesenian Topeng Ireng) Di Desa Kuwaderan, Kecamatan Kajoran Kabupaten magelang Tahun 2017.” Skripsi IAIN Salatiga, (online), 2017.

- Kailul, Jubaida. "Hubungan Masyarakat (HUMAS) Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Kota Ambon." Skripsi ISIN Ambon, (online), 2021
- Suprpto, Tommy. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Wisnubroto, Sukardi. *Meteorologi Pertanian Indonesia*, Yogyakarta: Mitra Gama Widya, 1999.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Holmes, David, *Teori Komunikasi : Media Teknologi dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005 terj.
- Cangara, Havied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 01

TRANSKIP WAWANCARA

1. Narasumber 01

Nama : Indah

Umur : 30 Tahun

A : Apakah ibu ikut mengonsumsi air hujan ?

B : Iya mbak, Setiap hari. Soale masih sodara jadi lek habis minta lagi

A : Apa yang dirasakan saat minum air hujan ?

B : Pas awal awal pait mba, radi sepet sepet ngoten. Tapi sak niki sudah biasa mbak. *(awal awal pahit mba. Agak sepet sepet begitu. Tapi sekarang sudah biasa mbak)*

A : Tanggapan anda bagaimana mengenai Shalawatan Air Hujan ?

B : Sae mbak. Gek yo menyenangkan. Anak anak pada tampil, niku tampil wayang beber. Terus lare lare pada surak surak. Seneng bungah mbak. *(bagus mbak, terus juga menyenangkan. Anak anak ikut tampil, itu tampil wayang beber terus anak anak juga bersuka ria. Senang dan bangga mbak)*

A : Menurut anda apakah Shalawatan Air Hujan bisa menjadi salah satu cara untuk mensosialisasikan air hujan ?

B : Nggeh pas mbak. Soale airnya tidak beli terus pas dateng acara niko saget langsung diminum. Gratis mbak.

2. Narasumber 02

Nama : Enik

Usia : 45 Tahun

A : Apakah ibu pernah datang di acara Shalawatan Air Hujan ?

B : Mboten pernah mbak. Kulo ki niki sibuk teng pasar Kadang cuman mirsani dari rumah aja mbak

A : Bagaimana tanggapan anda mengenai Shalawatan Air Hujan ?

B : Salut mbak. Soale ada santunan anak yatimnya juga. Nggeh menarik damel kegiatan warga damel sengkuyung teng deso.

A : Apakah ibu ikut meminum air hujan juga ?

B : Pernah mbak.

A : Apa yang dirasakan saat minum air hujan ?

B : Sami mawon mbak kados banyu biasane

3. Narasumber 03

Nama : Suprapti

Umur : 65 Tahun

A : Apakah anda ikut menyaksikan Shalawatan Air Hujan ?

B : Pernah mbak, mirsani kulo nggihan

A : Apakah anda pernah meminum air hujan ?

B : Pernah mbk

A : Apa yang anda rasakan setelah meminum air hujan ?

B : Rasane beda mbak kalihan air sumur. Lebih asrep niki

A : Apa tanggapan anda mengenai Shalawatan Air Hujan ?

B : Senang mbak. Soale tiap tahun kampung e jadi ramai.

A: Menurut anda, apakah Shalawatan Air Hujan ini bisa untuk mensosialisasikan manfaat air hujan ?

B : Acarane pas mbak. Terus acarane niko enten shodaqoh e kersane saget ikhlas mbak. Terus bocah bocah podo seneng mbak podo tampil teng panggung soale.

4. Narasumber 04

Nama : Katinah

Umur : ± 40 Tahun

A : Apakah anda pernah meminum air hujan ?

B : Belum pernah mbak

A : Apakah anda ikut menyaksikan acara Shalawatan Air Hujan ?

B : Mboten pernah mbak naming miring tekan omah mbak. Tapi kulo persani nggeh kathah sing mirsani

A : Bagaimana tanggapan anda kegiatan Shalawatan Air Hujan ?

B : Nggeh menarik mbak. Rame nggehan terus ramai sing jualan

A : Apakah ada perbedaan mengenai air hujan hujan dan air biasa ?

B : Belum tau soale dereng pernah ngrasakne banyu udan e mbak

5. Narasumber 05

Nama : Tutun Wahyuni

Umur : ± 35 Tahun

A : Apakah anda pernah mengonsumsi air hujan ?

B : Pernah mbak

A : Apa yang anda rasakan setelah meminum air hujan ?

B : Nggeh tawar mbak. Dulu itu saya minum air hujan pas batuk mbak terus habis minum malih ga batuk lagi.

A : Bagaimana tanggapan anda mengenai Shalawatan Air Hujan ?

B : Sae mbak. Lare lare podo menjiwai mbak

A : Apakah Shalawatan Air Hujan bisa dianggap cara untuk mensosialisasikan manfaat air hujan?

B : Cocok mbak. Kahanan e itu seneng mbak, terus rame ngoten soale ada hiburan. Dan anak anak bisa pentas mbak

Lampiran 02

Dokumentasi Wawancara

| Deskripsi | Dokumentasi |
|---|--|
| <p>Wawancara dengan Perangkat Desa Karangwinongan. Bapak Karsono yang menjabat sebagai Perangkat Kesejahteraan Karangwinongan</p> |  |
| <p>Wawancara dengan Ibu Enik. Salah satu warga dusun Karangwinongan Timur</p> |  |
| <p>Wawancara dengan Ibu Him. Salah satu pemilik UMKM batik dengan metode Ecoprint</p> |  |

Lampiran 03

Dokumentasi Kegiatan Shalawatan Air Hujan

| No | Deskripsi | Sample Dokumentasi |
|----|--|--|
| 1. | <p>Penampilan Wayang Topeng Kesenian lokal yang berasal dari daerah Mojoduwur.. Salah satu kesenian yang ditampilkan saat kegiatan Shalawatan Air Hujan.</p> |  |
| 2. | <p>Workshop Kerajinan Gerabah dari partisipan SAH di wilayah UMKM</p> |  |

| | |
|--|--|
| <p>3. Workshop Kerajinan batik dengan metode Ecoprint dari Omah godong. Salah satu UMKM yang mengikuti Shalawatan Air Hujan.</p> |  |
| <p>4. Contoh salah satu kendi/gentong yang diletakkan di sudut tempat untuk diisi air hujan dan bisa dikonsumsi oleh masyarakat secara gratis.</p> |  |
| <p>5. Pementasan Wayang Beber yang diperankan oleh anak-anak desa setempat demi menjaga dan mengajari kesenian lokal.</p> |  |

RIWAYAT HIDUP

Nama : Ina Imroatul Maimunah
Tempat, Tanggal, Lahir : Magetan, 07 September 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Ds. Madigondo Dsn Gambiran Rt 14/05
Takeran Magetan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat E-mail : inaimroatul@gmail.com

Pendidikan

1. RA Musa'idin Gambiran
2. MIN Madigondo
3. MTsN Kota Madiun
4. MAN 2 Kota Madiun
5. IAIN Ponorogo

Pengalaman Organisasi

1. OSIS MTsN Kota Madiun
2. Paskibraka MAN 2 Kota Madiun
3. Jurnalis MAN 2 Kota Madiun
4. PMII Komisariat IAIN Ponorogo
5. HMJ KPI IAIN Ponorogo
6. Senat Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
7. Senat Mahasiswa IAIN Ponorogo
8. PMII Cabang Ponorogo