

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

A. Tinjauan Pustaka

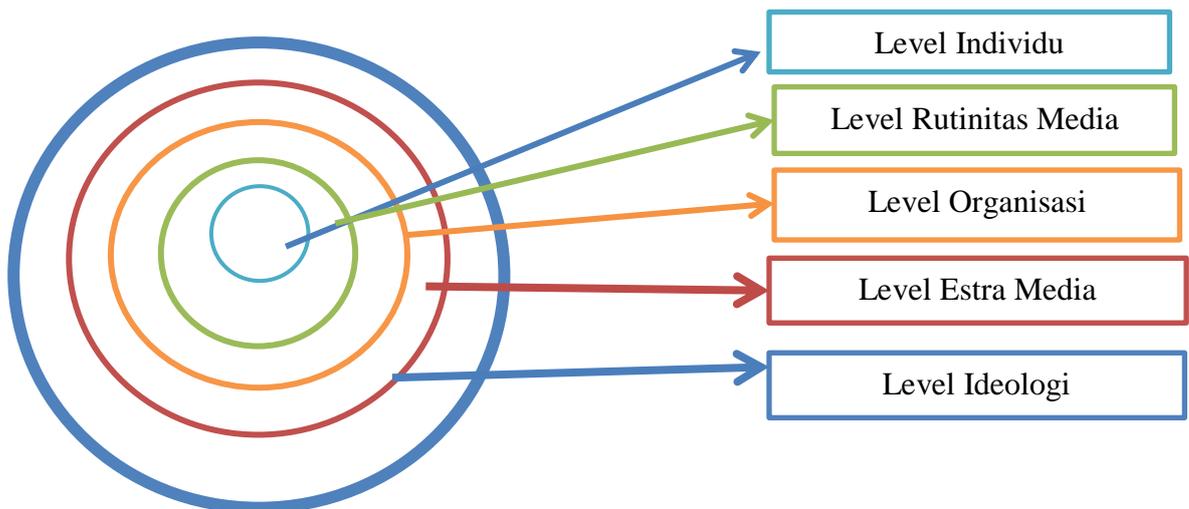
Ada dua teori utama yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, yakni Teori Hirarki Pengaruh isi Media milik Shoemaker & Reese dan teori Ideologi Media milik Althusser.

1. Teori Hirarki Pengaruh Isi Media

Teori hirarki pengaruh media diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D Reese. Teori ini menjelaskan tentang pengaruh terhadap isi program suatu media oleh pengaruh internal dan eksternal. Shoemaker dan Reese membagi pengaruh ini dalam lima level yakni: 1) Pengaruh dari individu pekerja media (*individual level*), 2) Pengaruh dari rutinitas media (*media routines level*), 3) Pengaruh dari organisasi media (*organization level*) 4) Pengaruh dari luar media (*outside media level*), dan 5) Ideologi (*ideology level*).

Gambar 2.1

Model Hirarki Pengaruh Isi Media Shoemaker & Reese



Teori ini memberikan pendapat bagaimana pesan media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal dan pengaruh dari eksternal organisasi media itu sendiri. Pengaruh dari internal berkaitan dengan kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, dan rutinitas organisasi media sehari-hari. Sedangkan pengaruh eksternal ialah para pengiklan, pangsa pasar, kontrol pemerintah serta faktor eksternal lainnya.

Shoemaker & Reese mengemukakan bahwa isi pesan media atau agenda media merupakan hasil tekanan yang berasal dari dalam dan luar organisasi media. Sejalan dengan itu, Littlejohn dan Foss mengungkapkan bahwa isi atau program media merupakan perpaduan dari program internal, keputusan manajemen dan editorial, serta pengaruh eksternal yang berasal dari sumber-sumber non-media, seperti individu-individu yang berpengaruh secara sosial, kontrol pemerintah dan lain sebagainya. (Littlejohn, Foss, 2009; 281)

1. Level Individu (*Individual Level*)

Pada level individu, terdapat beberapa variabel yang diidentifikasi Shoemaker & Reese dapat memengaruhi mekanisme mediasi berita. Variabel *pertama*, adalah latar belakang dan karakteristik dari pelaku media (gender, etnis, orientasi seksual, kelas sosial dan latar belakang pribadi yang berkaitan dengan status sosial ekonomi, karir, serta pendidikan). *Kedua*, nilai-nilai dan kepercayaan yang dipegang oleh pelaku media, (misalnya agama: orientasi religius, sikap politik).

Ketiga, adalah “Peran” dan “Bingkai Etis” yang dipilih pelaku media dalam situasi tertentu. Dalam dimensi terakhir di lapisan individu, mengutip Bernard Cohen (1963), Shoemaker & Reese mengatakan bahwa, dalam mekanisme mediasi pesan, peran pelaku media terbagi menjadi dua, yaitu yaitu mereka yang memilih untuk “netral” atau sebagai “partisipan” dari peristiwa. Penelitian Johnstone et. Al (1972) mengatakan wartawan yang menganggap dirinya “*Netral*” hanyalah sarana transmisi pesan belaka.

Wartawan jenis ini akan menghindari peristiwa dengan materi yang belum diverifikasi dan lebih berkonsentrasi pada khalayak luas. Sedangkan, wartawan “partisipan” akan lebih memiliki semangat kritisisme serta melakukan penyelidikan atas berbagai klaim. Mereka tidak sekedar mendudukan diri sebagai “perantara”. (Shoemaker & Reese: 230-231).

Dalam bingkai etis, Shoemaker & Reese mengutip hasil penelusuran atas esensi jurnalisme yang dilakukan oleh Kovach dan Rosentiel (2001) Kepercayaan pada bingkai etis, seperti elemen jurnalisme, sangat memengaruhi bagaimana seorang individu jurnalis memproduksi berita. Meski pada praktiknya terdapat beberapa hal yang masih dalam wilayah perdebatan, termasuk semakin merebaknya media daring, dengan kultur internet, yang membuat konsepsi etika jurnalisme yang dapat diterapkan secara umum dan universal semakin sulit dirumuskan (Shoemaker & Reese: 234-235).

2. Level Rutinitas Media (*Media Routine Level*)

Level kedua yang mempengaruhi isi media adalah rutinitas media. Rutinitas media terbentuk oleh tiga unsur yaitu; sumber berita (*suppliers*); organisasi media (*processor*); dan audiens (*customers*). Dalam pembentukan rutinitas media, tarik-menarik ketiga unsur tersebut merupakan sebuah respon praktis atas kebutuhan organisasi media. Untuk mempertahankan ksistensinya, media harus menciptakan selisih antara biaya produksi berita dengan penjualannya. Dengan kata lain, menjaga keseimbangan antara proses produksi berita dengan pemasarannya.

Upaya menciptakan pola yang sistematis dalam rangka mencapai keseimbangan, kemudian melahirkan “rutinitas media”, di mana organisasi media harus beradaptasi pada berbagai kendala yang dihadapi, dan rutinitaslah yang mengoptimalkan hubungan antara organisasi media dan lingkungannya.(Shoemaker & Reese, 2009; 182)

3. Level Organisasi (*Organization Level*)

Level berikutnya adalah organisasi media. Organisasi menempati posisi yang sangat dominan dalam mekanisme mediasi pesan. Individu pekerja media dan rutinitas tunduk pada struktur dan kebijakan organisasi atau institusi yang merangkul mereka. Pemegang kekuasaan organisasi tertinggi suatu media dipegang oleh pemilik media, entah perseorangan atau korporasi. Kuasa organisasi ini dapat tampil, misalnya, melalui perekrutan editor, serta seleksi/promosi individu-individu yang dianggap loyal untuk menempati posisi strategis dalam penentuan berita. Implikasi dari hal tersebut adalah terciptanya “swa-sensor”, penyensoran yang dilakukan oleh awak media mereka sendiri. Pada titik ini, isu “otonomi” atau independensi yang seharusnya dimiliki jurnalis menjadi relevan. (Shoemaker & Reese, 2009; 162)

4. Level Ekstramedia (*Outside Media Level*)

Lingkaran yang menjadi level keempat dari hierarki pengaruh mediasi pesan adalah institusi sosial, yang bekerja dari luar organisasi media. Media adalah bagian dari institusi sosial yang terhubung dengan kelembagaan sosial lain yang memiliki kuasa tertentu. Relasi tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi proses mediasi pesan. Shoemaker & Reese meminjam argumen Manuel Castells bahwa media adalah ruang yang terlembagakan secara umum, dengan logika dan organisasi yang dipengaruhi oleh struktur politik.

Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan untuk memahami apa yang mempengaruhi media dalam kelembagaan sosial. Pertama, melalui Teori Institusionalis, yang mendudukan sebagai salah satu aktor politik. Melalui teori ini dapat mendeteksi relasi media dengan aktor-aktor politik yang lain. Kedua, melalui *Field Theory*, yang melihat praktik kerja media, jurnalisme, sebagai hasil dari negosiasi kultural dan ekonomis dengan *field-field* yang lain. Dalam perspektif ini, media didudukan dalam struktur, jaring-jaring yang lebih besar (Shoemaker & Reese, 2009; 102). Kedua pendekatan tersebut, akan membantu saat kita harus mendeteksi posisi media sebagai bagian dari jaring-jaring kekuasaan institusi-institusi sosial.

5. Level Ideologi (*Ideology Level*)

Level kelima, terluar dalam hierarki pengaruh, adalah level sistem sosial. Shoemaker & Reese meletakkan sistem sosial sebagai struktur yang menghubungkan antara masyarakat secara umum dengan institusi yang diciptakan oleh masyarakat itu sendiri. Sistem sosial sangat luas. Shoemaker & Reese sendiri menyederhanakannya dalam empat sub-sistem: ideologi, ekonomi, politik, dan kultural. Keempat wilayah tersebut berada dalam wilayah paling makro dan kadang sulit untuk dideteksi. (Shoemaker & Reese, 2009; 94) Pada level ideologi dibanding dengan level-level sebelumnya bersifat lebih abstrak karena berhubungan dengan cara seseorang menafsirkan realita. Ideologi yang dianut satu media dapat tercermin dari berita yang dibuatnya.

B. Ideologi dan Ideologi Media

1. Ideologi

Secara sederhana ideologi adalah suatu metode untuk mengetahui asal-usul ide yang muncul dalam pemikiran manusia. Ideologi adalah visi komprehensif, sebagai cara memandang segala sesuatu tentang hakekat kehidupan (*weltanschauung*). Secara skematik, ideologi juga bisa disebut sebagai ilmu tentang ide; satu kompleks idea-idea yang mengandung nilai-nilai luhur, seperti pandangan hidup, keyakinan, atau gagasan-gagasan yang fundamental. Dan kompleks idea-idea itu adalah pikiran tentang hidup, tentang manusia, dan tentang dunia (<https://socio-politica.com/tag/karl-mannheim>).

Sumber kata atau istilah ideologi berasal dari bahasa Yunani: '*eidos*' dan '*logos*.' *Eidos* berarti pandangan, pikiran atau gagasan, sedangkan *logos* (*logia*) berarti ilmu pengetahuan. Dengan demikian, ideologi berarti '*the science of idea*' atau 'ilmu pengetahuan tentang gagasan.' Ideologi bisa juga diartikan sebagai kesatuan dari banyak idea atau kompleks dari sejumlah idea, yang diperoleh melalui dan bersumber dari dalam logos ((<https://socio-politica.com/tag/karl-mannheim>)).

Kata ideologi sendiri pertama kali diperkenalkan oleh filsuf Prancis, Destutt de Tracy (1754-1836), pada tahun 1796. Kata ini berasal dari bahasa Prancis: *idéologie*, yang merupakan gabungan dua kata: ‘*idéo*’ (mengacu kepada gagasan) dan ‘*logie*’ (atau *logos*), satu istilah yang dalam bahasa Yunani berarti logika dan rasio. de Tracy menggunakan kata ini dalam arti etimologis (sejarah kata), yakni sebagai ‘ilmu yang meliputi kajian tentang asal usul dan hakikat ide atau gagasan.’ Harapan de Tracy, ideologi nantinya akan memperoleh status yang sama sebagaimana sains modern yang telah mapan, seperti zoologi dan biologi (Cranston, 2003; Thompson, 2004: 51; Heywood, 2016: 46).

Pemikir abad pencerahan asal Prancis lainnya, Niccollo Machiavelli (1469-1527), memaknai ideologi sebagai seperangkat pengetahuan tentang cara bagaimana meraih dan mempertahankan kekuasaan dengan menggunakan konsepsi-konsepsi keagamaan dan tipu daya (Larrain, 1996: 7-8). Paul E. Sigmund Jr dalam *The Ideologies of the Developing Countries* (1963) merumuskan ideologi sebagai :

“suatu kompleks idea-idea tentang manusia dan dunia ...satu rencana sistematis atau badan yang dikoordinasikan dari idea-idea tentang kehidupan manusia dan kebudayaan.”

Dalam pemaknaan lain, ideologi diberi tafsir tambahan, yaitu adanya unsur commitment, emosional, intelektual, dan orientasi visioner dari sebuah tindakan, dan bahkan ideologi juga mengandung unsur pemutarbalikan atas fakta-fakta agar sesuai dengan suatu doktrin yang sudah ditetapkan atau disepakati sebelumnya.

Andrew Vincent dalam *Modern Political Ideologies* (1995), menyebut dua alasan kenapa sebuah ideologi pada akhirnya diterima dan diyakini oleh sejumlah individu atau kelompok? *Pertama*, karena ideologi berdiri tegak untuk menyelidiki, membuat analisis logis dunia tempat individu atau kelompok itu hidup; *kedua*, karena ideologi bisa membantu individu, kelompok atau masyarakat untuk mengenali, memahami, sekaligus menafsirkan dunia tempat mereka hidup (Heywood, 2016: 26).

Raymond William kemudian membagi penggunaan ideologi dalam tiga ranah: (1) terkait sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu; (2) terkait sistem kepercayaan yang berlawanan dengan pengetahuan ilmiah ideologi adalah seperangkat kategori yang dibuat dan bentuk kesadaran palsu (*false consciousness*) di mana yang berkuasa mendominasi kelompok lain yang tidak dominan; dan (3) ideologi terkait dengan produksi makna dan ide; terkait dengan bagaimana relasi masyarakat dan penguasa dalam kehidupan sosial, politik, dan ekonomi; terkait dengan bagaimana berbagai kelompok sosial yang terlibat diposisikan oleh negara (Halwati, 2014: 170-171).

David W. Minar dalam *Ideology and Political Behavior* (1961), mengartikan ideologi sebagai:

- (1) koleksi dari serangkaian ide dengan beragam variasi bentuk, isi atau konsep yang umumnya bersifat normatif (berlaku umum);
- (2) perwujudan ide yang berlaku dalam interaksi manusia sebagai makhluk sosial;
- (3) bentuk lain dari ide yang mengatur struktur dari organ sosial atau organisasi;
- (4) bentuk dari tujuan, dan dilaksanakan dalam bentuk persuasif; dan (5) memiliki kemungkinan sebagai wadah utama dalam interaksi sosial.

Sementara Manfred Steger dan Paul James dalam *Globalization and Culture* (2010), menyebut ideologi sebagai sejumlah ide dan konsep normatif yang terpola dalam alam pikir satu masyarakat; dan memiliki kemampuan representasi berbagai kekuatan yang aktivitasnya tercermin dari perilaku para aktor/agen politik. Dengan kata lain, ideologi adalah sebetuk ‘ketaksadaran’ atau ‘kesadaran palsu’ (*false consciousness*) yang menyelip dalam benak manusia karena kesalahan dalam menafsirkan keadaan (realitas) yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat.

Dalam pemahanan Sigmund Freud (1856-1939), ideologi mengandung pengetahuan-pengetahuan irasional (kesadaran palsu), yang mengarahkan manusia melakukan tindakan-tindakan irasional. Akibat ketidaksadarannya, manusia tidak melihat beragam kontradiksi atau irasionalitas yang ada dalam struktur sosial dan bentuk-bentuk relasinya, sehingga manusia secara tidak sadar kerap melayani (atau patuh, bahkan tunduk di bawah) kepentingan kelompok atau kelas yang berkuasa (Rahardjo, 1985: 2).

Rumusan lain tentang ideologi datang dari Karl Mannheim (*Ideologi dan Utopia: Menyingkap Kaitan Antara Pikiran dan Politik*, 2002). Berbeda dengan Marx yang memahami ideologi dari sisi negatif, Mannheim justru memahami konsep ideologi sebagai susunan ide yang bersifat netral. Bagi Mannheim, ideologi adalah ide yang penuh pertentangan dengan realitas dan tidak dapat diwujudkan dalam praktek. Ideologi sulit dibedakan dengan utopia, karena perbedaan mensyaratkan konsepsi yang jelas tentang realitas sosial-historis dan hipotesa tentang apakah suatu ide dapat diwujudkan (*applicable*) atau tidak (*non sense*) (Mannhaeim, 2002: 336; Rahardjo, 1985: 2). Bagi Mannheim, ideologi dan utopia adalah sama, yakni sama-sama sebagai gejala sosial di masa depan yang belum mewujud (*bersifat proyektif*); dan bukan merupakan fakta nyata (*existing*).

Menurut Mannheim, individu atau kelompok sosial yang menganut ideologi dari sebuah sistem kemasyarakatan tertentu akan sulit melihat kebenaran dari sebuah teori kemasyarakatan lain, karena bagi penganut ideologi, kepentingan utamanya adalah bagaimana mempertahankan sistem itu. Ideologi hanya disusun oleh sebagian kecil elite, lalu disebarakan untuk diterima dan dipatuhi. Basisnya adalah legitimasi pengetahuan sebagai produk gagasan elite yang membutuhkan pengakuan dan kesepakatan (*konsensus*) dari kelas-kelas sosial yang ada dalam masyarakat (Basit, 2007: 299)

Senada dengan Marx, tokoh neo-Marxis aliran kritis seperti George Lukacs, justru memandang ideologi sebagai kesadaran kelas yang sedang diperjuangkan. Bagi Lukacs, ideologi merupakan sekumpulan pengetahuan yang diyakini oleh suatu kelas sosial, sehingga setiap bentuk kesadaran kelas yang tumbuh dalam keyakinan masyarakat dapat dikategorikan sebagai ideologi. Dengan demikian, kesadaran dalam konsep Lukacs merupakan ‘kesadaran yang aktif’; dan sebaliknya, Lukacs menolak ideologi sebagai ‘kesadaran palsu’ (Rusadi: 2015: 57). Berikutnya, Antonio Gramsci, pemikir neo-Marxis lainnya membagi ideologi ke dalam dua konsep, yakni: (1) ideologi sebagai konsep ‘*arbitrer*,’ dan (2) ideologi sebagai konsep ‘*organis*.’

Menurut Gramsci, kesadaran palsu bisa terjadi pada ideologi arbitrer, sedangkan pada ideologi organis bersifat netral. Ideologi organis adalah suatu konsepsi tentang dunia yang secara implisit dimanifestasikan dalam kesenian, hukum, media massa, dan ekonomi. Ideologi bukan hanya suatu kompleks ide atau sistem gagasan, tetapi ideologi juga memiliki kapasitas untuk mengilhami tindakan konkret dan memberikan kerangka orientasi bagi tindakan itu. Di atas landasan atau kerangka orientasi tindakan itulah manusia bergerak dan meraih kesadaran akan kedudukannya dan perjuangannya dalam masyarakat. Dengan perkataan lain, ideologi menciptakan manusia sebagai aktor (subjek aktif) sejarah, dan bukan subjek (pasif) yang ditentukan oleh sejarah (Patria dan Arief, 2015: 159-163).

Pandangan lain tentang ideologi datang dari Louis Althusser, tokoh pemikir Marxis strukturalis. Bagi Althusser, ideologi bukan hanya 'kesadaran palsu' seperti dipahami Marx, melainkan sesuatu yang secara mendalam tidak disadari (*profoundly unconcious*). Ideologi adalah segala sesuatu yang telah tertanam dalam diri individu sepanjang hidupnya (*history turn into nature*). Ideologi menjadi semacam produk sejarah yang menjelma sebagai sesuatu yang alamiah bagi manusia, sejak ia bayi hingga ia mati.

Menurut Althusser, dalam mekanisme terdalam dan tak tersadari itu, manusia sesungguhnya hidup dalam mekanisme, tatanan, dan aturan ideologi (Althusser, 2006: xvii).

2. Ideologi Media

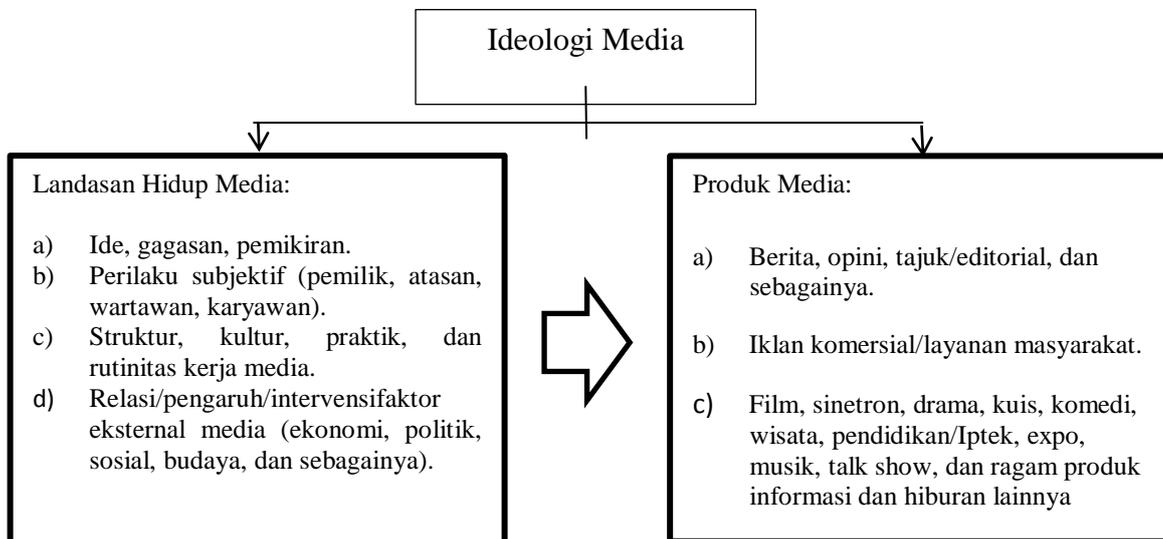
Lalu, bagaimana hubungan antara ideologi dan media atau lebih tepatnya: bagaimana ideologi sebagai sarana konstruksi pesan dan representasi kepentingan nilai kelompok tertentu bekerja dalam pembentukan bahasa, teks, dan wacana media? Sebagai sebuah institusi dalam masyarakat, media massa tentu memiliki pranata (nilai dan norma internal) yang berfungsi sebagai landasan ideologis untuk membiayai produk media agar sejalan dengan ideologi media. Ideologi media dapat dibagi ke dalam dua pengertian, yakni: (1) ideologi media itu sendiri; dan (2) ideologi di dalam media (Rusadi, 2015: 81).

Kedua, ‘ideologi di dalam media’ dapat diartikan sebagai produk-produk yang disajikan media, bisa berbentuk fakta atau opini, bisa dikemas dalam bentuk berita, iklan, drama, film, musik, atau talk show (televisi); atau dikemas dalam bentuk tajuk rencana/editorial, reportase, opini, surat pembaca, dan sebagainya (koran, majalah, atau tabloid). Sumber, pelaku, atau aktor dalam berbagai sajian kemasan media tersebut bisa berasal dari orang di dalam media atau orang-orang dari luar media. Prosesnya bisa melalui aktivitas pencarian oleh media maupun melalui aktivitas aktif dari sumber, pelaku, atau aktor tertentu terhadap media. Apa yang disajikan media bisa merupakan sebuah realitas atau bisa juga merupakan sebuah rangkaian fiksi (cerita atau narasi yang dibuat di luar fakta) (Rusadi, 2015: 86).

Dalam kerangka pemikiran Althusser, media massa diposisikan sebagai institusi ideologis. Media massa (dengan segala kepentingan yang melekat padanya) selalu memiliki dan menjalankan misi ideologi tertentu dalam kaitannya sebagai sarana informasi dan komunikasi publik. Artinya, seluruh bahasa, teks, dan simbol yang digunakan media massa tak bisa dilepaskan dari kepentingan ideologi.

Dalam konsep *state apparatus* misalnya (yang mewujud dalam keluarga, agama, pendidikan, pers, radio, televisi, dan sebagainya), media massa adalah refleksi sekaligus manifestasi dari ideologi kaum borjuis (kelas dominan), karena proses penciptaan produksi berita bukanlah suatu karya imajinasi dari pikiran individu yang bersifat spontan. Berita (yang bekerja melalui praktik bahasa) serta menggumpal dan tersaji dalam susunan teks dan wacana, tidak pernah bisa lepas dari kepentingan yang bersifat ideologis. Produk jurnalistik yang kreatif, imajinatif, dan spontan pun bisa menjadi kendaraan efektif sebuah ideologi dalam memaparkan posisi kelas sosial tertentu. Untuk memperjelas posisi relasi ideologi dalam media, di bawah ini akan diketengahkan secara ringkas bagaimana perspektif pemikiran liberal-pluralis, konstruktivis Marxis, neo-Marxis, dan poststrukturalis melihat ideologi dalam media.

Gambar 2.2
Ideologi Media



Menurut Haedhar Nashir, konsep ideologi dalam Muhammadiyah bersifat mendasar, yaitu menyangkut dan diistilahkan dengan “Keyakinan dan Cita-cita Hidup”. Ideologi Muhammadiyah bukan sekadar seperangkat paham atau pemikiran belaka, tetapi juga teori dan strategi perjuangan untuk mewujudkan paham tersebut dalam kehidupan. Ideologi Muhammadiyah ialah ”sistem keyakinan, cita-cita, dan perjuangan Muhammadiyah sebagai gerakan Islam dalam mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya”.

Adapun isi atau kandungan ideologi Muhammadiyah tersebut ialah (1) Paham Islam atau paham agama dalam Muhammadiyah, (2) Hakikat Muhammadiyah sebagai Gerakan Islam, dan (3) Misi, fungsi, dan Strategi perjuangan Muhammadiyah. Jadi tidak perlu membahas ideologi dipisahkan dari strategi, karena dalam ideologi terkandung strategi perjuangan, yang dalam Muhammadiyah dikenal Khittah Perjuangan Muhammadiyah. Dari pemaknaan tentang ideologi tersebut, maka betapa penting mempertautkan segenap hal dan proses gerakan Muhammadiyah ke dalam idealisme yang mendasar, yang disebut ideologi. Ideologi dalam kaitan yang penting itu sesungguhnya merupakan “pandangan dunia” (*world view*) yang dianut oleh gerakan Islam yang didirikan oleh Kyai Haji Ahmad Dahlan itu.

Dengan demikian, segenap anggotanya dapat memahami dan merujuk pada “apa, bagaimana, dan untuk apa Muhammadiyah itu”, yang dasar dan arahnya melekat dengan “keyakinan dan cita-cita” yang mengikat bagi seluruh anggota dan kelembagaan gerakannya. (Haedar Nashir, 2014; 33)

Senada dengan Haedr Nashir, Sekretaris Umum PP Muhammadiyah 2015-2020 Abdul Mu'ti berpendapat bahwa kata lain dari ideologi Muhammadiyah bisa disebut sebagai Manhaj atau Paham Agama. Ideologi Muhammadiyah dirumuskan secara kolektif melalui permusyawaratan di tingkat tanwir atau di tingkat Muktamar. Karena itu paham agama menurut Muhammadiyah bukan merupakan pandangan perseorangan termasuk juga bukan pandangan yang utuh dari Ki Haji Ahmad Dahlan, tetapi Muhammadiyah itu merujuk kepada pendapat KH Ahmad Dahlan atau yang diletakkan oleh beliau itu adalah dasar-dasar di dalam memahami agama dan prinsip-prinsip yang berkaitan dengan bagaimana beragama itu.

Menurut Mu'ti, kalau kita berbicara mengenai Paham agama, maka di Muhammadiyah paling tidak ada 5 dokumen yang merupakan satu kesatuan yang terkait dengan ideologi Muhammadiyah. *pertama* adalah Matan keyakinan dan cita-cita hidup Muhammadiyah. *Kedua* Kepribadian Muhammadiyah kemudian *ketiga* pernyataan pemikiran Muhammadiyah abad ke-2 *keempat* pedoman hidup Islam warga Muhammadiyah dan *kelima* adalah Muqaddimah Anggaran Dasar. Itulah yang kemudian disebut dengan Ideologi Muhammadiyah. (wawancara penulis dengan Prof. Abdul Mu'ti tanggal 19 Agustus 2022)

Seperangkat nilai-nilai ideologi dan doktrin yang merupakan hasil penafsiran Muhammadiyah atas Islam dan menjadi patokan dalam meraih cita-cita gerakan, yang secara representatif tertuang dalam seperangkat pemikiran yang mendasar dan menggambarkan formulasi cita-cita luhur Muhammadiyah. Pertama, Muqaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah. Kedua, Kepribadian Muhammadiyah. Ketiga, Keyakinan dan Cita-Cita Hidup Muhammadiyah. Keempat, Khittah Perjuangan Muhammadiyah.

Kelima, Pedoman Hidup Islami Warga Muhammadiyah. Dan keenam, Khittah dalam Kehidupan Berbangsa dan Bernegara sebagai hasil keputusan Tanwir Muhammadiyah di Denpasar tahun 2002. Jika melihat lebih dalam keenam formulasi tersebut, maka akan didapatkan beberapa rumusan pemikiran politik Muhammadiyah yang bersifat mendasar dan filosofis.

Pertama, sebagaimana termaktub dalam Matan Mukaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah, dinyatakan bahwa hidup bermasyarakat adalah sunnah Allah atas kehidupan manusia di dunia ini. Dan masyarakat yang sejahtera, aman damai, makmur dan bahagia hanyalah dapat diwujudkan di atas (prinsip) keadilan, kejujuran, persaudaraan dan gotong-royong, bertolong-menolong dengan bersendikan hukum Allah yang sebenar-benarnya, lepas dari pengaruh syaitan dan hawa nafsu. (Pasha dan Darban, 2002; 185)

Kedua, dalam Matan Kepribadian Muhammadiyah, dinyatakan dengan jelas bahwa sifat Muhammadiyah adalah keagamaan dan kemasyarakatan. Muhammadiyah juga aktif dalam perkembangan masyarakat dengan maksud *ishlah* dan pembangunan sesuai dengan ajaran Islam. Selain itu, Muhammadiyah membantu pemerintah serta bekerja sama dengan golongan lain dalam memelihara dan membangun negara untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur. Namun, juga ditegaskan bahwa Muhammadiyah bersifat adil dan korektif ke dalam dan ke luar dengan bijaksana.

Ketiga, dalam Matan Keyakinan dan Cita-cita Hidup juga dinyatakan bahwa Muhammadiyah adalah gerakan berbasis Islam, bercita-cita dan bekerja untuk terwujudnya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya, untuk melaksanakan fungsi dan misi manusia sebagai hamba dan khalifah Allah di muka bumi. Muhammadiyah juga bekerja untuk terlaksananya ajaran-ajaran Islam yang meliputi bidang-bidang akidah, akhlak, ibadah, dan muamalah duniawiyah (pengelolaan dunia dan pembinaan masyarakat). Selain itu, juga dinyatakan bahwa Muhammadiyah mengajak segenap lapisan bangsa Indonesia untuk berusaha bersama-sama menjadikan suatu negara yang adil, makmur, dan diridloi Allah. (Pasha dan Darban, 2002; 289)

Keempat, dalam Khittah Perjuangan Muhammadiyah yang ditetapkan dalam Mukhtar ke-38 di Makasar tahun 1971 ditegaskan, bahwa Muhammadiyah adalah gerakan dakwah Islam yang beramal dalam segala bidang kehidupan manusia dan masyarakat, tidak mempunyai hubungan organisatoris dengan dan tidak merupakan afiliasi dari suatu partai politik atau organisasi apapun. Selain itu setiap anggota Muhammadiyah, sesuai dengan hak asasinya, dapat tidak memasuki atau memasuki organisasi lain, sepanjang tidak menyimpang dari AD/ART dan ketentuan-ketentuan lain yang berlaku dalam Persyarikatan Muhammadiyah. (Puar, 1989; 293)

Kelima, dalam Pedoman Hidup Islami Warga Muhammadiyah di bagian Kehidupan dalam Berbangsa dan Bernegara, dinyatakan bahwa:

- a. Warga Muhammadiyah perlu mengambil bagian dan tidak boleh apatis (masa bodoh) dalam kehidupan politik melalui berbagai saluran secara positif dengan prinsip-prinsip etika/akhlak Islam dengan sebaik-baiknya dengan tujuan membangun masyarakat Islam yang sebenar-benarnya.
- b. Beberapa prinsip dalam berpolitik harus ditegakkan dengan sejujurjujurnya dan bersungguh-sungguh dan prinsip-prinsip lain yang maslahat, ihsan, dan ishlah.
- c. Berpolitik dalam dan demi kepentingan umat dan bangsa sebagai wujud ibadah kepada Allah dan ishlah serta ihsan kepada sesama, dan jangan mengorbankan kepentingan yang lebih luas dan utama itu demi kepentingan diri sendiri dan kelompok yang sempit.
- d. Para politisi Muhammadiyah berkewajiban menunjukkan keteladanan diri (uswah hasanah) yang jujur, benar, dan adil serta menjauhkan diri dari perilaku politik yang kotor, membawa fitnah, fasad (kerusakan), dan hanya mementingkan diri sendiri.
- e. Berpolitik dengan kesalehan, sikap positif, dan memiliki cita-cita bagi terwujudnya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya dengan fungsi amar makruf dan nahi munkar yang tersistem dalam satu kesatuan imamah yang kokoh.

- f. Menggalang silaturahmi dan ukhuwah antar politisi dan kekuatan politik yang digerakkan oleh para politisi Muhammadiyah secara cerdas dan dewasa.

Keenam, dalam Khittah Muhammadiyah dalam Kehidupan Berbangsa dan Bernegara dinyatakan, bahwa “Muhammadiyah memilih perjuangan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara melalui usaha-usaha pembinaan dan pemberdayaan masyarakat guna terwujudnya masyarakat madani (*civil society*) yang kuat sebagaimana tujuan Muhammadiyah. Sedangkan hal-hal yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan kenegaraan sebagai proses dan hasil dari fungsi politik pemerintahan akan ditempuh melalui pendekatan-pendekatan secara tepat dan bijaksana sesuai prinsip-prinsip perjuangan kelompok kepentingan yang efektif dalam kehidupan negara yang demokratis.”

Selain itu Muhammadiyah senantiasa memainkan peranan politiknya sebagai wujud dari dakwah amar makruf nahi munkar dengan jalan memengaruhi proses dan kebijakan negara agar tetap berjalan sesuai dengan konstitusi dan cita-citaluhurbangsa. Muhammadiyah juga menjalankan fungsi kritik sesuai dengan prinsip amar makruf nahi munkar demi tegaknya sistem politik kenegaraan yang demokratis dan berkeadaban. Juga, Muhammadiyah memberikan kebebasan kepada setiap anggota Persyarikatan untuk menggunakan hak pilihnya dalam kehidupan politik sesuai hati nurani masing-masing. Penggunaan hak pilih tersebut harus dilaksanakan secara rasional dan kritis, sejalan dengan misi dan kepentingan Muhammadiyah, demi kemashlahatan bangsa dan negara. (PP Muhammadiyah, No. 02/2002; 19-21)

E. Kerangka Konsep

Gambar 2.3

Kerangka konsep

