



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Penulis menggunakan metode pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif untuk mengumpulkan data tentang toleransi dan penerapannya pada anak usia 8-12 tahun (SD kelas 4-6). Wahidmurni (2017) menjelaskan, metode penelitian kualitatif merupakan cara penyelesaian permasalahan dalam penelitian dengan cara-cara seperti wawancara, observasi, dan pengkajian dokumen seperti jurnal literatur, buku, dan sumber kualitatif lainnya. Sedangkan metode kuantitatif merupakan cara penyelesaian permasalahan dalam penelitian yang berupa statistik dan perhitungan angka. Penulis dalam mengumpulkan data menggunakan pendekatan budaya, dimana penulis menganalisis pemahaman-pemahaman tentang toleransi yang ada dari berbagai sudut pandang, baik dari sudut pandang setiap agama, maupun sudut pandang target *audience*.

3.1.1. Wawancara

3.1.1.1. Wawancara Lembaga Survei Wahid Foundation

Wawancara dilakukan kepada perwakilan dari divisi Media dan Kampanye Wahid Foundation, Davida Rusten Khusen. Wawancara dilaksanakan pada 4 September 2019 di kantor Wahid Foundation, Jl. Taman Amir Hamzah, No. 8, Pegangsaan, Menteng, Kota Jakarta Pusat. Wahid Foundation sendiri didirikan sejak tahun 2004 oleh Alm. Gus Dur, dan kini dipimpin oleh putri keduanya, Yenny Wahid. Mereka memiliki visi untuk menyemai Islam

damai di kalangan masyarakat luas, terutama masyarakat Muslim. Kampanye-kampanye sosial yang mereka lakukan mayoritas merupakan kampanye praktek toleransi dan kebebasan beragama dan berkeyakinan, sesuai dengan keyakinan pendirinya yakni Gus Dur. Beliau meyakini bahwa tidak ada keterpaksaan dalam beragama, sehingga dalam beragama juga tidak boleh mendiskriminasi keyakinan yang lain.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan pada tahun 2017, sebenarnya masyarakat Indonesia cukup toleran. Hal tersebut dibuktikan dengan angka sebanyak 77,4% laki-laki dan 80,7% perempuan tergolong toleran. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan agenda-agenda politik yang ada, sikap toleran tersebut bergesekan dengan perbedaan pandangan politik serta ideologi yang bermunculan. Agama kemudian dipermainkan secara populasi, dimobilisasi dan dicampuradukkan dengan arogansi politik untuk mendulang dukungan.

Salah satu faktor pendukung munculnya intoleransi dan radikalisme adalah faktor kemiskinan. Ketika seseorang miskin, maka ia akan mencoba untuk mencari pengetahuan tentang agama. Dalam agama Islam, terdapat sebuah pandangan ketika orang miskin, maka ia akan ikhlas, sabar, dan tawakal. Namun demikian terkadang muncul pemikiran frustrasi dengan kemiskinan yang terus menerus menyelimuti. Frustrasi itu muncul diiringi dengan pengalaman orang tersebut dalam melihat orang-orang dengan status ekonomi di atasnya, yang rata-rata adalah orang-orang kafir, yang konteks agama Islam berarti orang-orang yang bukan beragama Islam.

Muncul kemudian iri dan kedengkian terhadap kelompok orang tersebut yang memancing tindakan-tindakan intoleransi dan radikalisme, terlebih jika ada pemicunya seperti agenda politik dan sebagainya.

Faktor kedua adalah faktor ajaran agama. Seringkali penganut-penganut agama hanya memahami diksi dalam ajaran-ajaran agama tidak sepenuhnya, hanya sebagian saja. Dalam agama Islam, terdapat istilah Jihad yang sering disalah artikan sebagai kekerasan dan perang. Jihad adalah keharusan untuk berperang melawan musuh-musuh Islam, yaitu para kafir, yang dalam konteksnya merupakan musuh Islam.

Selanjutnya faktor politik. Faktor ini merupakan faktor pemancing tindakan intoleran dan radikal. Faktor politik seringkali disangkutpautkan dengan agama demi mendapat perolehan suara. Dalam agenda-agenda politik, seringkali agama menjadi faktor yang besar dalam penentuan pemilihan calon pemimpin atau partai politik. Faktor penentu inilah yang dijadikan bahan provokasi dan menyulut aksi-aksi radikal dan intoleransi.

Intoleransi dan radikalisme dapat merambah kemana dan ke siapa saja. Mungkin dulu masih bisa dikelompokkan dalam status ekonomi sosial (SES) yang menengah kebawah. Namun sekarang, bahkan tingkat pendidikan dan pemerintahan seperti BUMN dan para tenaga pengajar, sudah terindikasi adanya praktik dan paham intoleran yang mengakar di dalamnya. Jadi persebaran praktik intoleransi dan radikalisme tidak dapat diukur dari segi usia, status ekonomi, dan sebagainya. Yang masih memungkinkan untuk diukur adalah persebaran daerahnya.

Kemudian Davida menjelaskan, urgensi intoleransi sekarang ini terletak pada siswa SMA. Cukup banyak materi-materi pelajaran yang terindikasi mengandung unsur ajaran-ajaran intoleran dan radikalisme. Untuk itu, dibutuhkan sebuah fondasi yang kuat yang dibentuk sejak dini tentang pentingnya bertoleransi dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan fondasi toleransi yang kuat dan dibangun sejak dini, anak akan kokoh dan tidak mudah, bahkan tidak akan terpengaruh dengan ajaran-ajaran radikal dan intoleran yang berusaha masuk, seiring dengan penambahan jenjang pendidikan dan ruang lingkup sosialnya.

3.1.1.2. Wawancara Terhadap Pemuka Agama Buddha

Wawancara dilakukan kepada Bikkhu Abhayanando Thera yang dipanggil Bhante Abhaya, selaku kepala Vihara Dharma Ratna yang terletak di Jl. Husein Sastranegara No. 77, Jurumudi, Benda, Kota Tangerang, Banten. Wawancara dilakukan pada Jumat, 6 September 2019 pukul 14.00.

Agama Buddha memandang keberagaman agama di Indonesia sebagai warna yang memang ada di seluruh belahan dunia. Sejak muncul dan berkembangnya agama Buddha di India, tidak satupun ajaran agama Buddha mengalami gesekan dengan agama maupun kebudayaan lain. Karena pada dasarnya, agama Buddha mengajarkan dan menjunjung tinggi toleransi di berbagai bidang, tidak hanya di bidang agama saja.

Terdapat ajaran yang bernama Brahmavihara dalam agama Buddha. Brahmavihara merupakan dasar dalam agama Buddha untuk bersikap. Terdapat empat poin utama dalam ajaran Brahmavihara. Yang pertama

Metta yang berarti cinta kasih yang lintas batas tanpa membeda-bedakan. Yang kedua Karuna, yang berarti welas asih, peduli terhadap siapapun yang sifatnya juga universal. Ketiga Mudita, artinya simpati. Simpati ini artinya turut berbahagia atas kebahagiaan, eksistensi, dan kesuksesan orang lain, tidak iri hati dan dengki kepada siapapun. Yang terakhir adalah Upekkha. Upekkha berarti berpikir positif dalam setiap situasi. Empat pilar inilah yang kemudian menjadi dasar dalam bersikap, dan toleransi merupakan salah satu didalamnya.

Bhante Abhaya kemudian menjelaskan bahwa intoleransi dan radikalisme muncul karena sifat fanatis yang berlebihan. Di atas radikalisme, terdapat anarkis yang sifatnya memusnahkan. Hal ini dapat terjadi akibat pemikiran dan lingkup pergaulan yang sempit. Misalnya, ketika seseorang hanya tinggal dalam sebuah kelompok kecil, maka pola pikirnya hanya akan terbentuk dan berpegang pada apa yang dianut dan diajarkan oleh kelompok kecil tersebut. Namun ketika orang tersebut keluar dari kelompok kecil dan mendapat masukan-masukan dari luar, maka ia akan memroses dan memilah tentang yang baik dan buruk, yang benar dan yang salah. Pandangannya akan terbuka dengan segala keberagaman yang ada di luar kelompok kecil tersebut.

Maka dari itu, Bhante Abhaya menyatakan, dialog merupakan cara yang sangat efektif dalam memberi pengertian tentang toleransi. Dialog lintas agama, saling berkunjung ke tempat ibadah agama lain, dan sebagainya. Seringkali orang menafsirkan sesuatu berdasarkan stigma yang

sudah ada, sehingga enggan untuk saling berdialog. Bhante Abhaya lalu mengambil contoh kunjungannya ke Papua. Sebelum beliau berangkat, banyak yang mengingatkannya untuk berhati-hati, karena masyarakat disana berstigma primitif, terbelakang, tertutup, dan sebagainya. Namun sesampainya disana, Bhante Abhaya justru diterima dengan sangat baik dan ramah. Beliau ikut berbaur, makan dan tinggal bersama, dan menjatuhkan stigma-stigma yang dikatakan sebelumnya. Sifat arogan atau eksklusif harus diturunkan dalam berdialog. Tidak boleh mengeksklusifkan diri, harus ikut berbaur.

Menurut beliau, sikap toleransi harus diajarkan sejak kecil. Sekarang ini ajaran-ajaran radikal dan intoleran telah memasuki ranah pendidikan, bahkan pendidikan dasar sekalipun. Maka dari itu dibutuhkan fondasi yang kuat dalam pengertian beragama dan bertoleransi. Jika tidak dipupuk sejak kecil, sikap intoleran tersebut akan berkembang dan menjadi tindakan radikal bahkan anarkis. Ketika seorang anak sejak kecil telah diajarkan dan dibiasakan dengan perbedaan, maka mereka akan menganggap wajar sebuah perbedaan. Mereka akan memandang perbedaan sebagai warna yang memang harus ada dalam sebuah tatanan masyarakat, bukan yang harus disamakan, dibenci, apalagi dimusnahkan.

Bhante Abhaya memberi contoh tentang sikap membaaur yang diterapkan dalam Vihara Dharma Ratna. Sejak pertama dibangun, Vihara Dharma Ratna memang dikelilingi oleh masyarakat dengan berbagai suku, ras, dan agama. Mulai dari berbentuk gubuk kecil hingga bangunan seperti

sekarang, Vihara ini selalu membaur dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang berkontribusi terhadap masyarakat. Contohnya, sembako murah, garage sale, klinik yang dibuka satu kali dalam satu bulan, dan banyak lagi. Banyak kegiatan-kegiatan vihara yang tidak hanya menasar umat beragama Buddha, namun juga menasar masyarakat umum disekitarnya. Maka ketika terdapat kesulitan, masyarakat sekitar dengan berbagai suku, ras, dan agama, tidak segan untuk membantu, dan sebaliknya, Vihara Dharma Ratna juga ikut membantu masyarakat sekitar dengan kegiatan dan program-programnya.

Dalam mendukung gerakan anti intoleransi dan radikalisme, agama Buddha lebih banyak bergerak dalam kegiatan-kegiatan seperti dialog antar pemuka agama. Pemuka agama merupakan salah satu panutan yang sangat berpengaruh dalam penanaman pemahaman tentang toleransi kepada umatnya. Untuk itu dibutuhkan pemahaman yang baik terlebih dahulu dari pemuka agama, agar tidak menyebarkan pemahaman yang keliru tentang toleransi. Selain itu juga ada kegiatan-kegiatan di bawahnya, seperti kegiatan-kegiatan di dalam Vihara Dharma Ratna sendiri. Kampanye terus menerus juga merupakan salah satu cara dalam menekan angka intoleransi dan radikalisme. Para pendukung praktik toleransi harus sama-sama bergerak, tidak boleh hanya diam, pasif, membiarkan paham radikalisme dan intoleransi semakin menyebar, terutama ke anak muda generasi penerus bangsa.

3.1.1.3. Wawancara Terhadap Pemuka Agama Kristen

Wawancara dilakukan kepada Pendeta Jacklevyn Frits Manuputty yang dipanggil Pak Jacky, selaku Pendeta Gereja Protestan di Maluku, Maluku. Sejak tahun 2012 beliau pindah ke Jakarta dan menjadi asisten dalam Utusan Khusus Presiden Untuk Dialog dan Kerjasama Antar Agama dan Peradaban. Wawancara dilakukan di Restoran Bumbu Desa, Jl. Cikini Raya No.72 Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Selasa, 10 September 2019 pukul 12.00 siang.

Jacky menjelaskan, dalam agama Kristen, keberagaman merupakan sebuah anugerah dan karunia. Indonesia terdiri dari beribu pulau dan berbagai macam suku, ras, agama, dan sebagainya. Agama Kristen kemudian hadir dan diutus untuk melayani dan bersaksi di tengah keberagaman yang ada. Allah menciptakan keragaman, dan memang keberagaman itu sesuatu yang memang sudah ada.

Radikalisme dan intoleransi adalah sebuah gejala zaman. Ketika seseorang atau sebuah kelompok mencoba untuk menonjolkan eksistensi dan integritasnya dalam sebuah tatanan masyarakat, terdapat dua kemungkinan dalam usaha tersebut. Mengakomodir dan menerima, atau melawan keberagaman. Semua orang memiliki hak dan kewajiban yang sama dalam kaitannya dengan akses kepada sumber daya dan kebebasan masing-masing. Namun terkadang, orang menginginkan sesuatu yang lebih. Usaha-usaha dalam mendapatkan sesuatu yang lebih tersebut yang terkadang menimbulkan gesekan, menyebabkan muncul arogansi dan

kekuasaan pada satu sisi, dan rasa tertindas serta tidak berdaya di sisi lain. Yang tertindas kemudian berusaha untuk melawan, dan agama merupakan salah satu kontributor dalam perlawanannya.

Identitas agama merupakan identitas yang tidak dapat ditembus oleh siapapun, karena berkaitan dengan keyakinan individual. Setiap orang memiliki lapisan-lapisan identitasnya masing-masing. Agama merupakan lapisan terakhir, dan inilah yang menjadi benteng pertahanan terakhir orang dalam mencari kebenaran atau membela diri. Inilah yang kemudian menjadi penyebab maraknya isu-isu intoleransi dan radikalisme yang berdasarkan agama dan kepercayaan, karena agama dan kepercayaan merupakan sesuatu yang tidak dapat diintervensi oleh siapapun. Pembeneran diri, dalam cara apapun, akan menggunakan agama sebagai titik pertahanan terakhir saat semua lapisan identitas lainnya memudar.

Dalam agama Kristen, terdapat prinsip untuk memperlakukan semua orang dengan setara, bukan sama, tapi setara. Ada juga prinsip untuk mengasihi sesama manusia seperti mengasihi diri sendiri. Jangan melakukan sesuatu, yang tidak ingin orang lain lakukan kepadamu, kepada orang lain. Relasi cinta kasih dan kesetaraan dijunjung tinggi dalam prinsip agama Kristen dengan prinsip-prinsip tersebut. Kemudian agama Kristen juga memandang Yesus sebagai role model, dimana Yesus mengorbankan diri-Nya untuk umat manusia. Yesus mengosongkan diri, merendahkan hati, ikut melayani, dan menjadi sama dengan orang lain tanpa menjadi arogan dan eksklusif dengan titelnya sebagai Mesias.

Di dunia yang semakin berkembang dengan jumlah penduduk yang bertambah banyak, keberagaman juga akan semakin bertambah. Dunia merupakan pasar identitas. Dalam kemunculan dan perkembangannya, pasti terjadi gesekan-gesekan dan persaingan didalamnya. Identitas-identitas yang “unggul”lah yang kemudian bertahan dan terus berkembang. Jadi sesungguhnya, konflik-konflik yang muncul bukanlah konflik agama, namun konflik identitas. Agama hanya merupakan salah satu identitas di dalamnya, yang kebetulan merupakan identitas yang memang tidak dapat diintervensi dan diganggu oleh siapapun, sehingga menjadi benteng pertahanan andalan dalam variasi identitas yang ada.

Dalam praktik dan penyebarannya, intoleransi dan radikalisme dalam agama menggunakan unsur ketakutan. Orang akan lebih cenderung reaktif terhadap sesuatu yang menakutkan ketimbang tidak menakutkan. Ketakutan itu yang kemudian memunculkan mekanisme pertahanan diri atau self defense, dan pembenaran diri yang berujung pada agama.

Pelatihan dan pembinaan agama Kristen merupakan salah satu cara dalam agama Kristen dalam membangun sikap toleran kepada generasi muda. Dalam pembinaan tersebut, cara penyampaian nilai-nilai toleransi tidaklah secara langsung dan teoritis. Cara yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan hobi atau interest masing-masing individu. Hobi atau interest tersebut kemudian digali, dikelompokkan, dan dikembangkan dalam kelompok tersebut. Anak-anak didekatkan, dan kemudian berteman, dan menjadi sahabat. Ketika orang telah menjadi dekat dan bersahabat,

maka mereka akan mengenyampingkan perbedaan-perbedaan yang ada. Selain itu, dialog antar pemimpin dan pemuka agama juga harus terus menerus dilakukan. Hal ini penting dalam menjaga relasi antar pemuka agama, sehingga umat-umat yang dipimpinnya juga mengikutinya.

3.1.1.4. Wawancara Terhadap Pemuka Agama Khonghucu

Wawancara dilakukan kepada bapak Peter Lesmana selaku sekretaris bidang keorganisasian di Majelis Tinggi Agama Khonghucu Indonesia (Matakin). Matakin merupakan perwakilan agama Khonghucu resmi di bawah pengawasan dan bimbingan pemerintah. Wawancara dilakukan di kantor Matakin Pusat yang beralamat di Komp. Ruko Royal Sunter, Jl. Danau Sunter Selatan No. 10, Sunter Jaya, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Selasa, 10 September 2019 pukul 15.00.

Di dalam agama Khonghucu, terdapat prinsip Yin dan Yang. Yin dan Yang sendiri merupakan dua hal yang saling melengkapi, bukan saling berlawanan satu dengan yang lain. Peter kemudian memberi contoh penerapannya seperti, tidak akan ada atas jika tidak ada bawah. Tidak akan ada siang jika tidak ada malam. Jadi pada prinsipnya Yin Yang merupakan sebuah keniscayaan yang saling mengisi. Toleransi menjadi sebuah permasalahan ketika terdapat perbedaan seperti Yin dan Yang, yang sesungguhnya merupakan sebuah keniscayaan. Keniscayaan yang memang tidak dapat dihindari, harus ada, dan bagian dari kehidupan di bumi.

Setiap orang memiliki haknya sebagai manusia, atau yang disebut sebagai hak asasi manusia (HAM). Setiap orang juga pasti memiliki

keinginan yang berbeda-beda pula. Konflik akan terjadi ketika seseorang atau sekelompok orang tidak toleran terhadap keinginan orang lain, menganggap apabila berbeda, maka kebencian dan sikap ingin memusnahkan akan menjadi sebuah hal yang sah-sah saja. Orang-orang yang intoleran dan radikal kurang memahami hakikat kehidupan manusia secara utuh, bahwa dunia itu luas, bahwa dengan luasnya dunia, perbedaan pasti ada, dan itu merupakan keindahan yang niscaya. Keharmonisan akan muncul ketika seseorang atau kelompok memenuhi keinginannya tanpa merugikan keinginan atau kepentingan kelompok lain. Sebaliknya, kelompok lain juga seharusnya tidak merasa dirugikan oleh itu, seperti prinsip Yin dan Yang yang saling melengkapi dan mengisi dari dua pihak.

Dalam agama Khonghucu terdapat ayat yang mengatakan, di empat penjuru lautan semua manusia bersaudara. Dalam bersaudara tentu harus saling mengasihi, saling menjaga, dan saling memperhatikan. Inilah yang kemudian menjadi dasar agama Khonghucu dalam membina kerukunan antar manusia. Menggunakan landasan berupa keinginan untuk membina hubungan baik kepada semua orang layaknya saudara.

Setiap tahun agama Khonghucu memiliki sebuah program yang bernama Dispenkasi atau Diskusi Pendalaman Kitab Suci. Meskipun terdengar teoritis, namun sebenarnya kegiatan ini menggunakan cara rekreasi dan permainan sebagai salah satu metode penanaman sikap toleransi dalam keberagaman. Anak-anak kemudian diberi pengetahuan tentang apa yang sedang terjadi sekarang, bagaimana kondisi masyarakat

sekarang, hari ini, dengan tujuan hal tersebut dapat menjadi bahan edukasi juga kepada anak-anak.

Setiap agama pasti memiliki penganut-penganut yang memiliki kecenderungan untuk bersikap toleran terhadap agama lain. Disinilah kemudian peran pemuka-pemuka agama dalam mendidik umatnya, memberi wawasan bahwa kita tidak bisa menganggap bahwa agama yang kita anut merupakan agama yang paling benar. Ketika pandangan bahwa sebuah agama merupakan agama yang paling benar, maka secara tidak langsung akan menganggap agama lain adalah salah. Padahal kita semua yang tinggal di bumi ini merupakan satu kesatuan yang bersama-sama berusaha menuju arah yang lebih baik, dengan cara yang berbeda-beda.

Agama Khonghucu memiliki sebuah prinsip, dimana untuk bergerak ke tempat yang jauh, harus dimulai dari tempat yang dekat dulu. Maka dari itu, cara mengurangi dan memberantas intoleransi juga demikian, harus dimulai dari yang dekat dulu. Mulai dari lingkungan terkecil, yaitu keluarga. Ketika sebuah keluarga dapat menerapkan prinsip kehidupan bertoleransi dengan baik, tentu akan merambah ke ranah yang lebih luas lagi, misalnya lingkungan kerja ayah, lingkungan arisan ibu, dan lingkungan sekolah anak. Dari masing-masing lingkungan tersebut akan perlahan menyebar dan meluas, sehingga menciptakan sebuah tatanan masyarakat yang harmonis.

3.1.2. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting dua kampanye yang mengangkat topik tentang toleransi dan memasukkan elemen anak didalamnya. Yang pertama, kampanye

berjudul “Shirley & Fatima” yang dibuat oleh RAPP MEA untuk ApsaraPearl Group, yaitu sebuah industri pangan di Dubai. Yang kedua, kampanye “World Without Walls” yang dibuat oleh FP7 McCann, Dubai, untuk Babyshop, sebuah industri retail pakaian anak di Dubai.

3.1.2.1. Kampanye Shirley & Fatima

Kampanye dengan media video ini dirilis pada 3 Juni 2019, bertepatan dengan bulan suci Ramadan, sesuai dengan set waktu dalam cerita di video. Tokoh utama dalam video terdiri dari dua anak perempuan. Yang pertama adalah Shirley, digambarkan sebagai anak yang ceria, dengan pakaian seragam sekolah biasa. Yang kedua adalah Fatimah, yang digambarkan sebagai anak yang tenang, dan mengenakan seragam sekolah yang dilengkapi dengan hijab. Selain dua tokoh utama tersebut, ada tokoh ibu Shirley sebagai pemeran *extras*.



Gambar 3 1. Tokoh Utama Shirley & Fatima
(https://www.adsoftheworld.com/media/film/apsara_pearl_shirley_fatima)

Video ini menceritakan tentang Shirley yang sengaja meninggalkan makanan yang disiapkan oleh ibunya di rumah, dan membawa kotak bekal kosong ke sekolah. Di pertengahan video, digambarkan persahabatan antara

Shirley dan Fatima yang akrab dan menyenangkan. Konflik muncul ketika Fatima menemukan kotak bekal Shirley yang tertinggal. Ia mengambilnya, lalu mau mengembalikannya kepada Shirley. Namun Shirley justru menyuruh Fatima untuk membuka kotak bekal tersebut. Pada awalnya Fatima menolak, namun akhirnya Fatima membuka kotak bekal tersebut. Hasilnya, kotak bekal kosong. Fatima tersenyum dan memeluk sahabatnya, Shirley. Di akhir video, dimunculkan tokoh ibu yang sedang membuka kulkas dan menemukan makanan yang ia siapkan untuk bekal Shirley. Di atas makanan tersebut terdapat catatan kecil yang bertuliskan “It’s Ramadan, mom”, yang berarti “ini Ramadan, bu”. Setelah itu ditampilkanlah *tagline* dari kampanye, yaitu “Embracing differences. Celebrating Similarities”.



Gambar 3 2. Logo Apsara Pearl
(<https://apsarapearl.com/>)

Kampanye ini mau menyampaikan tentang toleransi yang dilakukan dibulan Ramadan dengan menggambarkan persahabatan dan kehangatan dalam persahabatan tersebut. Kampanye ini mengajak penontonnya untuk

merangkul (*embracing*) perbedaan, dan merayakan (*celebrating*) persamaan, sesuai dengan *tagline* nya.

Tabel 3 1. Tabel Analisis Kampanye Shirley & Fatima

Indikator	Strategi Kampanye
<i>Competitive Frame</i>	<i>New Communication</i>
	Mengangkat kehangatan dalam persahabatan pada tokoh anak-anak untuk menyampaikan keindahan dalam bertoleransi
<i>Communication Objective</i>	<i>Reminding</i>
	Meningkatkan audiens untuk merangkul dan merayakan perbedaan yang ada dengan persahabatan
<i>Social Product</i>	<i>Social Practice</i>
	Bertoleransi dengan menghormati kewajiban orang lain yang berbeda dengan diri sendiri dalam persahabatan
<i>Promise / Social Benefit</i>	<i>Intangible dan Emotional</i>
	Kehangatan yang muncul dalam tindakan bertoleransi yang sederhana dalam persahabatan.

Tujuan Pesan	<p><i>Feel dan Act</i></p> <p>Menggugah emosi audiens dengan penggunaan anak-anak sebagai tokoh utama dan jalan cerita yang mengharukan, dan mengajak audiens untuk semakin bertoleransi terhadap orang lain yang berbeda kebudayaan dan keyakinannya.</p>
Strategi Pesan	<p><i>Emotion</i></p> <p>Menggugah emosi audiens dengan jalan cerita yang mengharukan dan tokoh anak-anak yang polos dan ceria</p>
<i>Strength</i>	Kekuatan pesan dan konten video yang emosional
<i>Weakness</i>	Penggunaan media yang hanya sebatas video, dan keberagaman dalam konten yang kurang variatif
<i>Opportunity</i>	Eksplorasi media yang lebih luas dapat menjangkau lebih banyak audiens

<i>Threat</i>	<i>Awareness</i> masyarakat tentang kampanye dan keinginan untuk mewujudkan pesan kampanye dalam kehidupan mereka
<i>Insights</i>	Persahabatan tidak perlu dilakukan lintas agama karena sulit mengimbangi perbedaan kepercayaan dan kebudayaan dari agama lain (dalam video misalnya berpuasa)
<i>Message</i>	Menghormati kepercayaan dan kebudayaan agama lain dan merangkulnya dalam hangatnya persahabatan
<i>Why it Works</i>	Memiliki pesan dan visual yang kuat, mengangkat isu yang sensitif, dan diselenggarakan oleh sebuah <i>brand</i> besar

3.1.2.2. Kampanye *World Without Walls*

Berbeda dengan kampanye Shirley & Fatima yang berfokus pada perbedaan agama, kampanye *World Without Walls* memperluas cakupannya.

Tidak hanya perbedaan agama, namun juga perbedaan identitas, status

ekonomi, kebudayaan, dan sebagainya. Kampanye ini dirilis pada bulan Mei 2018, dan juga menggunakan video sebagai media penyampaiannya. Sama seperti kampanye Shirley & Fatima, kampanye ini mengangkat topik Ramadan dan korelasinya dengan kemanusiaan dan kesatuan, yaitu untuk bertoleransi antar sesama manusia.



Gambar 3.3. Logo Babyshop
(https://www.adsoftheworld.com/media/film/babyshop_world_without_walls)

Video kampanye ini terdiri dari satu tokoh utama yaitu seorang anak laki-laki, dengan kedua orangtuanya sebagai pemeran sekunder. Selain itu, terdapat banyak pemeran *extras* yang mengisi keberagaman dalam video kampanye ini. Settingan tempat yang beragam dan berbeda-beda juga menggambarkan pesan keberagaman didalamnya.

Video ini menceritakan tentang tokoh utama yang terbangun dari tidurnya dan membangunkan kedua orangtuanya yang sedang tertidur. Kemudian ia membangunkan anak lain yang digambarkan memiliki budaya yang berbeda dari cara berpakaianya. Anak tersebut kemudian melanjutkan perjalanannya menuju banyak tempat, seperti tempat pengungsian, panti asuhan, dan sebagainya. Di setiap tempat yang ia kunjungi, ia terlihat menebarkan kebaikan dan kebahagiaan, seperti memberikan boneka pada seorang anak perempuan di tempat pengungsian meskipun ia “ditolak” oleh orangtua anak perempuan itu pada awalnya, mengecup kening seorang nenek

yang terlihat murung di sebuah rumah kosong, mengajak anak-anak di panti asuhan bermain, dan sebagainya.



Gambar 3 4. Scene Anak Sedang Berbagi
(https://www.adsoftheworld.com/media/film/babyshop_world_without_walls)

Video berakhir dengan *flashback* orangtua tokoh utama yang terbangun tanpa dibangunkan oleh sang anak, dan berkunjung ke kamar anak tersebut. Ketika kamar dibuka, tampak anak sedang menggambar tiap-tiap lokasi yang ia kunjungi di awal hingga pertengahan video di dinding kamarnya, dan menghubungkan mereka semua menjadi satu.

Video ini dibuat semakin menggugah emosi dengan *background* berupa *soundtrack* lagu berbahasa Inggris bertempo pelan dengan alunan piano sederhana, dan menggunakan suara anak-anak, yang bercerita tentang keinginan anak untuk memiliki dunia tanpa dinding (batas), dan memiliki tempat untuk semua orang. Tempat itu disebut “rumah”, dimana semua orang dapat merasa bahagia, nyaman dan bersatu didalamnya.

Tabel 3 2. Tabel Analisis Kampanye *World Without Walls*

Indikator	Strategi Kampanye
<i>Competitive Frame</i>	<i>New Communication</i>

	Merepresentasikan ajakan untuk bertoleransi dengan “dunia tanpa dinding”, dimana semua orang bersatu dengan beragam perbedaan yang ada
<i>Communication Objective</i>	<i>Reminding</i>
	Bahwa kita adalah satu dengan berbagai perbedaan yang ada. Bahwa kita bisa merasa aman dan nyaman dengan kesatuan dalam perbedaan tersebut.
<i>Social Product</i>	<i>Social Idea</i>
	Perbedaan bukan merupakan tembok yang membatasi relasi dan keinginan untuk berbagi kebaikan dan kebahagiaan. Dunia ini milik bersama, dan tidak seharusnya dikotak-kotakkan dengan perbedaan yang ada
<i>Promise / Social Benefit</i>	<i>Intangible dan Emotional</i>
	Ajakan untuk bertoleransi dengan berbagi, dan menunjukkan indahnyanya dunia yang satu tanpa batas perbedaan
Tujuan Pesan	<i>Feel dan Act</i>

	Menggugah emosi dan mengajak audiens untuk menjadikan perbedaan sebagai alasan untuk bersatu, dan berbagi kebahagiaan dalam kesatuan tersebut
Strategi Pesan	<i>Influence</i>
	Mengajak audiens untuk mengabaikan batasan-batasan perbedaan dalam berbagi kebahagiaan dalam kesatuan dan kebersamaan
<i>Strength</i>	Mengangkat isu dengan urgensi yang tinggi, menggunakan anak dengan kepolosannya sebagai tokoh utama yang bercerita dalam video
<i>Weakness</i>	Menggunakan anak sebagai tokoh utama, namun cara penyampaiannya sulit diterima anak karena menggunakan set lokasi yang berbeda-beda dan luas cakupannya. Selain itu penggunaan media yang hanya berupa video, membuat jangkauan kampanye kurang meluas
<i>Opportunity</i>	Penggunaan media yang lebih variatif untuk menjangkau audiens lebih banyak,

	dan cara penyampaian menggunakan set lokasi yang lebih familiar agar mudah dicerna
<i>Threat</i>	Keinginan masyarakat dalam mengikuti dan menjalankan pesan kampanye
<i>Insights</i>	Perbedaan seperti tempat, budaya, dan status ekonomi sosial mempersulit terjadinya persatuan dan kebersamaan
<i>Message</i>	Berbagi kebahagiaan dalam kebersamaan dan persatuan tanpa “dinding batas” perbedaan diantaranya
<i>Why it Works</i>	Mengangkat isu yang berkaitan dengan audiens yang sangat luas, memiliki pesan yang kuat dengan gaya penyampaian yang baru

Dari pejabaran analisa dua kampanye tersebut, penulis merangkum poin-poin yang dapat penulis gunakan sebagai ide dalam strategi merancang dan menyampaikan pesan, yaitu:

- a) Penggunaan video sebagai media penyampaian utama
- b) Penggunaan tema “pertemanan” dan “relasi”
- c) Cara penyampaian yang menggugah emosi
- d) Menggunakan anak kecil dan kepolosannya sebagai tokoh utama

- e) Mengingat kembali, bukan mengubah, dan menggunakan cara yang menyenangkan dan bersahabat

3.1.3. Kuesioner

Penulis menyusun kuesioner untuk mengetahui pola pikir dan tingkat toleransi anak terhadap anak lain yang berbeda agamanya. Kuesioner terdiri dari 10 pertanyaan dengan tiga pilihan jawaban. Kuesioner ini disebar ke 150 responden anak kelas 4-6 SD di dua sekolah yang berbeda, yaitu 50 responden dari SD Tarakanita Gading Serpong (sekolah swasta), dan 100 responden dari SD Negeri 1 Serpong (sekolah negeri). Pemilihan sekolah swasta dan negeri ditujukan untuk mendapatkan hasil yang lebih beragam dan universal.



Nama : _____

Kelas / Umur : _____ / _____

Agama : _____

Lingkari jawaban kamu menggunakan pensil / bolpoin. Jawab dengan jujur dari diri sendiri, ya. Selamat mengisi!

1. Apakah kamu mau satu kelompok dengan teman yang berbeda agamanya dengan kamu?
 - Mau
 - Kurang mau
 - Tidak mau
2. Kamu sedang belajar. Ada temanmu yang kesulitan, tapi dia beragama lain. Apakah kamu mau membantunya?
 - Mau
 - Kurang mau
 - Tidak mau
3. Teman sekelasmu yang berbeda agama, sakit dan tidak masuk sekolah. Maukah kamu menjenguknya?
 - Mau
 - Kurang mau
 - Tidak mau
4. Kamu diminta berdoa bersama teman-temanmu yang agamanya berbeda dengan kamu. Apakah kamu tetap mau ikut berdoa?
 - Mau
 - Kurang mau
 - Tidak mau
5. Kamu sedang bermain. Tiba-tiba temanmu harus pulang karena harus beribadah. Bagaimana sikapmu?



Gambar 3 5. Kuesioner *Offline 1* (2019)



- Mempersilahkan dia pulang dengan senang hati
 - Kecewa
 - Marah, tidak mau main lagi
6. Apakah kamu punya ketua kelas yang agamanya berbeda?
- Mau
 - Kurang mau
 - Tidak mau
7. Apakah kamu mau punya guru yang agamanya berbeda?
- Mau
 - Kurang mau
 - Tidak mau
8. Temanmu tidak bisa ikut piket kelas karena harus beribadah. Bagaimana sikapmu?
- Mempersilahkan dia untuk beribadah
 - Kecewa
 - Memusuhi dia
9. Di kelasmu sedang diajarkan agama yang bukan agama kamu. Bagaimana sikapmu?
- Tetap menyimak
 - Tidak mau menyimak
 - Marah
10. Apakah kamu mau jika kelas kamu dikelompokkan jadi 1 agama saja?
- Mau
 - Kurang mau
 - Tidak mau

Terima Kasih Sudah Mengisi! :)



Gambar 3 6. Kuesioner *Offline 2*
(2019)

Penulis menggunakan tiga pilihan jawaban sebagai pengukur tingkat toleransi anak, yaitu (1) toleran, (2) ada indikasi intoleran, dan (3) intoleran. Penulis menggunakan pendekatan sederhana yaitu tindakan-tindakan dalam kehidupan sehari-hari anak sebagai indikator tingkat intolerannya. Dari kuesioner tersebut, diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 3 3. Tabel Indikasi Intoleransi Anak

No	Indikator	Toleran	Terindikasi Intoleran	Intoleran
1	Teman Satu Kelompok	140	6	4
2	Memberi Bantuan	138	11	1
3	Menjenguk Saat Sakit	135	14	1
4	Berdoa Bersama	70	24	56
5	Toleransi Beribadah	144	6	
6	Pemilihan Ketua Kelas	112	13	25
7	Guru	85	35	30
8	Toleransi Beribadah	148	2	
9	Pengajaran Agama	120	30	
10	Keragaman Teman dalam 1 Kelas	97	34	19
Total (%)		75,2%	10,8%	14%

Dari data kuesioner tersebut, didapatkan sebanyak 75,2% anak bersikap toleran sepenuhnya, 10,8% memiliki indikasi intoleran, dan sebanyak 14% anak tergolong intoleran. Meskipun mayoritas anak tergolong toleran, namun angka 10,8% terlebih 14% tetap harus digaris bawahi. Letak tingkat intoleransi tertinggi terdapat pada indikator berdoa bersama, guru, dan keberagaman di dalam 1 kelas.

3.2. Metodologi Perancangan

Dalam perancangan kampanye sosial toleransi beragama pada anak sejak dini, penulis menggunakan metode perancangan kampanye yang terbagi atas 7 tahapan, yakni identifikasi dan analisis masalah, menentukan tujuan, menentukan target kampanye, merancang pesan, penyusunan strategi, penyusunan waktu dan sumber daya, dan yang terakhir adalah evaluasi dan peninjauan kembali (Venus, 2018).

1. Identifikasi & Analisis Masalah

Hal pertama yang penulis lakukan untuk merancang kampanye ini adalah dengan mengidentifikasi permasalahan yang ada. Penulis melihat bahwa dalam beberapa tahun terakhir, agama selalu menjadi isu yang menghasilkan konflik dan kerusuhan di Indonesia. Agama juga seringkali dikaitkan dengan hal-hal lain, dan dijadikan pemicu dalam bertindak anarkis. Penulis kemudian meneliti dan mempelajari kasus-kasus yang sudah ada, serta kelanjutan dan penyelesaian kasus-kasus tersebut melalui internet dan media cetak.

2. Menentukan Tujuan

Setelah mengetahui dan memahami pokok permasalahan, penulis kemudian menentukan sebenarnya apa yang harus dilakukan dan disampaikan kepada

publik atau target audiens dalam mencegah atau mengurangi intoleransi beragama. Penulis kemudian memilih untuk mencegah, berdasarkan wawancara-wawancara yang penulis lakukan terhadap lembaga survei dan para pemuka agama dari masing-masing agama di Indonesia. Mencegah yang dimaksud berarti menanamkan nilai toleransi dengan cara edukasi sejak dini.

3. Menentukan Target Kampanye

Ketika tujuan telah jelas, maka penulis kemudian menentukan target kampanye. Target kampanye dibagi menjadi target primer dan target sekunder. Target primer kampanye merupakan senior millennial yang telah berkeluarga, yang berdasarkan survei oleh IDN Times, berfokus pada keluarga. Keluarga terutama anak merupakan prioritas utama dalam menjalankan keseharian mereka. Sedangkan untuk target sekunder, merupakan anak-anak dengan rentang usia 8-11 tahun, yaitu ketika mereka berada di jenjang SD kelas 4-6. Rentang usia ini dipilih berdasarkan studi penulis tentang psikologi perkembangan anak, dimana dalam rentang usia ini, anak telah sadar tentang benar dan salah, dan wawasannya tentang moral sosial telah lebih terbuka. Dengan pemahaman mereka yang telah mencapai titik itu, maka diperlukan penanaman nilai, dalam hal ini nilai toleransi yang utuh dan kokoh, sehingga secara perlahan membentuk karakter yang toleran dalam perkembangannya di masa mendatang.

Penulis juga menentukan DKI Jakarta dan sekitarnya sebagai target geografis kampanye. Pemilihan ini didasari oleh hasil survei oleh Setara

Institute tentang Indeks Kota Toleran (IKT) tahun 2018, dimana DKI Jakarta menempati posisi ketiga kota paling intoleran. Untuk status ekonomi sosialnya (SES), penulis memilih status menengah (B) karena salah satu faktor terjadinya tindakan radikal dan intoleran, berdasarkan wawancara terhadap Wahid Foundation dan pemuka-pemuka agama, adalah faktor kemiskinan dimana orang-orang merasa tertindas dan merasa dirinya minor diantara mayor.

4. Merancang Pesan

Penulis menggunakan teknik *brainstorming* dengan *mind mapping* dalam merancang isi pesan. *Brainstorming* sendiri merupakan metode diskusi untuk mengumpulkan informasi, ide, bahkan pengalaman dalam sebuah kelompok diskusi untuk kemudian memunculkan ide dan pemikiran baru berdasarkan hasil pertukaran informasi sebelumnya (Karim, 2017). Sedangkan *mind mapping* merupakan cara mengingat, mempelajari, atau menjabarkan sesuatu dengan menggunakan visual peta konsep, dilengkapi dengan simbol, gambar, dan warna-warna yang fungsinya untuk menstimulasi otak kiri dan kanan dalam bekerja, sehingga dapat menyerap maupun menjabarkan materi dengan baik (Bardi, Suherlin, & Taher, 2017). Penulis membuka seluas-luasnya kemungkinan-kemungkinan penyampaian pesan yang ada dengan kedua metode tersebut. Penulis juga menggunakan teknik observasi terhadap anak-anak dan orangtua, untuk mengetahui cara pandang dan perilaku mereka, agar dapat menyusun pesan dengan tepat dan terarah dengan benar kepada target

5. Menyusun Strategi dan Taktik

Penulis menggunakan strategi AISAS, yaitu *Attention, Interest, Search, Action, & Share* (Andree & Sugiyama, 2011). Strategi ini dianggap penulis sebagai strategi yang rapi dan runtun, sehingga pesan kampanye diharapkan dapat tersampaikan dan terserap dengan baik

6. Menyusun *Timeline* dan Sumber Daya

Penulis kemudian menyusun *timeline* dan perencanaan sumber daya yang akan digunakan dalam pelaksanaan kampanye. *Timeline* yang akan penulis susun dimulai dari perencanaan hingga pelaksanaan kelima tahapan kampanye (AISAS). Penyusunan *timeline* dan sumber daya akan penulis cantumkan ke dalam tabel sehingga mudah terbaca.

7. Evaluasi dan Peninjauan Kembali

Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil akhir kampanye, apakah kampanye berhasil mengubah perilaku, menghilangkan, atau menciptakan perilaku baru sesuai dengan tujuan kampanye yang telah ditentukan sebelumnya. Evaluasi dapat penulis lakukan dengan cara observasi dan kuesioner.