

Peran Komunikasi Non-Verbal Biksu pada Komunitas Buddha di Kota Makassar

Laksmi Nurul Suci*¹, Tuti Bahfiarti², Muhammad Farid³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Indonesia
Email: ¹laksmiins@gmail.com, ²tutibahfiartiunhas@gmail.com, ³faridemsil@yahoo.com

Abstrak

Biksu memiliki cara mereka sendiri, dengan menggunakan atribut-atribut untuk berkomunikasi dengan umat dan berkomunikasi dengan khalayak lainnya sebagai bukti identitas diri sebagai seorang tokoh agama. Penelitian ini menganalisis peran komunikasi non-verbal Biksu dengan komunitas Buddha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi non-verbal Biksu saat berkomunikasi dengan umat. Penelitian ini dilaksanakan di Vihara Sasanadipa Makassar, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi deskriptif. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data deskriptif. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling yakni menentukan informan sesuai pada karakteristiknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Biksu saat berkomunikasi dengan umat Buddha menampilkan 7 bentuk komunikasi non verbal yaitu gerakan badan dengan melakukan salam dengan marapatkan kedua telapak tangan, gerakan mata yakni menjaga pandangan mata, sentuhan dengan membatasi kontak fisik, paralanguange dengan menjaga tekanan suara, kedekatan dan ruang menjaga jarak 4 kaki dengan umat, artifak dan visualiasi tampil dengan penampilan rambut botak dan penggunaan jubah Biksu, dan terakhir waktu dengan menjadwalkan setiap aktivitas baik saat waktu dengan bertemu bersama umat. Temuan ini berkontribusi memberikan pemahaman perilaku komunikasi non-verbal dalam gaya komunikasi Biksu, yang dapat membantu umat ataupun masyarakat umum memaksimalkan komunikasi mereka Bersama Biksu. Studi ini menggarisbawahi pentingnya Impilikasi penggunaan atribut dalam komunikasi sebagai bagian upaya interpretasi lingkungan sekitar, perilaku individu, dan komunikasi interpersonal individu mampu memperkuat hubungan.

Kata Kunci: *Biksu Buddha, Fenomenologi, Komunikasi Non-Verbal, Perilaku Komunikasi.*

Abstract

Monks have their own unique way of communicating, utilizing various attributes to interact with devotees and other audiences as a means of asserting their identity as religious figures. This study analyzes the role of non-verbal communication by monks within the Buddhist community. The research aims to identify the non-verbal communication behaviors exhibited by monks when interacting with devotees. Conducted at the Sasanadipa Monastery in Makassar, this study employs a qualitative research method using a descriptive phenomenological approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed using descriptive data analysis. Informants were selected through purposive sampling, which involves identifying participants based on specific characteristics. The findings reveal that monks, when communicating with Buddhist devotees, demonstrate seven forms of non-verbal communication: body gestures, such as greeting by pressing palms together in a respectful gesture, eye movements, by maintaining respectful eye contact, touch, by limiting physical contact, paralanguage, by controlling vocal tone, proximity and space, by maintaining a distance of four feet from devotees, artifacts and visual cues, by appearing with a shaved head and wearing monastic robes, and time management, by scheduling all activities, including meetings with devotees. These findings contribute to an understanding of monks' non-verbal communication behaviors, which can help devotees and the general public optimize their interactions with monks. This study highlights the significance of the implications of using attributes in communication as part of interpreting the surrounding environment, individual behaviors, and interpersonal communication, which can strengthen relationships.

Keywords: *Buddhist Monks, Communication Behavior, Non-Verbal Communication, Phenomenology.*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan faktor penting dalam proses interaksi antar manusia, yang sangat tergantung dengan manusia yang lain di sekitarnya. Individu tidak memiliki arti hidup tanpa adanya komunikasi dengan orang lain. Hal ini seperti konsep dasar komunikasi sebagai transmisi pesan, dan juga sebagai produksi dan pertukaran makna. Dalam berkomunikasi, ada pesan yang ingin disampaikan oleh seseorang kepada orang lain, atau suatu kelompok kepada seseorang atau kelompok lain. Baik dalam bentuk verbal maupun non-verbal.

Suatu agama memiliki tokoh sentral yang dijadikan sebagai panutan dalam menjalankan ajaran-ajaran agama yang disebut dengan tokoh agama. Tokoh agama merupakan orang yang tidak mendapatkan pengangkatan formal sebagai pemimpin, namun karena memiliki keunggulan ia dapat mencapai kedudukan sebagai orang yang berpengaruh terhadap kondisi psikis dan perilaku suatu kelompok atau masyarakat (Kartini Kartono, 2016). Tokoh agama berperan dalam menyampaikan ajaran-ajaran keagamaan serta membimbing umatnya untuk mencapai tujuan dari agamanya. Selain peran tersebut tokoh agama juga harus mampu berperan dalam menangani permasalahan-permasalahan sosial yang dialami oleh umatnya.

Pada awal tahun 1976 terdapat lebih 5 Bksu warga negara Indonesia yang menjalani hidup kebiksuan di Indonesia sesuai Kitab Suci Tipitaka Pali. Pandangan keagamaan Buddha yang berpedoman pada Kitab Suci Tipitaka Pali atau lazim disebut Theravada (Ajaran Sesepuh). Sesuai dengan Winaya (peraturan Kebiksuan) seperti disebutkan dalam Kitab Suci Tipitaka Pali, para Bksu terhimpun dalam pasamuhan yang disebut Sangha, yang paling sedikit harus terdiri dari lima Bksu. Fungsi kebiksuan antara lain seperti pelantikan Bksu baru, penyelesaian kasus pelanggaran Winaya, dan kewajiban-kewajiban para Bksu lainnya harus dilakukan dalam forum Sangha. Sangha memberikan peluang belajar (pariyatti), berlatih (patipatti), serta memperoleh hasil pelaksanaan (pativedha Dhamma bagi mereka yang sanggup menjalani kehidupan sebagai Bksu. Disamping fungsinya bagi para Bksu tersebut di atas, Sangha juga merupakan penjaga keyakinan (saddha), pemelihara moral (sila), tumpuan bakti (caga), dan penumbuh kebijaksanaan (panna) umat Buddha.

Secara pasti Buddha memang tidak pernah mendeskripsikan tentang agama, karena Buddhisme merupakan sebuah filsafat, etika, ajaran moral, sehingga untuk konsep-konsep “agama” seperti tentang Tuhan, Nabi, Kitab Suci, dan eskatologi tidak banyak disinggung. Yang menjadi fokus Buddhisme adalah aturan etika dan moral untuk aturan hidup. bagi agama Buddha “agama” diartikan sebagai way of life atau tuntunan hidup yang mementingkan sebuah pengalaman, bukan mempercayai otoritas tertentu. Oleh karena itu, orientasi utama Buddhisme adalah penyucian batin untuk menuju pada pembebasan dari penderitaan. (Faizah, 2020)

Secara sosial masyarakat Buddha terbagi kepada dua golongan: bhikkhu/bhikkuni (bhiksu/bhiksuni) dan upasaka/upasika (masyarakat biasa). Kedua kelompok sosial tersebut saling bergantung dan dipisahkan oleh sumpah/janji dan praktek/amalnya. Sumpah/janji kelompok pertama adalah mengikuti jalan hidup Sang Buddha dengan cara meninggalkan keluarga, hidup mengembara baik sendiri maupun berkelompok (Sangha) demi mencapai Nirvana, menggantungkan makan pada pemberian orang-dan tidak terlibat dalam urusan keduniaan. Sedangkan sumpah/janji kelompok kedua adalah mengikuti ajaran Sang Buddha dengan cara tetap hidup berkeluarga dan bermata-pencarian sesuai dengan tata cara sebagaimana diajarkan Sang Buddha. (Syukur, 2002)

Seorang Bksu memiliki ciri perilaku yang ditimbulkan dari seorang Bksu dalam membebaskan diri dari ketamakan, kebencian, serta kegelapan batin, mereka juga mempergunakan banyak waktu untuk berbagi Dhamma kepada masyarakat dari semua lapisan. Perilaku perlindungan merupakan ciri utama para Bksu sebagai kesadaran tinggi dalam ke-buddhaan, memberikan satu perubahan yang besar terhadap umat. Para Bksu memberikan rasa aman dan sebagai sifat kebijaksanaan pada kesucian yang dilakukan seseorang dalam sifat perlindungan yang dimilikinya. Sebagai tempat menanam kebajikan yang merupakan ladang subur bagi umat, sebab para Bksu memiliki moralitas yang tinggi dalam sila dan Winaya.

Bksu memiliki cara mereka sendiri, dengan menggunakan atribut-atribut untuk berkomunikasi dengan umat dan berkomunikasi dengan khalayak lainnya sebagai bukti identitas diri sebagai seorang tokoh agama. Perilaku komunikasi ini bisa terlihat dalam berbagai situasi dan keadaan. Seperti yang

dikatakan Everett M. Rogers bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah ingkaha laku mereka (Cangara, 2011).

Ajaran ini berbeda dari kerangka agama tradisional yang berpusat pada dewa atau asal ilahi. Sebaliknya, Buddhisme dipandang sebagai sebuah filosofi yang membentuk pemikiran manusia untuk menciptakan kedamaian dengan mensistematisasi prinsip-prinsip sebab dan akibat. Pandangan ini membuat beberapa sarjana, seperti (Hadiwijono, 2010), berpendapat bahwa Buddhisme bukanlah agama dalam pengertian konvensional, melainkan kerangka filosofis.

Interaksi setiap manusia dalam kehidupan sosial selalu berusaha memberikan gambaran terbaik dirinya melalui tampilan aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi tatap muka baik secara verbal maupun non-verbal dilakukan untuk mengkonstruksi diri dalam wujud pengungkapan dan aktualisasi diri. Proses pengungkapan diri atau gambaran diri individu dikenal dengan istilah presentasi diri (*self-presentation*) dalam menunjukkan identitas diri untuk diterima dalam kelompok dan kehidupan sosialnya.

Komunikasi adalah proses yang sangat penting dalam interaksi manusia, dan manusia menggunakan berbagai jenis komunikasi untuk berinteraksi dan menyampaikan pesan. Ada dua jenis komunikasi yang dikenal dalam interaksi, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Komunikasi non-verbal sangat penting dalam proses komunikasi manusia. Dalam sebuah interaksi, komunikasi non-verbal yang mencakup berbagai aspek seperti bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, gestur, dan intonasi suara, dapat memberikan pesan tambahan yang mendukung atau memperkuat pesan verbal yang disampaikan oleh pembicara (Apriliyanti, 2023).

Komunikasi menjadi hal yang paling utama bagi para Biku agar bisa berkomunikasi dengan umat pada komunitas Buddha di Kota Makassar. Dengan berkomunikasi manusia menyampaikan pesan-pesan, dimana hal itu sebenarnya kita sedang berperilaku. Perilaku disebut sebagai pesan jika telah mengandung dua syarat yaitu: (1) perilaku harus diobservasi oleh seseorang, (2) perilaku harus mengandung makna, Mulyana (2005). Perilaku yang disampaikan secara verbal ataupun non-verbal dapat berfungsi sebagai peran.

Komunikasi non-verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non-verbal, tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi non-verbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi non-verbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi non-verbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi non-verbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan (Agus M. Hardjana, 2003).

Perilaku komunikasi telah dikaji berbagai konsepsi hasil penelitian seperti dilakukan oleh Nettie Tasunanung berjudul Perilaku Komunikasi Para Pedagang Lokal Dalam Berinteraksi Dengan Turis Mancanegara di Sepanjang Pesisir Kuta Denpasar Bali, menggunakan pendekatan kualitatif, dalam mengungkapkan perilaku komunikasi verbal dan non-verbal dari para pedagang lokal dengan turis mancanegara. Hasil temuan menunjukkan bahwa meskipun kebudayaan para pedagang lokal dan turis mancanegara berbeda, namun mereka tetap dapat berkomunikasi secara efektif. Interaksi yang berlangsung antara pedagang lokal dan turis mancanegara menggunakan komunikasi verbal dan non-verbal (Rini, 2006).

Penelitian lainnya dilakukan Widya Syadzwin (2014), fokus pada kajian Fenomenologi Perilaku Komunikasi Suporter Fanatik Sepakbola Dalam Memberikan Dukungan Pada PSM Makassar. Penelitian tersebut menggunakan metode studi penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa perilaku komunikasi verbal dan non-verbal penggemar fanatik sepak bola dalam mendukung PSM Makassar melibatkan identitas, atribut, tindakan. Perilaku komunikasi verbal dan non-verbal penggemar fanatik sepak bola dalam mendukung PSM Makassar tidak dipisahkan dari identitas diri dan identitas sosial dalam Masyarakat. Makna yang ditunjukkan supporter melalui perilaku komunikasi verbal dan non-verbal semata-mata untuk mendukung klub sepakbola kesayangannya dengan memberikan semangat (Zubair, 2013).

Meskipun telah banyak penelitian tentang komunikasi non-verbal, kajian khusus tentang peran komunikasi non-verbal dalam komunitas Buddha masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan makna komunikasi non-verbal yang dilakukan oleh Biku pada komunitas Buddha di Kota Makassar.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian yang mementingkan kedalaman data (kualitas data) yang tidak terbatas, meskipun sasaran penelitiannya terbatas (Burhan, 2013). Penelitian kualitatif sebagai pendekatan yang berusaha memahami dan menjelaskan fenomena kompleks dari perspektif peserta. Penelitian kualitatif berfokus pada pengalaman manusia dan makna yang diberikan individu kepada pengalaman mereka (Creswell, 2018). Metode ini menggunakan data deskriptif yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Penulis melakukan riset data secara mendalam untuk menjelaskan fenomena dalam pada sasaran penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder yang dimaksud diperoleh dari data yang berbentuk laporan, catatan, buku-buku, dokumen, serta arsip-arsip yang dapat mendukung sumber data penelitian. (Kriyantono, 2006).

Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik. Sehingga tidak diperkenankan mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variable atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu yang utuh. (Moleong, 2008)

Penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan memberikan gambaran mengenai sasaran penelitian dengan menggunakan kata-kata dan angka. Adapun penelitian deskriptif menyajikan gambaran spesifik tentang situasi, penataan sosial, hubungan, jenis orang atau aktivitas sosial yang berfokus pada pertanyaan bagaimana dan siapa (Neuman, 2013).

Perspektif penelitian fenomenologi digunakan untuk metode analisis data deskriptif serta introspektif mengenai kedalaman dari semua bentuk kesadaran pengalaman langsung. Fenomenologi merupakan salah satu metode pada penelitian kualitatif. Metode fenomenologi berfokus pada penemuan fakta terhadap suatu fenomena sosial dan berusaha memahami tingkah laku manusia berdasarkan perspektif partisipan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Metode yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas yang realistis, kompleks dan holistik. Penelitian kualitatif dipilih untuk lebih memahami konstruksi realitas sosial dimana hubungan peneliti dan yang dikaji bersifat intim-situasional. Mencari jawaban dari pengalaman sosial yang diberi makna, bukan hubungan antar variabel dan konstan. Secara spesifik Lindlof menyebut penelitian kualitatif dalam ilmu komunikasi, sebagai paradigm interpretative atau perspektif interpretatif (Mulyana, 2001: 147-148).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi. Observasi dibagi menjadi dua jenis utama, yaitu observasi partisipatif, yaitu melibatkan peneliti yang ikut serta dalam kegiatan yang diamati, dan non-partisipatif, yaitu melibatkan peneliti yang hanya mengamati tanpa ikut serta (Bernard & Ryan, 2010). Peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif. Artinya, peneliti terlibat langsung dalam observasi dan data dikumpulkan melakukan wawancara mendalam dengan tiga BIKSU dari komunitas Theravada di Kota Makassar, dengan observasi yang dilakukan selama empat bulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dianalisis berdasarkan Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, maka langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Interaktif Model dari Miles dan Huberman (1994:21) yang membagi kegiatan analisis menjadi beberapa bagian yaitu: pengumpulan data, pengelompokan menurut komponen, reduksi data, penyajian data, memisahkan outlier data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama jangka waktu penelitian mulai dari bulan Februari sampai Mei 2024, telah dilakukan penelitian terhadap fenomenologi perilaku komunikasi non-verbal BIKSU pada komunitas Buddha di Kota Makassar. Selama pengamatan diperoleh hasil bahwa fenomenologi perilaku komunikasi BIKSU dipengaruhi oleh identitas, atribut, dan aksi/tindakan, sebagai bentuk penyampaian pesan dengan

menggunakan simbol-simbol tertentu. Pesan yang ingin disampaikan tentu saja ditujukan kepada umat pada lingkup komunitas agama.

Informan penelitian ini adalah para Biksu yang diambil dari mazhab naungan Theravada Indonesia khususnya wilayah Makassar. Berikut beberapa informan dalam penelitian ini: Biksu Tisarana (bukan nama sebenarnya), Biksu Visuddhi (bukan nama sebenarnya), dan Biksu Anumodana (bukan nama sebenarnya). Para informan ini telah menjadi Biksu pada naungan Theravada Indonesia setelah mengikuti proses yang panjang sebelum menjadi seorang Biksu hingga saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengkategorisasi mengenai perilaku komunikasi non-verbal Biksu pada komunitas Buddha di Makassar.

3.1. Peran Komunikasi Non-Verbal Biksu

Biksu tampil sebagai “aktor” berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya. Aktor dalam kehidupan pertunjukan ‘teater’ di kehidupan sosial dan harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan “diri”, melalui perilaku non-verbal. Penggunaan perlengkapan pertunjukan “diri” dalam rangka meluluskan capaian tujuan, yaitu untuk meningkatkan kesan pada lawan berinteraksi.

Keterlibatan dalam pengelolaan kesan dan mendapatkan kontrol atas ekspresi, citra positif, presentasi diri melalui penggunaan atribut-atribut pelengkap yang digunakan, seperti jubah dalam, jubah luar, dan rambut yang botak atau terpotong sangat pendek dalam menyajikan gambaran ideal kelompoknya.

Seperti yang dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan (Warsa, 2014) Perilaku komunikasi non-verbal suporter fanatik PSM Makassar yang melibatkan identitas, atribut, dan aksi atau tindakan, terdapat makna pesan yang ingin disampaikan. Makna Perilaku Komunikasi non-verbal. Perilaku komunikasi non-verbal seperti atraksi dan koreografi dimaknai oleh suporter fanatik PSM sebagai kekompakan dalam memberikan dukungan dan semangat kepada tim. Perilaku komunikasi non-verbal seperti atraksi dan koreografi juga dimaknai oleh suporter fanatik PSM sebagai sebuah kebanggaan karena kreativitas mereka dalam berkoreo, beratraksi, maupun bermusik mampu menjadi penyemangat tim.

Tampilan Biksu pada komunitas merupakan bagian dari pertunjukkan Biksu yang secara regular berfungsi untuk menunjukkan penampilannya untuk mendefinisikan situasi untuk siapa saja yang mengamati pertunjukkan tersebut. Presentasi diri panggung depan Biksu mengkombinasikan ragam atribut melalui penampilan (*appereance*): potongan rambut pendek atau botak jubah dalam dan jubah luar, dan tampilan panggung depan melalui gaya (*manner*): membatasi interaksi, lemah lembut, ramah, menjaga pandangan serta sentuhan khususnya lawan jenis, dan menjaga wibawa seorang Biksu.

Tabel 1. Komunikasi Non-Verbal Biksu

Tampilan Biksu	Pengelolaan Kesan	Makna
Penggunaan jubah dalam	Menciptakan kesan sebagai pemimpin agama dan mematuhi aturan sebagai seorang biksu.	Berada dalam komunitas sebagai pemimpin agama dan menjalankan ajaran Buddha.
Penggunaan jubah luar.	Menciptakan kesan sebagai pemimpin agama dan mematuhi aturan sebagai seorang biksu.	Hidup dalam komunitas sebagai pemimpin agama dan mengamalkan ajaran Buddha.
Potongan rambut botak	Menciptakan kesan sebagai pemimpin agama dan memenuhi tuntutan ajaran Buddha.	Berada dalam komunitas sebagai pemimpin agama dan menjalankan ajaran Buddha.
Membatasi interaksi	Menjaga citra sebagai pemimpin agama untuk menghindari masalah akibat interaksi berlebihan.	Berada dalam komunitas sebagai pemimpin agama dan menjaga diri sebagai seorang biksu.
Bersikap ramah	Menciptakan kesan sebagai pemimpin agama dan menjadi panutan bagi masyarakat.	Menjadi pemimpin dalam komunitas sebagai tokoh agama dan menciptakan

Menjaga kontak mata dan sentuhan fisik.	Menciptakan kesan sebagai pemimpin agama dan menjaga kesucian seorang biksu.	kesan positif sebagai pemimpin agama.leader. Hidup di tengah masyarakat sebagai pemimpin agama dan praktik disiplin diri sebagai seorang biksu.
Menjaga martabat	Menciptakan kesan sebagai pemimpin agama dan bentuk disiplin diri seorang biksu.	Hidup di tengah masyarakat sebagai pemimpin agama dan praktik disiplin diri sebagai seorang biksu.

3.2. Pengelolaan Kesan Non-Verbal Biksu

Presentasi diri merupakan person ditampilkan dalam berinteraksi dan berbeda dengan individu lain, untuk membangun harapan-harapan sosial dan menguatkan identitas kelompok. Pertimbangan bahwa ketika memiliki identitas, baik secara personal maupun secara kelompok, memudahkan dalam mengidentifikasi diri pada kelompoknya. Presentasi diri dalam panggung depan menyebabkan identitas diri terabaikan, kemudian melebur atau tertutupi oleh identitas sosial. Presentasi diri Biksu menampilkan dirinya di depan publik agar tercapainya citra diri yang diinginkan. Presentasi diri dalam suatu desain aktivitas ajaran atau penyampaian pesan Buddha (*Dhamma*) secara komprehensif melalui perbuatan nyata pada seluruh aspek kehidupan pelaku ajaran sehingga pesan Buddha dapat memberi kontribusi besar bagi perubahan sosial khususnya umat Buddha itu sendiri.

Presentasi diri Biksu dapat berubah melalui suatu proses perilaku pengelolaan kesan. Hal ini dilakukan untuk mempresentasikan diri diluar ruang kelompok atau publik. Goffman mengemukakan bahwa pengelolaan kesan sebagai kebutuhan individu dalam mempresentasikan dirinya sebagai individu yang bisa diterima oleh individu lain. Dari sebagai penampil (*self as performer*), bukan semata-mata sebuah produk sosial, tetapi juga memiliki dasar motivasi. Individu menata kesan miliknya ketika berharap untuk diterima sebagai individu yang memiliki citra diri disukai oleh individu-individu. Pengelolaan kesan digunakan dalam konteks untuk mendapatkan pujian atas pertunjukan dan mencari umpan balik.

Perspektif pengelolaan kesan (*the impression management perspective*) menjelaskan bahwa individu memanipulasi dan mencoba mengendalikan kesan, membentuknya perilaku yang sesuai dengan situasi. Perilaku semacam itu dirancang oleh aktor untuk menetapkan tampilan presentasi diri yang diinginkan dan diterima individu lainnya (Efrat Tseeion, 1992). Presentasi diri melalui pengelolaan kesan panggung depan Biksu merupakan tampilan diri dalam suatu tujuan gerakan penyampaian ajaran atau pesan Buddha (*Dhamma*). Gerakan ajaran untuk perubahan pada masyarakat khususnya umat Buddha, dari satu kondisi menuju kondisi yang lebih baik. Konsekuensi logisnya metode Dhamma kedepan tidak hanya dominan pada gerakan lisan (verbal) tetapi juga menyeimbangkan pola ajaran non-verbal.

Menurut Goffman bahwa memupuk kesan yakni teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan tertentu dalam situasi tertentu. Dalam menciptakan pengelolaan kesan Biksu melakukannya secara non-verbal dalam hal ini bagaimana Biksu mengeskripsikan pengelolaan kesan mereka kepada audien agar kredibilitas dan kesungguhan mereka benar-benar tercipta, seperti table berikut:

Tabel 2. Komunikasi Non-Verbal Biksu

Klasifikasi Komunikasi Non-Verbal	Pengelolaan Kesan	Makna
Kinesics (emblems) Gerakan salam dengan merapatkan kedua telapak tangan ke depan dada.	Menampilkan kesan seorang Biksu dan menjalankan ajaran Buddha	Sebagai bentuk gerakan salam yang dilakukan Biksu kepada umat ataupun masyarakat sekaligus menjadi simbol khusus bagi Biksu dalam melakukan gerakan salam

Gerakan mata Menjaga pandangan mata	Menciptakan kesan pemuka agama dan menjalankan perintah Buddha serta pembeda dengan umat	Bentuk penjagaan diri Biksu khususnya lawan jenis untuk melindungi kesuciannya sebagai seorang pemuka agama Buddha.
Sentuhan Membatasi sentuhan	Menciptakan kesan pemuka agama dan menjaga diri	Upaya yang dilakukan Biksu untuk melindungi kesuciannya dan khususnya membatasi sentuhan dengan lawan jenis
Paralanguage Tekanan suara lemah lembut	Menciptakan kesan pemuka agama dan mempertegas identitas diri.	Menampilkan dirinya sebagai pemuka agama yang menjadi contoh baik baik umat Buddha
Kedekatan dan Ruang Kedekatan berajak 4 kaki	Menciptakan kesan pemuka agama dan bentuk penjagaan diri	Bentuk penjagaan diri Biksu agar mempertegas posisinya sebagai seorang Biksu serta penjagaan diri khususnya lawan jenis
Artifak dan Visualisasi Rambut botak dan penggunaan jubah biksu	Menciptakan kesan pemuka agama dan menjalankan perintah Buddha	Sebagai bentuk identitas diri Biksu dan menjalankan aturan Buddha
Artifak dan Visualisasi Waktu Menjadwalkan aktivitas harian	Menjalankan aturan dan pembeda dari umat biasa	Bentuk tanggung jawab Biksu terhadap diri dan menjadi bentuk kedisiplinan seorang Biksu.

Presentasi diri melalui pengelolaan kesan panggung depan melalui klasifikasi komunikasi non-verbal Biksu merupakan tampilan diri dalam suatu tujuan gerakan penyampain ajaran sang Buddha. Perspektif pengelolaan kesan (*the impression management perspective*) menjelaskan bahwa individu memanipulasi dan mencoba mengendalikan kesan, membentuknya perilaku yang sesuai dengan situasi. Perilaku semacam itu dirancang oleh aktor untuk menetapkan tampilan presentasi diri yang diinginkan dan diterima individu lainnya (Efrat Tseeion, 1992). Berikut makna pesan perilaku non-verbal Biksu dengan penjabaran pada table diatas:

- a. Kinesics, kode non-verbal yang ditunjukkan oleh gerakan-gerakan pada Biksu, yaitu emblems. Melakukan gerakan salam dengan merapatkan kedua telapak tangan ke depan dada. Isyarat yang dibuat dengan gerakan badan saat menyapa atau bersalaman dengan seseorang, Biksu melakukan gerakan dengan merapatkan kedua telapak tangan ke depan dada. Hal ini merupakan bagian dari ciri khusus bagi Biksu ketika memberi salam kepada umat ataupun masyarakat umum sekaligus tanda penghormatan yang dilakukan oleh Biksu.
- b. Gerakan mata, bentuk komunikasi ini mengisyaratkan ketika Biksu sedang berinteraksi dengan umat ataupun masyarakat. Biksu akan berusaha untuk menjaga pandangan matanya khususnya pada lawan jenis, hal ini merupakan bagian dari perlindungan diri Biksu untuk menjaga posisi sebagai pemuka agama dan juga menjaga kesuciannya, akan tetapi gerakan mata yang diatur oleh Biksu tidak membuat seseorang yang diajak berinteraksi merasa tidak dihargai. Sesekali Biksu akan melempar pandangan dan sesekali juga akan berusaha untuk menatap mata lawan bicaranya untuk menghargai saat berlangsungnya komunikasi.
- c. Sentuhan, bahasa tubuh melalui sentuhan tidak ditunjukkan oleh Biksu saat melakukan interaksi, hal ini disebabkan seorang Biksu berkewajiban untuk menjaga kesucian dirinya dengan tidak melakukan kontak fisik dan menghilangkan prasangka bahaya terhadap diri seorang Biksu.
- d. Paralanguage, intonasi suara merupakan tekanan-tekanan yang diberikan pada kata, bagian kata atau dialog. Intonasi suara yang dihasilkan oleh Biksu selau pada tekanan lemah lembut. Hal ini menunjukkan kewibawaan seorang Biksu yang menampilkan dirinya sebagai tokoh agama dalam memberikan citra positif ataupun contoh yang baik bagi umat.
- e. Kedekatan dan Ruang, dalam menjaga jarak kedekatan fisik Biksu, sebisa mungkin memberikan jarak minimal 4 kaki untuk sekedar memberikan batasan ruang antara Biksu dengan umat. Hal ini

dilakukan Biksu sebagai upaya yang dilakukan untuk menjaga kesucian seorang Biksu khususnya pada lawan jenis.

- f. Artifak dan Visualisasi, menggunakan jubah Biksu dan potongan rambut botak merupakan bagian dari identitas seorang Biksu. Hal ini merupakan bagian dari aturan Sang Buddha yang ditetapkan dan menjadi kewajiban bagi seorang Biksu. Adapun penggunaan jubah yang dikenakan Biksu saat tampil pada panggung depan menggunakan jubah lengkap yakni jubah bagian dalam yang menjadi pelapis serta jubah luar pada lapisan luar. Hal ini telah diatur bahwasannya saat menampilkan diri diluar wilayah pribadi penggunaan jubah Biksu harus dikenakan secara lengkap.
- g. Waktu, waktu merupakan salah satu hal yang penting diperhatikan pada kehidupan seorang Biksu. Pengaturan jadwal aktivitas harian seorang Biksu membantunya dalam menjalankan atau mengatur aktivitas apa saja yang harus mereka lakukan setiap harinya. Waktu yang telah diatur oleh Biksu dijadwalkan sesuai agenda harian mulai dari aktivitas bangun tidur sampai akan kembali tidur dan seterusnya akan seperti itu. Akan tetapi menurut Biksu, jadwal yang telah diatur pada beberapa agenda memiliki fleksibilitas untuk disesuaikan pada agenda lain dari seorang Biksu.

Ditemukan dalam hasil penelitian bahwa fenomenologi perilaku komunikasi Biksu dipengaruhi oleh 3 hal, yaitu: identitas, atribut, dan aksi atau tindakan.

Perilaku komunikasi seorang Biksu terkait dengan yang Namanya konsep diri. Konsep diri menurut William James adalah pandangan dan perasaan tentang diri. Persepsi tentang diri dapat bersifat psikologis, sosial, dan fisik (Rakhmat, 2012). Jadi konsep diri adalah pandangan dan perasaan individu tentang dirinya, dimana persepsi tersebut bersifat psikologis, sosial, dan fisik yang bisa mempengaruhi individu dalam berinteraksi dengan orang lain. Konsep diri seseorang dinyatakan melalui sikap dirinya yang merupakan aktualisasi orang tersebut.

Studi fenomenologi mencoba mencari arti pengalaman dalam kehidupan. Tujuan dari penelitian fenomenologi adalah mencari atau menemukan makna dari hal-hal yang esensial atau mendasar dari pengalaman hidup tersebut. Fenomenologi adalah sebuah studi untuk memberikan gambaran tentang arti dari pengalaman beberapa individu mengenai suatu konsep tertentu. Fenomenologi tidak hanya berlaku untuk individu, tetapi juga dapat berlaku misalnya yaitu pengalaman dapat dirasakan secara Bersama-sama atau berkelompok (Herdiansyah, 2010).

Perilaku komunikasi adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan untuk menyebarluaskan informasi kepada pihak manapun yang memerlukan (Suranto, 2011). Perilaku komunikasi non-verbal yang ditunjukkan oleh para Biksu merupakan bagian dari identitas mereka dan memiliki pesan potensial yang ingin disampaikan secara nyata kepada pihak-pihak yang dituju (Hogg, 2002). Identitas terbagi 2 jenis yaitu identitas diri (*personal identity*) dan identitas sosial (*social identity*) menjelaskan bahwa kedua identitas tersebut nantinya membentuk *self-image* (Sedyaningsih, 2010).

Penelitian ini menunjukkan bahwa ditemukan 7 bentuk komunikasi non-verbal, komunikasi menjadi hal yang utama bagi para Biksu agar bisa berkomunikasi dengan umat pada komunitas Buddha. Dengan berkomunikasi manusia menyampaikan pesan-pesan, dimana hal itu sebenarnya kita sedang berperilaku. Menurut Mulyana (2005), perilaku disebut sebagai pesan jika telah mengandung dua syarat yaitu: (1) perilaku harus diobservasi oleh seseorang. (2) perilaku harus mengandung makna. Perilaku yang disampaikan secara verbal ataupun non-verbal dapat berfungsi sebagai pesan.

Menurut Mulyana (2005), memaparkan bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individu kita. Komunikasi non-verbal secara sederhana adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Samovar dan Porter dalam Riswandi (2009), komunikasi non-verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.

Dimana hal tersebut sesuai dengan hasil penelitiann terhadap perilaku komunikasi non-verbal Biksu pada komunitas Buddha. Namun perlu diketahui menurut Ruben & Stewart (2013), untuk menentukan arti dari pesan-pesan tertentu, kita harus lebih jeli memerhatikan pesan-pesan verbal dan non-verbal yang terlibat dalam proses penerimaan informasi. Kita juga harus memerhatikan hubungan,

kelompok, organisasi, budaya, dan masyarakat, yang menyediakan konteks di mana pesan verbal dan non-verbal dibentuk, dibagikan, dan ditafsirkan.

Fenomena tampilan perilaku non-verbal BIKSU pada komunitas Buddha sebagai upaya untuk memupuk kesan seorang BIKSU yang telah digunakan untuk menyesuaikan citra yang lebih baik di depan umat sebagai seorang pemuka agama. Hasil pengamatan menemukan bahwa tampilan non-verbal BIKSU menampilkan gaya seorang BIKSU yang ditampilkan sesuai dengan esensi seorang BIKSU sebagai pemuka agama Buddha untuk menjaga kredibilitas individu sebagai seorang BIKSU dihadapan umat.

3.3. Diskusi

Fungsi utama dari komunikasi non-verbal adalah untuk menyampaikan makna dengan cara memperkuat, menggantikan, atau bahkan bertentangan dengan komunikasi verbal. Selain itu, komunikasi non-verbal pada umumnya digunakan untuk memengaruhi orang lain dan mengatur jalannya percakapan. Komunikasi non-verbal berupa gaya komunikasi *animated expressive* serta pesan kinesik yang ditampilkan BIKSU dalam Komunitas Buddha di Kota Makassar menunjukkan bagaimana karakteristik serta identitas yang dia miliki. Berbeda dengan komunikasi verbal yang biasanya dipengaruhi oleh budaya, komunikasi non-verbal terutama didasarkan pada faktor biologis (Andersen, 1999).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa bahasa tubuh memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan interaksi, termasuk dalam konteks peran komunikasi. Ekspresi wajah, gerak tangan, postur tubuh, dan proksemik adalah elemen-elemen non-verbal yang secara signifikan mempengaruhi ekspresi kepercayaan (Rakhmaniar, 2023). Penelitian ini hanya terbatas pada identifikasi komunikasi non-verbal yang diperagakan oleh BIKSU. Dampaknya terhadap gaya komunikasi BIKSU dan bagaimana gaya komunikasi BIKSU mempengaruhi perannya sebagai tokoh agama menampilkan diri pada komunitas Buddha, masih membutuhkan penelitian lebih lanjut.

4. KESIMPULAN

Perilaku komunikasi non-verbal yang ditunjukkan BIKSU tidak terlepas dari identitas diri dan identitas sosial mereka di masyarakat. Perilaku komunikasi non-verbal BIKSU saat berkomunikasi dengan umat Buddha menampilkan 7 bentuk komunikasi non-verbal yaitu gerakan badan dengan melakukan salam dengan marapatkan kedua telapak tangan, gerakan mata yakni menjaga pandangan mata, sentuhan dengan membatasi kontak fisik, paralanguange dengan menjaga tekanan suara, kedekatan dan ruang menjaga jarak 4 kaki dengan umat, artifak dan visualiasi tampil dengan penampilan rambut botak dan penggunaan jubah BIKSU, dan terakhir waktu dengan menjadwalkan setiap aktivitas baik saat waktu dengan bertemu bersama umat.

Aktivitas komunikasi tatap muka secara non-verbal yang dilakukan BIKSU untuk mengkonstruksi diri dalam wujud pengungkapan dan aktualisasi diri. Proses pengungkapan diri atau gambaran diri individu dikenal dengan istilah presentasi diri (self presentation) dalam menunjukkan identitas diri untuk diterima dalam kelompok dan kehidupan sosialnya.

Komunikasi non-verbal BIKSU mencerminkan identitas keagamaan dan memainkan peran penting dalam membangun hubungan sosial di komunitas Buddha. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman komunikasi lintas budaya dan dapat menjadi acuan dalam studi interaksi keagamaan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus M. H. (2003). *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Apriliyanti. (2023). Analisis penggunaan komunikasi nonverbal pada persentasi kelas. *Komunikasi*, 2(7), 1554–1560. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i7>
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bernard, R., & Ryan, G. (2010). *Analyzing qualitative data*. Los Angeles: SAGE Publications.

- Burhan, B. (2013). *Metodologi penelitian sosial dan ekonomi: Format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara. (2014). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approach*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Faizah, Z. (2020). Peran tokoh agama Buddha dalam membangun kesejahteraan sosial umatnya (Studi kasus di Vihara Vadjra Bodhi Manggala Desa Kutuk, Kecamatan Undaan, Kabupaten Kudus) [Tesis Doktoral, Fakultas Dakwah dan Komunikasi]. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/43639>
- Hadiwijono, H. (2010). *Agama Hindu dan Buddha*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hogg, M.A. and Vaughan, G.M. (2002) *Social Psychology. 3rd Edition*. London: Prentice Hall.
- Kartono, (2016). *Pemimpin dan Kepemimpinan: Apakah Kepemimpinan Abnormal itu*. Jakarta: Raja Grafindo
- Kriyantono. (2006). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Analisis data kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, L. J. (2008). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana. (2005). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks Permata Puri Media.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruben, B. D., & Stewart, L. P. (2013). *Komunikasi dan perilaku manusia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rini, D. (2016). Literasi media berbasis kearifan lokal pada masyarakat Bali. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(3), 402-423. <https://doi.org/10.25139/jsk.3i3.1538>
- Syukur, A. (2002). Fundamentalisme dalam agama Buddha (Suatu penelusuran awal). *Unisia*, 25(45), 174–181. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol25.iss45.art5>
- Tasunaung, N. N., Farid, M., & Bahfiarti, T. (2017). Perilaku komunikasi para pedagang lokal dalam berinteraksi dengan turis mancanegara di sepanjang pesisir Kuta Denpasar Bali. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 315–323. <https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5335>
- Tseölon, E. (1992). Self-presentation through appearance: A manipulative vs. a dramaturgical approach. *Symbolic Interaction*, 15(4), 501–514. <https://doi.org/10.1525/si.1992.15.4.501>
- Warsa, A. W., & Bahfiarti, T. (2014). Fenomenologi perilaku komunikasi suporter fanatik sepakbola dalam memberikan dukungan pada PSM Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–7. <https://doi.org/10.31947/kjik.v3i1.564>