



Pesan Dakwah dalam Sinetron Catatan Harian Aisyah di RCTI

Nur Fitriyani, Uwoh Saepuloh¹, Ahmad Agus Sulthonie²

¹Jurusan Menejemen Dakwah, UINSunanGunungDjati, Bandung

²JurusanKomunikasi dan Penyiaran Islam, UINSunanGunungDjati, Bandung

*Email : fitriyaniiii0738@gmail.com

ABSTRAK

Dakwah merupakan suatu kegiatan yang dapat di lakukan di mana saja, termasuk menggunakan sinetron yang didalamnya terdapat berbagai macam pesan dakwah salah satunya sinetron Catatan Harian Aisyah. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis mengambil tiga permasalahan yaitu Bagaimana stuktur makro, superstruktur, dan stuktur mikro pada sinetron *Catatan Harian Aisyah* pada episode 8 januari 2018. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian analisis wacana yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk dalam sinetron *Catatan Harian Aisyah* pada tanggal 8 Januari 2018 Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah penulis banyak menemukan pesan dakwah dalam sinetron *Catatan Harian Aisyah* pada tanggal 8 Januari 2018, terutama yang berkenaan dengan sabar, dan ikhlasan dalam menjalankan segala cobaan yang dialami serta pesan dakwah mengenai ketaatan akan perintah Allah yang tidak peduli orang lain ingin berkata apa, tetapi ia tetap berpengan teguh kepada keyakinannya dalam menjalankan segala perintah Allah. Dalam penelitian ini banyak ditemukan berbagai kalimat koherensi, gaya bahasa, kata ganti yang mana memperjelas pesan apa yang ingin disampaikan dalam sinetron Catatan Harian Aisyah.

Kata Kunci : Pesan Dakwah; Sinetron ; Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

ABSTRACT

Da'wah is an activity that can be done anywhere, including using soap operas in which there are various kinds of da'wah messages, one of which is Aisyah's Daily Record soap opera. Therefore, in this study the authors took three problems, namely how to structure macro, structure, and micro structure in Aisyah Daily Record soap opera on episode 8 January 2018. in this study the author uses a qualitative approach to discourse analysis research method developed by Teun A. Van Checked in Aisyah's Daily Record soap opera on January 8,

2018 The results obtained in this study are that many writers found the message of da'wah of Aisyah's Diary on January 8, 2018, especially those who are patient, and sincere in carrying out all the trials and messages of da'wah concerning obedience to God's commands that do not care what other people want to say, but he still steadfastly adheres to his faith in carrying out all the commandments of God. In this research, there are many sentences of coherence, language style, pronouns which clarify the message what you want to convey in Aisyah's Daily Record soap opera.

Keywords: *Message of Da'wah; Soap operas; Discourse Analysis of Teun A. Van Dijk*

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan suatu kegiatan yang sudah ada sejak dulu, yaitu sejak diturunkannya tugas dan fungsi yang harus dipikul oleh manusia selama hidupnya (AS. Enjang dkk, 2009: 1). Oleh sebab itu, kata dakwah sudah tidak asing lagi bagi telinga manusia. Fungsi dari kegiatan dakwah sendiri yaitu untuk mengajak umat manusia kejalan yang di ridhoi oleh Allah (Basit, 2013: 45).

Pada jaman dahulu, dakwah dikenal sebagai kegiatan yang membosankan khususnya untuk para remaja yang mana tidak lepas kaitannya dengan mimbar, mesjid dan lain sebagainya. Namun dengan beriringnya waktu, kegiatan dakwah semakin lama semakin memberikan suatu perubahan yang signifikan dari mulai jumlah pengikut, metode dan media yang digunakan pun tidak sebatas mimbar semata. Hal ini tidak lepas dari perkembangan jaman yang saat ini telah memasuki jaman era teknologi informasi, sehingga dalam proses berdakwah pun dapat menggunakan media yang lebih efisien dan mudah.

Untuk menanggapi jaman dengan era teknologi tersebut berdakwah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada bukanlah hal yang dapat di pandang sebelah mata, terlebih dengan memanfaatkan suatu teknologi yang ada, penyampaian dakwah dapat lebih cepat, menyeluruh dan tepat sasaran. Media masa yang banyak digunakan pada saat ini yaitu surat kabar, radio, televisi, internet dan lain sebagainya. Kelebihan berdakwah menggunakan media massa yaitu dapat mencakup lebih banyak khalayak (*mad'u*) serta pesan terkandung didalamnya dapat di terima dengan baik.

Televisi merupakan pilihan yang sangat tepat dari sekian banyak media massa yang dapat dijadikan sebagai media dalam berdakwah. Karena televisi merupakan media massa yang sangat unik, dapat di lihat dari karakteristik yang di miliki yaitu bersifat: *Pertama pervasive*, yaitu menyebar dan hampir dimiliki oleh seluruh masyarakat. *Kedua assesible*, yaitu dapat di akses tanpa memerlukan kemampuan literasi atau keahlian lain. *Ketiga Coherent*, yaitu memperesentasikan pesan dengan dasar yang sama tentang masyarakat melintasi program dan waktu (Rahman, 2015: 3). Terlebih lagi televisi memiliki banyak sekali program yang dapat dijadikan media dalam dakwah seperti Islam Itu Indah yang dapat menyedot banyak ketertarikan dari para ibu-ibu. Namun program tersebut hanya

menyedot perhatian orang tua saja lantas untuk menyedot perhatian dari para remaja para pendakwah dapat menggunakan sinetron sebagai media dalam berdakwah. Sinetron yang mana sudah kita ketahui program sinetron merupakan program yang sangat di minati oleh khalayak khususnya remaja dan para ibu rumah tangga.

Sinetron adalah suatu kepanjangan dari sinema elektreonik yang di dalamnya menggandung unsur suara dan gambar, sehingga tidak heran tontonan televisi dapat membuat suatu perubahan kepada khalayak. Sama halnya dengan tujuan dalam berdakwah (Kuswadi, 1992: 131). Oleh karna itu tidak salah jika berdakwah menggunakan media massa televisi.

Pembuatan sinetron merupakan seni dengan bentuk audiovisual cerita yang baik. Yang mana sebuah cerita yang baik akan menguasai imajinasi khalayak dan membawa khalayak ke dalam sebuah perjalanan, melewati emosi, tempat, fakta, dan realitas. Sebuah cerita yang baik akan membuka mata kita akan ide-ide baru dan menantang. Dalam berdakwah penggunaan sinetron teks skenario adalah salah satu komponen inti dalam berdakwah menggunakan sinetron karena isi dari cerita tersebut tidak mengandung kebaikan maka sinetron tersebut tidak dapat didapatkan sebagai sinetron dakwah begitu pun kebalikannya.

Saat ini banyak sekali dari saluran televisi yang menayangkan sinetron-sinetron anak remaja namun dengan adegan-adegan yang kurang baik seperti sinetron yang didalamnya banyak perkelahian fisik, geng motor, percintaan dan lain-lain. sehingga di kehidupan nyata banyak para remaja yang mengikuti hal tersebut dan membuat para orang dewasa menjadi resah akan hal itu. Namun dalam sinetron yang banyak mengandung unsur kurang baik itu sebenarnya memiliki banyak pesan dakwah yang dapat di ambil, tergantung dari sudut pandang orang yang menontonnya. Ada pula sebagian orang yang kurang baik dalam mengamati suatu adegan sehingga membuat persepsi mereka akan sinetron memiliki unsur-unsur yang kurang baik padahal tidak begitu adanya.

Namun pada tahun 2018 ini muncul Sinetron yang di dalamnya memiliki nilai-nilai kebaikan salah satunya sinetron Catatan Harian Aisyah merupakan salah satu sinetron yang didalamnya terkandung banyak kebaikan (pesan dakwah), sinetron ini menceritakan sosok permouan remaja yang memiliki nilai-nilai baik dalam kehidupan kesehariannya dia sangat patuh dan hormat kepada orang tua dan gurunya. Yang mana dapat mempengaruhi khalayak khususnya anak remaja dalam berperilaku yang baik pada kehidupan kesehariannya, bagaimana cara berperilaku baik kepada kedua orang tua dan guru serta menyayangi teman-temannya. Sehingga tidak heran bahwa sinetron ini termasuk salah satu sinetron dengan ranting pada tertinggi di saluran RCTI pada bulan Januari. Pada pertama penayangan sinetron sudah mendapatkan ranting pertama mengalahkan sinetron yang berjudul *Dunia Terbalik* yang sudah cukup

lama tayang di RCTI dan masuk pada peringkat lima besar untuk kategori seluruh saluran televisi yang ada di Indonesia pada bulan Januari. Dan ada lagi yang membuat menarik dari sinetron ini yaitu adanya segmen yang mana pada di akhir setiap peristiwa yang di alami oleh tokoh utama (Aisyah) selalu dijadikan sebuah cerita oleh Aisyah dengan diberikan sedikit hadis bersangkutan untuk memperkuat gagasannya yang seakan memberikan suatu kesimpulan akan peristiwa tersebut.

Maka dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah: bagaimana struktur makro pada sinetron Catatan Harian Aisyah?, Bagaimana struktur supermakro pada sinetron Catatan Harian Aisyah?, bagaimana struktur mikro pada sinetron Catatan Harian Aisyah?

Karena penelitian ini berpaku kepada pesan dakwah yang ada di dalamnya maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian analisis wacana model Teun Van Dijk yang mana berpaku kepada teks scenario yang di buat di tambah dari hasil wawancara, dan observari kepada Pimpinan Produksi yang mengatus seluruh berjalannya shutingselama pembuatan sinetron Catatan Harian Aisyah.

LANDASAN TEORITIS

Islam merupakan *Rahmatan lil 'alamin* agama yang didalamnya berisi petunjuk-petunjuk agar menjadi manusia yang lebih baik, beradab dan berkualitas. Dan selalu berbuat baik kepada sesama makhluk lainnya, sehingga dapat menimbulkan kehidupan yang lebih maju, adil dan bebas dari ancaman, penindasan dan berbagai kekhawatiran. Arti kata dakwah sendiri berasal dari bahasa arab yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. (Munir, 2006: 17). Sedangkan dakwah ditinjau dari segi terminologi pengertian dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan tersebut, yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat. (Saputra, 2012: 1).

Begitupun dengan yang dikatakan oleh Abdul Rosya dakwah adalah proses penyelegaraan suatu usaha mengajak orang beriman dan mentaati Allah, *amar*, *ma'ruf*, perbaikan dan pembangunan masyarakat dan *nabi munkar* yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang di ridhoi Allah.

Dakwah sendiri memiliki beberapa unsur yang satu sama lain saling bersangkutan (Enjang, 2009: 70), yaitu : *Da'i* (subjek Dakwah), *Maudu'* (Pesan Dakwah), *Uslub* (Metode Dakwah), *Wasilah al-Dakwah* (Media Dakwah), *Mad'u* (Objek Dakwah), dan Tujuan Dakwah. Penelitian ini bertuju kepada salah satu unsur dakwah yaitu *maudu'* (Pesan Dakwah).

Pesan dakwah sendiri terbagi menadi tiga kategori *pertama* Akidah Islam, yaitu *Tauhidullah* yang esensinya di bagi mejadi dua yaitu *Ulubiyah*, yakni

keyakinan kepada Allah yang Esa yang harus di percaya tanpa ada sekutu. Dan *rububiyah* yakni keyakinan kepada Allah bahwa Dia Sang Pencipta, Pemilik, Penguasa serta Pemimpin Alam Semesta (Sukayat, 2009: 32). *Kedua* syariah, Secara bahasa (etimologi) kata syari'ah berasal dari bahasa Arab yang berarti peraturan atau undang-undang, yaitu peraturan-peraturan tingkah laku yang mengikat, harus dipatuhi dan dilaksanakan sebagaimana mestinya. *Ketiga* akhlak, Secara etimologis, kata *Akhlak* berasal dari bahasa Arab, jamak dari "*kebuluqun*" yang berarti budi pekerti, perangai dan tingkah laku atau tabiat. Adapun akhlak secara terminologi, menurut Ibn Miskawih akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa memerlukan pertimbangan (Sukayat, 2009: 33).

Pesan dakwah terdapat di aman saja contohnya dengan menggunakan media dakwah sinetron yang di dalamnya ada suatu adegan pan pasti di dalamnya terdapat pesan dakwah baik yang tertulis maupun tersirat. Dalam buku produksi Acara Televisi, sinetron merupakan sekumpulan konflik-konflik yang disusun menjadi suatu bangunan cerita, dengan demikian diciptakan suatu unsur-unsur dramatik yang dibangun melalui rangkaian pembuatan yang dapat menimbulkan suatu kisah kejadian (Munir, 2016: 29). Yang memiliki arti hampir sama dengan film, namun pada dasarnya sinetron merupakan suatu bentuk modernisme dari dongeng yang disajikan dengan cara yang unik untuk meningkatkan minat masyarakat. Sinetron merupakan suatu media yang pesat perkembangannya di tambah lagi sinetron memiliki tujuan yang baik salah yaitu sebagai pendidik dan penghibur. Yang memiliki tujuan yang sama dengan dakwah, sama-sama sebagai media yang pendidik untuk menuju ke arah yang lebih baik. Di dalam pembuatan sinetron tentunya memiliki beberapa unsur yaitu, produser, sutradara, naskah atau sripe, artis, engineering, da make up (wahyudi, 1992: 10).

Dalam penelitian metode kualitatif memiliki beberapa bentuk pengumpulan data seperti wawancara, deskripsi observasi, serta analisis dokumen dan juga artefak lainnya. Dalam pemakaian data yang diambil tetap mempertahankan keasliannya. Hal ini dilakukan karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena dari sudut pandang partisipan, konteks sosial dan institusional. Sehingga pendekatan kualitatif pada umumnya bersifat induktif. menurut Alex Sobur Didalam bukunya wacana merupakan suatu rangkaian ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal (subjek) yang disajikan secara teratur, sistematis, dalam satu kesatuan yang koheren, dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa (Sobur, 2015:11). Dalam penelitian kualitatif ini peneliti menggunakan teori model analisis wacana yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk. Dalam analisis wacana yang diterangkan oleh Teun Van Dijk mempunyai tiga elemen, yaitu teks, kognisi dan konteks Sosial. Dalam teks yang dipelajari adalah bagaiman struktur

teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Kognisi sosial mempelajari proses produksi teks berita atau wacana yang melibatkan kognisi individu dari seorang wartawan atau pembuat acara. Sedangkan konteks sosial mempelajari tentang bagaimana bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat. Ketiga dimensi ini tidak berdiri sendiri, melainkan satu sistem dan satu kesatuan dalam analisis (Eriyanto, 2008: 234).

Namun dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil komponen teksnya saja, Teun A. Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Bagian-bagian tersebut yaitu: *Pertama* Struktur Makro, merupakan suatu makna global/umum dari suatu teks yang dipahami dengan melihat suatu topik dalam suatu teks. Tema wacana ini bukan sekedar isi, tetapi juga isi tertentu dari suatu peristiwa. *Kedua* Superstruktur, merupakan kerangka suatu teks, bagaimana struktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh. *Ketiga* Struktur Mikro, merupakan makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase yang dipakai dan sebagainya (Eriyanto, 2008; 227). Di bawah ini adalah table struktur dari elemen teks Teun Van Dijk:

Struktur wacana	Hal yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik Tema/ topik yang dikedepankan dalam sinetron Catatan harian Aisyah	Topik
Super Struktur	Skematik Bagaimana bagian dan urutan sinetron dikemas dalam teks/ naskah yang utuh	Skema
Struktur Mikro	Semantik Makna yang ingin ditekankan dalam sinetron Catatan Harian Aisyah	Latar, detail, Maksud, Praanggapan, Nominalisasi
	Sintaksis Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih	Bentuk Kalimat, Koherensi, Kata Ganti
	Stilistik	Leksikon

**Bagaimana pilihan kata yang dipakai
dalam sinetron Catatan Harian Aisyah**

Retoris

**Bagaimana dan dengan cara apa
penekanan dilakukan**

**Grafis, Metafora,
ekspresi**

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Salah satu Studio Televisi yang ada di Indonesia yaitu MNC Group yang di dalamnya terdapat MNC Pictures yang merupakan salah satu production house milik MNC Group. MNC Pictures adalah *Production House* yang merupakan bagian group Media Nusantara Citra, sebuah group media yang besar di Indonesia. Dimana didalamnya tergabung RCTI, MNCTV, GlobalTV, SINDO TV, Indovision, Okezone, Harian Seputar Indonesia, Majalah SINDO, *Tabloid* Genie, MNC Network, dan puluhan stasiun radio lainnya yang tersebar di seluruh Indonesia. Sinetron catatan Harian Aisyah di tayangkan di chanel Saluran RCTI.

Sinetron Catatan Harian Aisyah merupakan Sinetron yang di garap oleh Produksi House Pictures dan mulai tayang setiap harinya pada pukul 17:45-18:45 WIB pada tanggal 8 Januari 2018-4 Mater 2018 sebanyak 66 episode dengan pimpinan produksi yang bernama Sholahuddin Al Ayyubi (Elbi). Sinetron ini berbeda dengan sinetron pada umumnya karena sinetron ini tidak hanya memberikkan tonton bagi masyarakat tetapi juga memberikan sebuah tuntunan khususnya bagi anak remaja.

Semenjak berdirinya Pesantren Nurul Haramain Putri ini juga, Tuan Guru Haji Hasanain Juaini, MH. mulai mendalami isu pluralisme dan gender, yang berpengaruh pada program-program yang diterapkan di dalam lingkungan pesantren putri tersebut. Gagasan-gagasan mengenai pemberdayaan perempuan yang beliau realisasikan di dalam pesantren ini membuat beliau dikenal oleh khalayak masyarakat dan mengundang perhatian pihak-pihak pemerintah meupun swasta. Disamping itu juga menarik perhatian LSM yang ada pada tingkat lokal maupun nasional bahkan internasional, sehingga pada tahun 2003 silam, beliau dianugrahkan lencana Ashoka Internasional dari Amerika Serikat.

Semenjak berdirinya Pesantren Nurul Haramain Putri ini juga, Tuan Guru Haji Hasanain Juaini, MH. mulai mendalami isu pluralisme dan gender, yang berpengaruh pada program-program yang diterapkan di dalam lingkungan pesantren putri tersebut. Gagasan-gagasan mengenai pemberdayaan perempuan yang beliau realisasikan di dalam pesantren ini membuat beliau dikenal oleh

khalayak masyarakat dan mengundang perhatian pihak-pihak pemerintah meupun swasta. Disamping itu juga menarik perhatian LSM yang ada pada tingkat lokal maupun nasional bahkan internasional, sehingga pada tahun 2003 silam, beliau dianugerahkan *lencana Ashoka Internastional* dari Amerika Serikat.

Dalam pembuatan sinetron menurutnya memiliki tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Dari namanya sudah bisa diketahui pra-produksi merupakan tahapan ini dilakukan sebelum dilakukannya produksi atau shooting, pada tahapan ini semua persiapan seperti skrip, penentuan pemeran, lokasi shooting, angel kamera dan lain sebagainya sudah ditentukan. Berbeda dengan pembuatan skenario untuk film layar lebar, skenario di dalam pembuatan sinetron bersipat berkelanjutan yang mana setiap harinya penulis skenario akan menulis cerita sesuai dengan jam tayang yang ditayangkan di televis. Dalam melakukan proses persiapan *shooting* tim membutuhkan waktu sekitar 3-4 bulan Agustus lamanya.

Tahapan yang kedua yaitu produksi yang mana di sini tim produksi sudah mulai untuk melakukan *shooting* dari pagi hingga malam begitu setiap harinya. Dan yang ketiga yaitu tahapan pasca produksi yang dilakukan sesudah *shooting* terjadi yaitu dilakukanya evaluasi. Berikut data orang orang yang terlibat dalam Sinetron Catatan Harian Aisyah:

Sumber: Dokumen MNC pictures

Unit produksi

Peran Utama

Tissa Biani, Bio One, Umay, Shahab, M. Irsyadillah, Junior, Roberts, Adinda, Putri, Devin, Putra, Sarah Tuffahati, Ajil Ditto, Nicole Parham , Vanessa Kamga, Hikmal Abrar, Oka Sugawa, Shandy Syarief , Shierly, Margareta , Melanie Ahmad, Dame Melati, Jesslyn , Aurel

Tim Produksin

Sholahuddin Al Ayyubi, Syarief, Iwa Sukmawansyah, Jimmy, Bens Silaen, Rommy Nelwan, Yessaya Hanung, Bakti Adhitama, Windi, Dewi Pramita, Endah Ciptaning Rahayu, Tyas H. P, Tiya Sirhan, Yani, Antoni, Wandri Kurniawan, Filriady Kusmara, Hengki Irawan, Hadrah Daeng Ratu, Julham Efendy.

Struktur Makro di dalam Sinetron Catatan Harian Aisyah.

Berdasarkan data yang diterima dan wawancara dengan pimpinan produksi sinetron Catatan Harian Aisyah terdapat struktur makro yang membahas tentang tema utam. Adapun tema utama pada sinetron Catatan Harian Aisyah episode pertama yaitu:

Pertama, Tentang Ketaatan Kepada Perintah Allah. Sinetron ini, menggambarkan fakta tentang mengenai Aisyah yang Ketaatan kepada Allah, Salah satu ketaatannya dapat terlihat pada saat ia ditanya mengapa pakaiannya seperti itu oleh bu Tutik dan Aisyah menjawab karna memakai kerudung ini adalah perintah dari Allah dan tujuannya baik agar kedua orangtuanya di sayang oleh Allah. Sebagaimana kita ketahui ketaatan kepada Allah merupakan salah satu tingkatan yang pertama dalam Islam. Yang menurut etimologi adalah sebuah ikatan, sangkutan. Karena ia mengikat dan menjadi sangkutan atau gantungan segala sesuatu. Secara terminologi berarti cred, creed, keyakinan hidup, iman dalam arti khas, yakni peg-ikra-an yang bertolak dalam hati. Munir dalam bukunya Menejemen Dakwah mengatakan, akidah merupakan keyakinan kepada Allah bahwa dia itu maha pencipta dan pemimpin, yang harus kita yakini keadaan dan menaati setiap perintahnya serta menjauhi larangannya, adapun pesan dakwah tentang ketaatan kepada Allah (Munir, 2006: 30).

Dalam sinetron Catatan Harian Aisyah memperlihatkan contoh dalam menaati perintahnya salah satunya yaitu solat dhuha. Sholat sunnah adalah sholat apabila dikerjakan mendapatkan pahala dan apabila ditinggalkan tidak mendapatkan dosa. Solat sudah yang sangat dianjurkan untuk di lakukan karna memiliki berbagai macam keutamaa seperti dipermudah segala urusannya, dipermudah rizkinya, dibukakan pintu surga dan masih banyak lagi. Bahkan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Turmudzi, orang yang mengerjakan sholat dhuha akan di ampuni dosanya meskipun itu sebanyak buih busa di lautan.

Kedua Tentang Kesabaran dan Keiklasan, Sinetron ini, menggambarkan tentang kesabaran dan keiklasan seorang Aisyah yang terus menerus mendapatkan kritikan dari teman-teman kelasnya karena menggunakan pakaian yang sangat berbeda dengan yang lainnya (berpakaian *syar'i*). Kesabaran yang ditunjukkan oleh Aisyah terlihat saat ia mengetahui siapa yang membuat melempar botol hingga ia terjatuh, ia malah tersenyum dan memaafkannya. Katergori kesabaran dan ke iklasan masuk dalam wilayah pesan dakwah tentang akhlak pengertian dari akhlak sendiri yaitu suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorong untuk melakukan perbuatan tanpa memerlukan pertimbangan (Sukayat; 2009: 33).

Suatu kali saya mendapat kritik yang sangat pedas. Mereka bilang, “katanya Islam mengajarkan kehidupan itu ibarat air. Dan ajaran Islam juga sangat tergantung pada air. Sekarang air kita bermasalah, kalian (pesantren) kok tidak

ada yang bergerak. Kalian masih asyik berdiri di menara gading. Yang bergerak malah orang-orang non-muslim”, dari situlah saya tersentak.

Super Struktur dalam Sinetron Catatan Harian Aisyah

Superstruktur pada sinetron Catatan Harian Aisyah pada episode pertama yaitu: *Pertama* Summary (lead) Sesesuai dengan judul sinetronnya *lead* yang ditampilkan yaitu suasana pagi di teras rumah Aisyah yang sedang berkumpul dengan ummi, abi dan adiknya. hedak memulai aktifitas barunya di Jakarta. Hal ini merupakan pengenalan tokoh utama pada scene awal, untuk menunjukkan bahwa sinetron Catatan Harian Aisyah merupakan sinetron yang menceritakan kehidupan Aisyah di Jakarta. Summary ini ingin menunjukkan keseharian Aisyah yang bertuju kepada judul dari Sinetron itu sendiri. Mungkin jika judul yang di ambil adalah aku anak yang terbuang bukan summury keadaan keluarga yang di tampilkan tapi keadaan tokoh utama yang sedang bersedih. Mengapa demikian karena Seperti yang di katakan Eriyanto dalam bukunya Setiap teks umumnya memiliki skemanya atau alurnya masing-masing. Alur tersebut memberikan suatu pentunjuk bagian-bagian dalam teks yang dapat diurutkan sehingga berbentuk suatu wacana, seperti percakapan sehari-hari yang diawali dengan salam perkenalan, isi pembicaraan dan yang terakhir penutup salam (Eriyanto, 2008: 232).

Kedua Story Setelah adanya pedahuluan di atas, dilanjut dengan kedatangan Aisyah disekolah barunya dan dia kebingungan untuk mencari tempat parkir sepedanya, karena memang tidak ada satupun yang menggunakan sepeda di sekolah. Aisyah langsung pergi ke ruang guru dan bertemu dengan bu Tutik selaku guru di sekolah SMU Kebangsaan yang heran dengan pakaian Aisyah yang sangat agamis, Bu Tutik pun membawanya kedalam kelas. Berlanjut dengan pegengenalan Aisyah di depan kelas, saat perkenalan selesai tampak geng The hitz mencibirnya dengan menyebutnya *cupay* namun Aisah tetap sabar, hanya Tika, Ridho, dan Ule yang menepuk tangannya. Dari sinilah Aisyah berteman baik dengan Tika, Ridho, dan Ule. Dari episode 1- 5 sinetron ini sudah menceritakan kepriabdian dari setiap tokoh utama yang dimainkan. Sesuai dengan pengertian dai story tersebut yang menunjukkan secara keseluruhan dari sinetron tersebut (Eriyanto, 2008: 233).

Struktur Mikro dalam Sinetron Catatan Harian Aisyah

Struktur Mikro pada sinetron Catatan Harian Aisyah pada episode pertama terbagi kepada beberapa macam yaitu: *Pertama*, Latar pada episode pertama terletak pada scene di mana memperhatikan sosok Aisyah yang baik hati dan selalu mengingat Allah dan mengucapkan kalimat-kalimat baik pada saat ia

terkena musibah. Karena latar merupakan sesuatu yang ingin ditunjukkan oleh si penulis di dalam cerita tersebut yang mana dapat mempengaruhi semantik (arti) yang ingin ditampilkan (Eriyanto, 2008: 236).

Kedua, Detail pada episode pertama ada pada scene pertama dimana penulis menjelaskan dengan detail melalui sebuah dialog

Scene 01. EXT. JALANAN RAYA – SIANG

*Jalan raya kota Jakarta. Terlihat lalu lintas yang lumayan padat hingga kita melihat jalan kecil yang tidak ramai. Dari jauh kita melihat sosok Aisyah yang sedang mengayuh sepeda yang depannya ada keranjangnya. Dia terlihat tersenyum dan sangat bersemangat. Seragam sekolah yang dia kenakan putih, rok hijau panjang dan lebar serta jilbab syari yang menutupi dada dan belakangnya. Aisyah terus mengayuh hingga sebuah mobil mewah melwatinya dengan kencang dan terlihat sebuah tangan, melempar sisa botol mineral ke luar mobil. PRAK!!!
Mengenai Aisyah. Sepedanya oleng.*

AISYAH Astagfirullahalazhim....Aisyah tidak bisa mengendalikan sepedanya yang oleng karena kepalanya terkena lemparan botol air mineral tadi.

AISYAH (panik karena sepeda jadi oleng) Ya Allah..ya Allah...ya Allah.. Mobil yang membuang sudah melaju dengan kencang. Aisyah tidak sempat melihat mobil tersebut. Aisyah jatuh dari sepedanya, pas mengenai tanah yang agak basah dan sebagian jilbabnya kotor.

AISYAH (bingung) ya Allah ... bagaimana ini.

Ketiga, Maskud pada episode pertama ini penulis skenario ingin memberi tahu penonton bahwa dalam kesulitan apapun kita selama kita masih mengingat Allah di hati kita Allah akan selalu menolong dan membantu hambanya yang kesulitan

Keempat, Koherensi adalah adalah jalinan antara kata, kalimat dalam teks, yang mana dua kalimat menunjukkan fakta yang berbeda atau mengandung makna sebab-akibat, adapun pada sinetron Catatan Harian Aisyah kalimat koherensi terdapat pada:

Scene 11

Aisyah : Belum selesai dijabat sama umma saya dan maaf untuk hijab saya yang agak kotor ini karena tadi saya jatuh dari sepeda.

Scene 12

Ule : Bidadari surga sih bidadari surga tapi papan tulis di depan, bahlul ente!!

Scene 15

Ule : Allahuakbar ... allahuakbar !! ane salut, di istirahat jam pertama begini paling enak tuh ye ngenyangin perut tapi yang satu ini, subhanalloh malah mikirin akhirat, bener-bener bidadari surga.

Scene 21

Aisyah : Iyah, tadi ternyata musolabnya di kunci, jadi saya sholat dhuba di kelas aja

Scene 24

Aisyah : Alhamdulillah, terimakasih tik, tapi saya teh bawa sepeda

Pembantu : Maaf non saya udah berusaha buat kasih obat dan makanan yang halus-halus tepat waktu, tapi ibu sering bilang nanti aja belum lapar

Dewi : Ngak apa-apa emmm. Tapi malam ini aku pemfome ya sama tim aku

Frengki : Oke, tapi awas kalo sampe meleset, kalau gitu pulangnyaku jemput

Scene 25

Aisyah : Dan hari ini perkenalan baru untuk langkah yang baru dalam hidupku. Bisa aja aku balik badan dan pergi menjauh tapi aku malah bertanya, semalah itukah badan dan jiwa diberikan Allah kepadaku? Tidak!! Karena Allah akan selalu menjagaku aku akan terus berlari kedepan setiap doa heningku saat bersujud, aku percaya dilagit sana menggema dan didengar oleh Allah. Ya rob segalanya, rab penuntun takdirku, Insyallah

Scene 29

Abi : Jangan suuzon akan apapun. Insayallah anak kita tidak ada apa-apa dan tugas kita mendoakan agar mereka selalu dalam lindungan Allah SWT..

Scene 30

Bagas : Rafa kamu semalam pulang jam berapa? Tiap hari kamu selalu pulang malam, kamu jangan bikin papa khawatir terus ya, dengan kelakuan kamu yang seperti ini.

Scene 31

Aisyah : Assalamualaikumwarohmatullaiwabarootu pake satpam, pake satpam (melihat ke jam tangannya) ini belum jam masuk sekolah kok tapi kenapa gerbangnya sudah ditutup ya (memanggil lagi) pa satpam..pake satpam..

Aisyah : Iya ini sepeda saya..kenapa atuh dan enggak busuk kok sepedanya.

Scene 38

Aisyah : Alhamdulillahirobbilalamin, sekali lagi makasih ya do, tapi saya teh tadi bingung pisan.

Dari hasil analisis yang dilakukan scene hampir setiap scene 11, 12, 15, 21, 24, 25, 29, 30, 31, dan 38 memiliki kalimat koherensi, kebanyakan kata sambung yang dipakai yaitu dan, tapi, jadi, dengan. Dengan menggunakan kata sambung, kalimat yang memiliki makna berbeda dapat menjadi seakan berhubungan.

Kelima, Betuk kalimat merupakan bentuk sintaksis yang berhubungan dengan prinsip kualitas. Pada sinetron Catatan Harian Aisyah episode pertama dapat dilihat diataraya:

Scene 11 bentuk kalimat yang ada pada scene ini, yaitu induktif

BU GURU TUTIK

Emang Pakaian kamu harus kaya gitu?

(Bu guru tutik seperti melihat aneh ke Aisyah dengan ekspresi wajah dan matanya)

AISYAH

kenapa atuh bu pakaian saya? (terseyum) namanya perintah dan tujuannya baik.. ya, saya kerjakan bu.. biar Abi dan Umma saya juga disayang sama Allah.. lagipula, syarat mati itu kan tidak harus tua bu? Dan saya juga gak mau, nantinya kain kafan menjadi penutup aurat saya yang pertama sekaligus untuk yang terakhir kalinya.

GLEK!! Langsung bu BU GURU TUTIK minder sendiri. Dia menurunkan sedikit rokoknya. Aisyah senyum manis. BU GURU TUTI mencoba senyum.

Scene 25 bentuk kalimat yang ada pada scene ini yaitu Induktif

AISYAH

setiap perjalanan, tidak ada yang mudah..Abi dan Umma selalu bilangpadaku, orang orang hebat pasti melewati cobaan-cobaan yang dasyat..asal selalu menyertakan Allah dalam setiap bembusan nafasnya, InsaALLah cobaan itu bisa dilalui. Dan Hari ini, perkenalan baru untuk langkah yang baru dalam hidupku. Bisa saja aku balik badan dan pergi menjauh.. tapi aku malah bertanya, semalah itukah badan dan jiwa diberikan Allah untukku? Tidak!!Karena Allah akan selalu menjagaku,

aku akan terus berlari kedepan...Setiap doa beningku saat bersujud, aku percaya...di langit sana menggema dan didengar oleh Allah...ya rab segalanya, Rab penuntun takdirku...InsaAllah..

Keenam, kata ganti Teun A. Van Dijk mengatakan kata ganti merupakan kata yang di pakai penulis skenario untuk menunjukkan dimana seseorang ditempatkan pada teks/ wacana yang digunakan sesuai kondisi yang ada.

Scene 02

Chiko : Sekali lagi lo buang sampah keluar mobil, dapat payung lo fa!

Scene 07

Ridho : gara- gara gue? perasaan gue enggak ngapa ngapain tadi.

Scene 08

Aisyah : Saya anak baru, seragam saya belum jadi.

Satpam : Yakin kamu anak baru, ko anak sepeda?

Scene 11

Aisyah : Kalau menurut abi saya, pak Bagas itu teman lama abi saya

Scene 12

Chelse :Iya, ~~huzzzz~~~~huzzzz~~ cus jawab-jawab dari bebsky Rafa lo!! Cupay! cupu alay!

Udikpun ! bau !

Scene 13

Ule : *Emangnya ente-ente sudah ketemu sebelumnya?*

Scene 23

Chelse : *Besky raf! Anterin aku balik*

Rafa : *Chel, lo kan bawa mobil sendiri? Ngapainn minta anterin juga*

Scene 24

Aisyah : *Alhamdulillah terimakasih tik, tapi aku teh bawa sepeda*

Ule : *Sepeda lo warna apa Sha ?*

Tika : *Ini bokap gue udah jemput, bareng aja.*

Pembantu: *Maaf non, Maaf non saya udah berusaha buat kasih obat dan makanan yang halus-halus tepat waktu, tapi ibu sering bilang nanti aja belum lapar*

Tika : *Bu, ibu, ibu harusnya bertahan tika telpon ayah dulu ya, ibu harus kuat*

Dewi : *Ehmm, iya sayang aku mau*

Scene 25

Airin : *Teh abi sudah selesai memperbaiki sepeda teteh, di lihat atuh*

Scene 26

Rafa : *Rafa akan dirumah juga malam ini kalau mama dan papa juga di rumah malam ini, gimana?*

Rafa : *Andai aja mamah papa seperhatian ini bi, makasih ya, nanti enggak usah ditunggu aku bawa kunci kok.*

Scene 29

Umma : *Abi kenapa umma tidak tenang ya sejak melihat sepeda Aisyah seperti itu, jangan-jangan ,,*

Kata ganti yang di pakai dalam sinetron Catatan Harian Aisyah episode pertama yaitu *lo, gue, saya, kamu, pah, mah, abi, ummi, bi, non* yang disesuaikan dengan karakter pemain masing-masing dan bahasa yang sesuai dengan latar tempat.

Ketujuh, leksikon merupakan sebuah pemilihan kata yang digunakan dalam skenario sinetron Catatan Harian Aisyah, adapun kata yang di dipilih dalam sinetron yaitu:

Scene 02 Rafa : *Tajir kaya kita bebas mau ngelakuin apa aja!!*

Scene 04 Aisyah : *mobilnya sekeren itu kenapa buang sampah sembarangan ya..Astafirullahalazhim...(menghelanapas panjang) Ya Allah, semoga engkau bukakan pikiran mereka dan sadar agar jangan membuang sampah sembarangan lagi...*

Scene 08 satpam: *Malah bengong, ayo cepat masuk! sudah bel masuk*

Scene 11 Aisyah : *Belum selesai dijait sama umma saya dan maaf untuk hijab saya yang agak kotor ini karena saya tadi ath dari sepeda.*

Pada sinetron Catata Haria Aisyah penulis skenario lebih memilih kata yang lebih sesuai dengan lokasi shoting yang di pilih terlebih lagi leksikon yang di gunakan lebih ke bahasa keseharian.

Kedelapan, Grafis yaitu menampilkan bagian yang menonjol di dalam

sinetron yang dapat di lihat dari pengambilan gambar. Grafis yang terdapat pada sinetron Catatan Harian Aisyah, di antaranya :

Suasana depan sekolah pada *scene 08*

Pengambilan gambar bermaksud untuk menunjukkan suasana sekolah baru Aisyah yang mewah dan berkelas, hanya orang-orang tertentu yang dapat bersekolah di SMU kebangsaan.

Sepedah Aisyah yang tergantung diatas pohon pada *scene 24*

Pengambilan gambar *clouse up* yang di pakai pada sepeda, merupakan penanda Aisyah dan teman-temannya terkejut dengan keadaan sepeda sekaligus memberikan pandangan kepada penonton, ini merupakan awal dimana Aisyah akan menjadi target sasaran Rafa anak pemilik yayasan Sekolah SMU Kebangsaan.

Aisyah yang sedang menulis di blognya pada *scene 29*

Pengambilan gambar ini menunjukkan Aisyah adalah seorang yang suka menulis pengalaman hidup di blog pribadinya. Salah satu yang di ceritakannya adalah pengalaman pertama ia masuk sekolah dan memiliki berbagai hal yang terjadi.

Delapan, metafora merupakan suatu gaya bahasa yang di pakai dalam suatu kalimat, adapun scene yang memakai metafora sebagai berikut:

Scene 12

Ule : *Gile... bidadari surga, senyum ke ane do!* Pada scene 12 ini termasuk gaya bahasa inversi karena kalimat predikatnya berada di depan subjek kalimat. Ungkapan bidadari surga menandakan sosok Aisyah di mata Ule bagaikan bidadari yang ada di surga.

Scene 13

Ule : *Suara cacing di perut ane sudah kriyuk kriyuk cik cik boom nib!* scene 13 ini termasuk gaya bahasa pleonasme yaitu gaya bahasa yang menunjukkan akan kata-kata atau sepatah kata secara berlebihan dengan maksud menegaskan pesan yang ingin dia sampaikan.

Scene 24

Ule : *Itu mah buka hijab sya! tapi taplak meja.* Scene 24 ini termasuk gaya bahasa litotes yaitu gaya bahasa yang menyatakan sesuatu berbeda dengan kenyataannya, dengan cara mengecilkan atau menguraginya. Dengan maksud menyindir kepada Tika yang melepaskan hijabnya dan tidak mau memakainya lagi karena panas.

Scene 31

Rafa : *Lo ga di terima disini kuman!! Cabut lo! balik badan sana.* Scene 31 ini termasuk gaya bahasa serkasme yaitu gaya bahasa yang dibuat untuk

menyindir seseorang, sehingga orang tersebut sakit hati, Rafa mengeluarkan kata tersebut karena ia tidak menyukai penampilan Aisyah yang aneh ditambah ia telah membuat lecet mobil mewahnya.

Pada elemen metafora/ gaya bahasa didalam sinetron Catatan Haria Aisyah terdapat pada scene 12, 13, 24, dan 31, adapun gaya bahasa yang ada yaitu *serkasme, litotes, pleoanasmе, inversi*.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap teks skenario guna menemukan pesan dakwah apa saja yang ada disinetron Catatan Harian Aisyah, maka hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis menghasilkan simpulan sebagai berikut: *Pertama*, struktur makro/ tema yang terdapat dari skenario sinetron Catatan Harian Aisyah yaitu mengenai Ketaatan Kepada Perintah Allah, Kesabaran dan Keikhlasan. Yang sudah jelas tema tersebut masuk kedalam wilayah pesan dakwah Akidah dan Akhlak. Tema yang ada didalamnya merupakan suatu sipat yang harus di miliki oleh orang muslim apa lgi tentang prilaku ketaatannya kepada Allah.

Kedua, Superstruktur Sesuai dengan judul sinetronnya lead yang ditampilkan adalah suasana satu keluarga muslim yang mentaati ajaran Islam secara utuh dan sempurna. Lead tersebut menunjukkan bahwa sinetron Catatan Harian Aisyah merupakan suatu sinetron yang mengandung nilai-nilai dakwah. Pemilihan lead di dalam sinetron ini merupakan suatu pilihan yang sangat tepat karena sudah dipastikan dengan menayangkan lead tersebut memberikan tanda bahwasannya sinetron ini merupakan sinetron dakwah yang didalamnya banyak sekali yang dapat dijadikan contoh oleh para remaja dalam bertingkah laku kepada orang tua dan keluarganya.

Ketiga, Struktur Mikro Untuk menggambarkan lebih jelas pesan dakwah yang disampaikan di dalam sinetron Catatan Harian Aisyah, penulis skenario menggunakan kata-kata religi seperti Subhanallah, Alhamdulillah, Assalamualaikum, Astagfirlohhaladzim, umi, abi, bidadari surga dan masih banyak lagi. Sehingga dialog yang disampaikan semakin memperjelas penyampaian pesan dakwah dan memperjelas bahwa sinetron tersebut merupakan sinetron yang berbeda dengan yang lainnya.

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian penulis terhadap sinetron Catatan Harian Aisyah, penulis ingin memberikan saran, diantaranya : *Pertama*, Untuk produksi house MNC diharapkan dapat membuat sinetron-sinetron remaja yang didalamnya terdapat lebih banyak pesan dakwah untuk menjadi tuntutan para remaja saat ini. *Kedua*, Untuk para penggemar sinetron diharapkan tidak hanya menjadikan sinetron sebagai sebuah tontonan pegrhibur semata tetapi juga dapat melihat makna-makna yang terdapat pada adegan sinetron yang ditayangkan. Karena sinetron memiliki banyak sekali makna baik yang dapat di

tiru oleh para penggemar sinetron. *Ketiga* Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam pesan dakwah yang terdapat pada media dakwah sinetron ini, film, radio atau media elektronik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu Rahman, (2015). *Pesan dakwah Dalam Sinetron Tukang Bubur Naik haji*. Universitas syarif hidayatullah.
- Abdul Basit, (2013). *Filsafat Dakwah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Drs. Alex Sobur, M. Si, (2015). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Enjang AS, (2009). *Dasar -dasar Ilmu Dakwah Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Eriyanto, (2008). *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- H. Tata Sukayat, M. Ag, (2009). *Quatum Dakwah*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- JB. Wahyudi, (1992). *Teknologi Informatika dan Produksi Citra Bergerak*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Munir Wahyu Illahi, (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Toto Tasmara, (1997). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Wahidin Saputra, (2012). *Pengantar Ilmu Dawab*. Jakarta: Raja PT Graindo Persada.
- Wawan Kuswanadi, (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*.
- Wawan Kuswanadi, (1996). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.



Respon Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014 terhadap Dakwah Ustad Evie Effendi

Nida Aidah^{1*}, Tjetjep Fachruddin¹, Encep Taufik Rahman¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. UIN Sunan Gunung Djati Bandung

*Email : nidaaidah0@gmail.com

ABSTRAK

Dakwah merupakan usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga lebih menyeluruh dalam berbagai aspek. Oleh karena itu seorang *da'i* dituntut harus mampu membangkitkan minat *mad'u* agar mau mengikuti setiap kegiatan dakwahnya. Sebagaimana dakwah yang dilakukan ustad Evie effendi yang berhasil membangkitkan minat khususnya kalangan muda terhadap dakwah ustad Evie Effendi. Keunikan dakwah ustad Evie Effendi terletak pada metode, pesan dakwah dan cara penyampainnya yang mudah difahami. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perhatian, pemahaman dan penerimaan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2014 Terhadap Dakwah Ustad Evie Effendi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori SOR (*Stimulus, Organism, dan Respons*) diambil dari teori sosiologi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendi dalam buku "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi" (2003) yang bertujuan untuk mengetahui *stimulus* (materi pesan) yang disampaikan komunikan (*Da'i*) ditolak atau diterima. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan lalu komunikan mengerti, menerima dan terjadilah proses mengubah sikap. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan, meringankan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variable yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif yang dapat menghasilkan data yang akurat setelah melakukan perhitungan angka yang tepat. Hasil dari penelitian ini, perhatian mahasiswa terhadap dakwan ustad Evie Effendi mendapatkan respon yang baik dengan demikian mahasiswa selalu memperhatikan kegiatan dakwah Ustad Evie Effendi Pemahaman mahasiswa terhadap dakwah Ustad Evie Effendi dimulai dari segi materi dakwah dan pemahaman keagamaan yang

meningkat mendapatkan respon yang positif. Penerimaan mahasiswa terhadap dakwah Ustad Evie Effendi dari segi materi dakwah, mengamalkan apa yang telah disampaikan oleh Ustad Evie Effendi.

Kata Kunci : Dakwah, Respon, Evie Effendi

ABSTRACT

Da'wah is an effort to change the situation to a better and perfect situation, both for individuals and society. The embodiment of da'wah is not just an effort to increase religious understanding in behavior and outlook on life, but also more thoroughly in various aspects. Therefore a da'i is required to be able to arouse interest in mad'u so that he wants to participate in each of his preaching activities. As preaching carried out by Ustadz Evie Effendi who succeeded in arousing interest, especially among young people, towards the da'wah of ustad Evie Effendi. The uniqueness of Ustadz Evie Effendi's da'wah lies in the methods, da'wah messages and ways of conveying that are easily understood. The purpose of this study is to find out the attention, understanding and acceptance of Islamic Broadcasting Communication Students of the State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung in 2014 against Da'wah Ustadh Evie Effendi. The theory used in this study is the SOR theory (Stimulus, Organism, and Response) taken from the sociological theory of communication proposed by Onong Uchjana Effendi in the book "Communication Science, Theory and Philosophy" (2003) which aims to find out the stimulus (message material) delivered by the communicant (Da'i) rejected or accepted. Communication will take place if there is attention from the communicant then the communicant understands, accepts and there is a process of changing attitudes. The research method used is descriptive method aimed at explaining, summarizing, alleviating various conditions, various situations or various variables that arise in the community that are the object of research. The type of data used is quantitative data that can produce accurate data after calculating the right number. The results of this study, the attention of students to cleric ustad Evie Effendi received a good response so students always pay attention to Ustadh Evie Effendi's preaching activities. Students' understanding of Ustadz Evie Effendi's preaching began in terms of the material of da'wah and increased religious understanding received a positive response. Student acceptance of the preaching of Ustadz Evie Effendi in terms of the material of da'wah, practicing what was received by Ustadh Evie Effendi.

Keywords : Da'wah, Response, Evie Effendi

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.

Wahidin Saputra (2012: 61) mengemukakan bahwa secara prinsip tujuan dakwah adalah tujuan yang hendak dicapai oleh kegiatan dakwah. Adapun tujuan dakwah dibagi menjadi dua yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang dimaksud adalah agar manusia mematuhi ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari, sehingga terciptanya manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik.

Dengan demikian, dakwah merupakan satu bagian yang pasti ada dalam kehidupan umat beragama. Dalam ajaran islam dakwah merupakan suatu kewajiban yang di bebankan oleh agama. Proses dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara, yang salah satunya dengan ceramah. Ceramah merupakan salah satu aktivitas dakwah yang sudah lazim dilaksanakan. Di Indonesia ceramah dilakukan di tempat-tempat seperti musholla dan masjid.

Ceramah merupakan salah satu metode dakwah yang sangat penting dalam meningkatkan kuantitas umat dan merupakan media alternatif untuk mengajak umatnya dalam meningkatkan hubungan antara umat muslim dengan penciptanya (*Hablun Min Allah*) dan hubungan antara umat muslim dengan sesamanya (*Hablun Min An-Naas*), juga ceramah merupakan jalan utama bagi persiapan untuk memajukan umat (Ma'ruf, 1981:16).

Manfaat ceramah akan terasa bermakna bagi pendengarnya, apabila kebutuhan masing-masing terpenuhi. Para *da'i* sangat penting untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan mereka, agar ia dapat menyesuaikan atau mengarahkan jamaahnya pada tujuan yang ingin dicapainya.

Dalam kegiatan dakwah seorang *da'i* merupakan bagian dari proses interaksi para pemikir yang saling bekerja sama, saling mendengarkan materi dakwah dalam pengertian dan apresiasi wahyu-wahyu ilahi. (Wahidin, 2012: 61).

Namun kegiatan dakwah yang dilakukan sering kali terdengar monoton, hal tersebut dikarenakan kegiatan dakwah yang disampaikan dengan gaya bicara atau metode yang monoton pula. Maka dari itu seorang pelaku dakwah (*da'i*) perlu mengaplikasikan retorika dalam kegiatan dakwahnya. Adanya karakteristik gaya dan bahasa yang menarik, kegiatan dakwah yang dilakukan pun tidak lah monoton. Tentunya gaya bicara atau bahasa disesuaikan dengan mad'u yang akan dihadapi. Disinilah seorang *da'i* dituntut untuk berlaku arif atau bijaksana dalam berdakwah. (Nisa, 2018:3).

Seorang *Da'i* dituntut untuk mampu membangkitkan minat jamaahnya, agar mau mengikuti setiap kegiatan dakwahnya, karena dari dakwah tersebut Islam dapat tersampaikan secara menyeluruh dan berkesimbangan. Sebagai tokoh dalam masyarakat seorang *da'i* dituntut untuk mampu merangsang dan mendorong serta mengajak kepada mad'u untuk senantiasa mengikuti kegiatan dakwahnya, guna mendapatkan petunjuk dan hidayah dalam kehidupannya.

Sehingga yang dimaksud dengan pesan dakwah tidak harus selalu memuat kata "dakwah", tidak pula harus selalu ada ayat atau hadist yang dikutipnya.

Selama ia berkomunikasi dengan mengandung ajakan atau pelaksanaan untuk bertambah iman dan taqwa kepada Allah, menampakan kebenaran, keadilan, kemaslahatan, dan seterusnya dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan implementasi dari tauhid, maka ia termasuk pesan dakwah. (Kusnawan, 2004: 4).

Dalam berdakwah pesan-pesan dakwah dituangkan dalam bentuk lisan. Hal inilah yang dilakukan oleh seorang aktivis dakwah, dalam menyiarkan dakwahnya di setiap ceramahnya.

Dalam hal ini kegiatan dakwah yang dilakukan oleh seorang aktivis dakwah yaitu ustad Evie Effendi merupakan bentuk usaha dalam menarik perhatian jamaahnya dimana beliau berdakwah berhasil membangkitkan minat khususnya kalangan muda, keunikan dakwah ustad Evie Effendi terletak pada metode dakwahnya, pesan dan materi dakwah dan cara penyampaiannya yang mudah difahami. Sehingga isi pesan dakwah tidak sekedar apa yang diketahui dan disajikan. Melainkan Isi pesan dakwah adalah kebenaran yang diterima secara tulus dan pbenarannya yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan atas beberapa alternatif.

Ustad Evie Effendi adalah seorang da'i kondang yang berasal dari Bandung. Beliau telah mempunyai banyak jam terbang ceramah di berbagai stasiun televisis swasta sertadiberbagai daerah baik itu didalam kota atau diluar kota. Beliau mempunyai banyak majelis ta'lim yang salah satunya berada di daerah Panyawangan Kabupaten Bandung. Dalam setiap kegiatan dakwah Ustad Evie Effendi jamaah yang hadir selalu banyak dan penuh oleh kebanyakan kalangan muda mudi namun respon jamaah terhadap pelaksanaan dakwah ustad Evie Effendi tidak selalu positif.

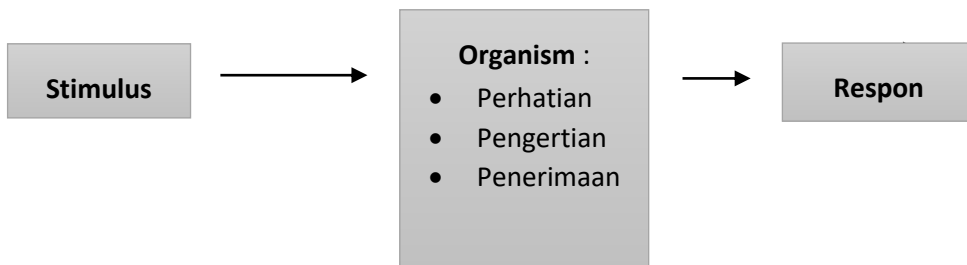
Dengan melalui dakwah ustad Evie Effendi yang merupakan seorang tokoh dakwah terkenal yang selalu mengajak kepada segenap masyarakat khususnya kalangan muda untuk mengikuti perintah Allah dan menghindari larangan-Nya. Jamaah kalangan muda yang hadir lebih tertarik datang karena ustad Evie Effendi merupakan tokoh dakwah yang sudah terkenal bukan karena memang menyukai kegiatan dakwah.

LANDASAN TEORITIS

Teori S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus - Organism - Response*. Teori ini berasal dari psikologi yang kemudian menjadi teori komunikasi, karena objek materi dari psikolog dan komunikasi sama yaitu manusia yang komponennya meliputi sikap, opini dan perilaku. Menurut teori S-O-R, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memeperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Adapun unsur-unsur dalam teori ini adalah: Pesan (*Stimulus, S*), *Komunikasikan (Organism, O)*, Efek (*Respons, R*). Dalam proses perubahan komunikasi berkenaan dengan perubahan

sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikasi.

Mar’at dalam bukunya “Sikap manusia, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Jeans dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru, ada tiga variabel penting yaitu : Perhatian, Pengertian, Penerimaan (Onong, 1993). Dalam buku Abu Ahmadi perhatian berhubungan erat dengan kesadaran jiwa terhadap suatu objek yang reaksinya pada suatu waktu. Objek yang menjadi sasaran mungkin hal-hal yang ada dalam dirinya, sehingga perhatian dapat didefinisikan sebagai keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu objek, baik di dalam maupun di luar dirinya. (Ahmadi, 2003: 96-97). Dalam buku Abu Ahmadi disebutkan bahwa “Pengertian” adalah hasil pikir seseorang yang merupakan ringkasan sifat-sifat pokok dalam bentuk perkataan. (Ahmadi, 2003: 110). Sedangkan “Penerimaan” dapat diartikan sebagai hasil keputusan mengenai suatu perubahan sikap agar sesuai dengan sikap yang diharapkan. (Mar’at, 1982: 31).



Gambar di atas menunjukkan bahwa respon dipengaruhi oleh beberapa unsurnya yaitu stimulus dan organism (proses yang terjadi pada individu). Maka dari itu, sebuah respon dalam kegiatan dakwah juga bisa dilihat dari skema di atas, atau sebagai berikut:



Kerangka Konseptual

Dakwah Menurut Ilyas Ismail dalam bahasa al-Qur'an, dakwah terambil dari kata *da'wah* yang secara etimologi memiliki kesamaan makna dengan *al nida* yang berarti menyeru dan memanggil. Adapun dari tinjauan aspek terminologis, pakar dakwah syekh Ali Mahfuz mengartikan dakwah dengan menagajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah, dengan menyeru kepada kebiasaan yang baik dan melarang dari kebiasaan buruk supaya mendapatkan keberuntungan dunia dan akhirat. (Ismail & Prio, 2011: 28).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah sebuah kegiatan usaha mengajak, menyeru dan memanggil manusia untuk berbuat pada kebaikan dan menjauhi segala larangannya dengan melakukan segala perintah Allah dan Rasul-Nya untuk mendapatkan ridhka dan keselamatan dunia dan Akhirat.

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“ Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan dan menurub pada yang Ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar merekalah orang-orang yang beruntung.” (Departemen Agama RI, 2010).

Ayat di atas menjelaskan bahwa dakwah adalah kewajiban pada setiap umat muslim untuk mengajak pada jalan kebaikan yang di ridhoi Allah.

Bi al-lisan

Dakwah bi al-lisan merupakan dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majlis taklim, khutbah jum'at atau cermah pengajian-pengajian (Munir, 2009: 11).

Metode dakwah bi al-lisan ini sudah ada sejak zaman Rasulullah saat menyebarkan ajaran Islam nya yang secara diam-diam saat di Madinah, beliau menggunakan cara ini untuk mengajak kepada rakyatnya yang belum beragama Islam dengan cara memberikan ajaran-ajaran Islam tetapi secara sembunyi-sembunyi.

Dakwah dikatakan efektif apabila ada respon dari mad'u yang berupa perubahan persepsi dalam hal perubahan sikap dan perilaku. Menurut Moekijat komunikasi yang efektif mengandung pengiriman dan penerimaan informasi yang paling cermat, pengertian pesan yang mendalam oleh kedua belah pihak dan pengambilan tindakan yang paling tepat terhadap penyesuaian pertukaran informasi (Moekijat, 1993: 145).

Respon

Menurut Fisher yang dikutip dalam buku Jalaludin Rahmat, “*Dalam komunikasi, umpan balik dapat diartikan sebagai respon penegasan, dan servomekanisme internal*”. Sebagai respon, umpan balik adalah sikap atau perilaku seorang komunikator dalam proses komunikasi. Keberhasilan komunikator dalam menyampaikan pesan, dilihat dari umpan balik komunikasinya. Terlihat dari cara komunikator dalam menangkap pesan dari yang disampaikan oleh komunikator. Umpan balik (*feed back*) biasanya menandakan proses berjalan lancarnya komunikasi (Rakhmat, 2004: 191).

Mahasiswa

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa di definisikan sebagai orang yang belajar di sebuah perguruan tinggi (KBBI, 2018).

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu perguruan tinggi yang terdiri dari akademik. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berfikir dan perencanaan dalam bertindak. Berfikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat cenderung merupakan sifat setiap mahasiswa.

Kerangka Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas atau independen yang merupakan respon mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bnadung angkatan 2014 (x), dan variabel tidak bebas atau dependen yaitu dakwah Evie Effendie (y).

Variabel	Sub Variabel	Indikator
1. Variabel (x) (Respon mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN SGD Bandung Angkatan 2014)	a. Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang positif • Metode yang digunakan menarik • Metode yang digunakan mudah di terima • Pemateri atau da'i menarik perhatian • Minat dan tujuan mendengarkan dakwah
	b. Pengertian	<ul style="list-style-type: none"> • Bertambahnya pemahaman ilmu keagamaan • Pemahaman terhadap pesan dakwah • Mudah dimengerti
	c. Penerimaan	1. Efek Kognitif

			<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Menambah wawasan
		2. Efek Afektif	<ul style="list-style-type: none"> - Kecenderungan - Perasaan
		3. Efek Konatif	<ul style="list-style-type: none"> - Sikap - Prilaku
2. Variabel (y) (dakwah Evie Effendie)	a. Evie Effendi	Kepiawaian Evie Effendie dalam menyampaikan materi atau pesan dakwah	
	b. Pesan Dakwah	Materi Mengenai Tauhid	
	c. Pengemasan	Metode penyampaian materi sesuai dengan ajaran islam dengan pedoman al-Qur'an dan Hadist. Dikemas dengan menarik, juga membahas topik islami menarik yang sedang hangat dibicarakan	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan pada dimensi perhatian diperoleh skor nilai $\bar{X} = 2,77$, pada dimensi pengertian di Xporoleh skor nilai $\bar{X} = 2,62$, dan pada dimensi penerimaan diperoleh skor nilai $\bar{X} = 2,53$. Skor dari ketiga dimensi tersebut menunjukkan bahwa respon mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2014 terhadap dakwah ustad Evie Effendi berada pada tingkatan yang berbeda-beda.

Pada dimensi perhatian, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2014 memiliki tingkatan tingkat yang tinggi terhadap dakwah ustad Evie Effendi. Ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kegiatan dakwah ustad Evie Effendi merupakan kegiatan yang positif dan bermanfaat, metode dakwah yang

digunakannya pun menarik dikalangan mahasiswa, mahasiswa menyukai gaya busana ustad Evie Effendi yang memiliki ciri khas yaitu dengan memakai kupluk, jaket kulit dan juga pakai-pakai yang bukan pakaian muslim, dan penggunaan bahasa yang menarik mampu membuat mahasiswa menyukai dakwah ustad Evie Effendi.

Pada dimensi pengertian, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2014 memiliki tingkat yang tinggi terhadap dakwah ustad Evie Effendi. Ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu: materi dakwah yang dapat mengingatkannya kepada Allah SWT meskipun terkadang dalam penyampaian pesan dakwah ustad Evie Effendi selalu membuat hal-hal yang lucu, penyampaian pesan dakwah secara jelas walaupun terkadang menggunakan bahasa sunda yang dapat membuat sebagian mahasiswa tidak paham dengan maknanya, pembahasan materi yang sesuai dengan keilmuan mahasiswa, dan mengerti makna sesungguhnya mengenai syariat islam setelah mendengarkan dan melihat dakwah ustad Evie Effendi.

Pada dimensi penerimaan, mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2014 memiliki tingkatan tingkat sedang terhadap dakwah ustad Evie Effendi. Ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu: tidak banyak mahasiswa yang menerima materi yang belum difahami dan ketahui sebelumnya, tidak banyak mahasiswa yang dapat mempengaruhi sikap dan prilaku mahasiswa setelah mendengarkan dakwah ustad Evie Effendi, pesan dakwah yang disampaikan sesuai dengan harapan mahasiswa, dan bertambahnya keilmuan mahasiswa tentang islam setelah mendengarkan dakwah ustad Evie Effendi. Dengan beberapa faktor menarik tersebut mahasiswa menerima dakwah ustad Evie Effendi setelah mendengarkan dan melihat dakwah tersebut.

Berdasarkan dari hasil yang telah didapatkan pada penelitian ini, maka respon mahasiswa terhadap dakwah ustad Evie Effendi ini memberikan efek kognitif, efek afektif dan efek konatif.

Efek kognitif ini berkaitan dengan pikiran, nalar atau rasio. Misalnya komunikasi menyebabkan orang yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang semula tidak mengerti menjadi mengerti atau yang semula tidak sadar menjadi sadar. Akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Berdasarkan hasil wawancara mahasiswa dan hasil data yang diperoleh dari penyebaran angket bahwa mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2014 mendapat pengetahuan dan menambah wawasan terhadap keunikan dakwah ustad Evie Effendi, bahwa sejatinya seorang ustad juga bisa melakukan inovasi terhadap isi pesan dan materi dakwahnya.

Efek afektif yaitu efek yang berhubungan dengan perasaan. Misalnya

komunikasi menyebabkan orang yang semula tidak senang menjadi senang, yang semula sedih menjadi gembira, atau yang semula merasa takut atau malu menjadi berani, yang semula tidak terlau suka menjadi suka dan yang semula merasa tidak tertarik lama-lama berubah menjadi tertarik. Khalayak diharapkan dapat turut merasakan sedih, iba senang dan lain sebagainya setelah mendapatkan pesan dari media masa. Berdasarkan hasil data yang diperoleh bahwa mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2014 menyukai dakwah ustad Evie Effendi sedang menyampaikan pesan yang diselipkan dengan hal-hal yang lucu.

Efek konatif yaitu efek yang menimbulkan niatan untuk berperilaku tertentu, dalam arti kata melakukan suatu tindakan atau kegiatan yang bersifat fisik atau jasmaniah. Misalnya, komunikasi menyebabkan mahasiswa yang semula mala untuk belajar menjadi rajin, atau orang yang semula perokok menjadi tidak merokok. Berdasarkan hasil data yang diperoleh bahwa mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2014 menerima dan mengikuti dakwah ustad Evie Effendi.

PENUTUP

Berdasarkan pengolahan dan hasil analisis data terhadap respon mahasiswa Komunkasi Islam Penyiaran Angkatan 2014 terhadap dakwah ustad Evie Effendi, diperoleh kesimpulan.

Satu, Perhatian mahasiswa KPI UIN SGD Bandung terhadap dakwah ustad Evie Effendi memiliki nilai $\bar{X} = 2,77$. Sehingga dapat kita ketahui bahwa mahasiswa KPI UIN SGD Bandung memiliki respon positif atau memiliki perhatian yang besar terhadap dakwah ustad Evie Effendi. Hal ini terbukti dari pengolahan angket yang menunjukkan bahwa sebagian besar jumlah mahasiswa KPI UIN SGD Bandung menyukai dakwah ustad Evie Effendi yang terkesan berbeda dari yang lainnya, dalam segi busana, penyampaian materi dakwah, gaya bahasa yang unik memperlihatkan seorang da'i yang santai namun ceramahnya di dengar dan disimak oleh jamaah.

Dua, Pemahaman mahasiswa terhadap dakwah ustad Evie Effendi memiliki nilai $\bar{X} = 2,62$. Sehingga dapat diketahui bahwa mahasiswa KPI UIN SGD Bandung sangat memahami dakwah ustad Evie Effendi karena dalam berdakwah dikategorikan sangat baik atau positif. Hal ini terbukti dari pengolahan angket yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa paham bahwa materi yang disampaikan saat berdakwah lebih mengingatkan kepada Allah SWT, pesan dakwah mengenai keislaman lebih pada untuk memperbaiki akhlak dan perilaku diri. Seorang dai juga perlu melakukan inovasi atau perubahan sedikit dalam menyampaikan pesan dakwah sehingga mahasiswa atau jamaah yang melihat tidak monoton dengan paradigma bahwa ustad hanya

menyampaikan pesan dakwah saja.

Tiga, Penerimaan mahasiswa terhadap dakwah ustad Evie Effendi memiliki nilai $\bar{X} = 2,53$. Sehingga dapat diketahui bahwa penerimaan mahasiswa terhadap dakwah ustad Evie Effendi dikategorikan positif dan baik. Hal ini terbukti dari pengolahan angket yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa KPI menyatakan menerima pesan dakwah ustad Evie Effendi. Tidak banyak mahasiswa yang terpengaruh sikap dan prilakunya setelah mendengar isi pesan dakwah ustad Evie Effendi, sebagian besar mahasiswa sudah mengetahui isi pesan dakwah ustad Evie Effendi dan bertambahnya keilmuan mahasiswa tentang islam setelah mendengar dan melihat dakwah ustad Evie Effendi.

Mengacu pada temuan-temuan penelitian dilapangan dan kesimpulan yang dikemukakan, maka peneliti memberikan saran kepada pihak-pihak terkait. *Satu*, untuk mahasiswa KPI UIN SGD Bandung hendaklah sering mengikuti kajian dakwah ustad Evie Effendi secara konsisten dan rajin dengan penuh semangat dan niat ikhlas menuntut ilmu yang diridhoi oleh Allah SWT. Sehingga bisa merubah diri menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Serta menjadikan pribadi yang tidak memandang seseorang hanya dari luar saja atau penampilan saja tapi mengetahui kepribadian dan apa yang disampaikannya. *Dua*, untuk semua umat islam manfaatkanlah waktu kosong dan senggangnya untuk diisi dengan hal-hal yang lebih positif seperti mengikuti kajian dakwah, mendengarkan dan melihat dakwah ustad Evie Effendi bisa di berbagai media sosial tanpa harus keluar. Supaya lebih banyak orang yang bisa menerima pesan dakwah yang disampaikan. *Tiga*, untuk penelitian berikutnya diharapkan supaya dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai pesan dakwah baik itu melalui media mimbar atau media sosial. Karena kini media sosial lebih mudah dan praktis untuk diakses dikalangan masyarakat bahkan hampir untuk semua kalangan sehingga dapat dijadikan sumber referensi untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A., 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
Ahmadi, A., 2009.. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rieka Cipta.
Aripudin, A. & Sukriyadi Sambas, 2007. *Dakwah Damai*. 2012: Rosdakarya
AS, E. & Hajir Tajiri, 2009. *Etika Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
Cangara, H., 2014. *Perencanaan & strategi Komunikasi*. Depok:: PT. Raja Grafindo Persada.
DepartemenAgamaRI, 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Pustaka Agung Harapan.
Dewi, S., 2015. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Rosda Karya.
Effendy, O. U., 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek*. Bandung: PT. Remaja

- Rosdakarya.
- Effendy, O. U., 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: P.T Citra Aditya Bakti
- Hartaji, 2012. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah*. s.l.:s.n.
- Ismail, i. & Hotman Prio, 2011. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Kamus, T. P. P., 2007. *KBBI*. s.l.:Balai Pustaka.
- Kartini, 1997. s.l.:s.n
- KBBI, 2018. [Online]
Available at: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kusnawan, A., 2004. *Komunikasi Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah.
- Mar'at, 1982. *Sikap Manusia Dan Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Moekijat, 1993. *Teori Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Munir, M. & Wahyu Ilaihi, 2006. *Manajemen dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Munir, S., 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Nisa, N. F, 2018. Retorika K.H. Junaedi Al- Baghdadi dalam pengajian Dzakhir Manaqib dalam *Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homilete Studies*.
- Rahmat, J., 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Rahmat, J., 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Rahmat, J., 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Shaleh, A. R., 1997. *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Siswoyo, D., 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: s.n.
- Supena, I., 2013. *Filsafat Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Suryabrata, S., 1998. *Metodologi penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wahidin, S., 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.



Respon Komunitas Pemuda Faiths terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid

Nala Sakinah, Sitty Sumijati^{1*}, Encep Taufik Rahman¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : nala.sakinah97@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui respon komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid yang rutin dilaksanakan setiap hari minggu di Masjid Islamic Center Garut. Adapun aspek respon yang dituju yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*), diambil dari teori sosiologi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendi dalam buku “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” (2003). Dalam teori ini, untuk mengetahui respon maka terdapat tiga variable yaitu stimulus (kajian khitobah berbasis materi tauhid) organism (perhatian, pengertian, dan penerimaan) dan respon (perubahan sikap atau *feedback*) terhadap kegiatan kajian tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dimana data yang diperoleh berupa angka kemudian menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan dan menarik kesimpulan hasil data dari penelitian lapangan berupa wawancara, observasi dan penyebaran angket kepada 30 responden sebagai sampel. Hasil penelitian membuktikan bahwa perhatian komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid sangat tinggi dengan perolehan rata-rata skor 4,32, pengertian komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid sangat tinggi dengan perolehan rata-rata skor 4,49, dan penerimaan komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid sangat tinggi dengan perolehan rata-rata skor 4,44.

Kata Kunci : Respon; Khitobah; Komunitas

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the community pemuda faiths response, towards the dakwah of khitobah based on taubid material which is routinely carried out at the Islamic Center Garut Mosque. As for the intended response aspect, namely attention, understanding, and acceptance. The theory used in this study is theory S-O-R (Stimulus-Organism-Response),

taken from the theory sociology of communication put forward by Onong Uchjana Effendi in the book "Communication science, Theory and Philosophy" (2003). In the theory to find response three variabels, namely stimulus (study of khitobah based on taubid material), organism (attention, understanding, and acceptance) and response (change of attitude or feedback) on the dakwah activity. The research method used is a quantitative method, where the data obtained are in the form of numbers then use a descriptive approach to describe and draw conclusion from the result of field research in the from of interviews, observation and questionnaires to 30 respondents as samples. The results of the study prove that the attention of the pemuda faiths community to the dakwah of khitobah based on taubid material is very high with the average score 4,32, understanding pemuda faiths community to the dakwah of khitobah based on taubid material is very high with the average score 4,49, and acception pemuda faiths community to the dakwah of khitobah based on taubid material is very high with the average score 4,44.

Keywords : Response; Khitobah; Community.

PENDAHULUAN

Metode dakwah pada dasarnya berpijak pada dua aktivitas yaitu aktivitas bahasa lisan/tulisan (*bi absan al-qawl / bi al-kitabah*) dan aktivitas badan atau perbuatan (*bi absan al-'amal*). Dalam tataran lebih teknis aktivitas lisan dalam menyampaikan pesan dakwah dapat berupa metode ceramah, diskusi, debat, dialog, petuah, nasihat, wasiat ta'lim dan lain sebagainya, sedangkan badan dalam menyampaikan pesan dakwah dapat berupa aksi amal sholeh, tolong menolong, pemberdayaan sumber daya manusia, lingkungan, penataan organisasi atau lembaga-lembaga keislaman. Khitobah merupakan salah satu aktivitas dakwah atau tabligh melalui media mimbar yang nampaknya menjadi salah satu metode paling populer ditengah masyarakat. Bagaimana tidak, khitobah sudah menjadi budaya dalam berbagai aktivitas di masyarakat, baik itu dalam hal keagamaan atau yang lainnya.

Namun dalam kegiatan dakwah yang dilakukan sering kali terdengar monoton, hal tersebut dikarenakan kegiatan dakwah yang disampaikan dengan gaya bicara atau metode yang monoton pula. Maka dari itu seorang pelaku dakwah (da'i) perlu adanya suatu gebrakan yang dikemas secara menarik. (Nisa, 2018:3). Misalnya dalam kegiatan pengajian, mayoritas materi yang da'I sampaikan itu melalui ceramah, khutbah jum'at, tanya jawab, pidato dan lain-lain. Salah satu unsur dakwah adalah pesan, pesan dakwah atau bisa disebut juga maudu haruslah tentang ajaran islam, yang sesuai dengan al-qur'an dan ajaran nabi. Materi atau pesan yang disampaikan pun harus sesuai kebutuhan mad'u dengan harapan apa yang disampaikan dapat diterima dan di amalkan sehingga adanya feedback atau respon dari mad'u. Adapun kegiatan khitobah yang dilaksanakan di Masjid Islamic Center diantaranya khutbah jum'at, dan kajian-

kajian rutin. Salah satunya yaitu kajian yang diadakan oleh komunitas Pemuda Faiths ini, materi yang disampaikan adalah ketauhidan. Materi tentang mengenal Allah, mendekatkan diri dan selalu bergantung pada Allah, memperkuat iman sebagai pondasi agama, dan materi-materi lainnya yang berhubungan dengan ketauhidan dengan harapan adanya respon berupa perubahan sikap sesuai dengan tujuan dakwah yaitu ke arah yang lebih baik dan di ridhai oleh Allah.

Materi atau pesan tentang ketauhidan dipilih berdasarkan mad'u atau objek dakwah pada kajian ini dominan remaja. Karena masa remaja adalah masa transisi dalam proses pertumbuhan dan perkembangan seorang individu dalam keseluruhan hidupnya. Pada masa ini, seseorang akan mulai mencari jati dirinya, memenuhi keinginan dirinya, dan mencari peranan *social*. Jika remaja mengalami krisis identitas, maka dapat mendorong timbulnya berbagai perilaku dan sikap tertentu sebagai upaya untuk mencari dan menemukan identitas diri. Pada masa ini juga penanaman keimanan sangatlah diperlukan, untuk mencegah manusia terjerumus pada hal-hal yang dilarang agama. Pembinaan aqidah, akhlak, ketauhidan memang harus dari sejak usia dini, tetapi pada masa remaja lah yang justru sangat diperlukan. Maka dari itu, salah satu upayanya yaitu adanya suatu kegiatan dakwah yang mampu menarik perhatian para remaja. Contoh sebuah gerakan dakwah yang sedang ramai pada saat ini adalah munculnya komunitas, atau sekelompok orang yang berkumpul dalam satu wadah untuk mengekspresikan berupa kegiatan atau berkarya dengan pola pikir atau satu tujuan yang sama. Banyak kita jumpai saat ini komunitas-komunitas yang bergerak di bidang social, bidang olahraga, bidang seni, bahkan komunitas yang bergerak di bidang dakwah.

“Pemuda Faiths” adalah salah satu komunitas yang mempunyai visi dan misi di bidang dakwah, juga mempunyai motto yaitu “Pejuang Generasi Akhir Zaman” komunitas ini didirikan pada bulan Juni tahun 2017. Umurnya memang belum lama, tetapi komunitas ini mempunyai eksistensi tersendiri di daerah Garut. Komunitas ini merupakan salah satu pelopor yang mengadakan kajian bagi remaja, dan mampu mengajak pemuda pemudi di Garut untuk saling mengingatkan atau mengajak pada “Amar Ma’ruf Nahyi Munkar”. Latar belakang berdirinya komunitas Pemuda Faiths ini sendiri yaitu untuk menyelamatkan kemerosotan akhlak dan moral pemuda-pemudi yang semakin tidak ada batasan, mengingat pemuda-pemudi pada saat ini tumbuh di zaman modern yang mana segala sesuatu didapat dengan mudah, lalu dijadikan gaya hidup, baik itu hal yang positif maupun hal yang negative. Maka dari itu, bimbingan jasmani dan ruhani sangatlah diperlukan untuk menyeimbangi arus perkembangan zaman. Komunitas Pemuda Faiths ini mempunyai tujuan dan prinsip bagaimana dakwah di kemas dalam bentuk kegiatan atau ajakan yang menarik, sehingga dapat diterima oleh kalangan pemuda-pemudi atau kalangan remaja pada saat ini. Salah satu kegiatan khitobahnya yaitu kajian rutin setiap

hari Minggu yang diadakan di masjid Islamic Center Garut, awalnya kajian ini hanya diikuti oleh beberapa orang. Namun dengan tekad yang kuat untuk berdakwah, saat ini kajian tersebut diikuti oleh ratusan pemuda-pemudi dari berbagai kalangan. Salah satu strategi yang dipakai adalah ikut bergabung dan bekerja sama dengan beberapa komunitas yang mempunyai kegiatan aktif, seperti komunitas olahraga di berbagai bidang, komunitas band, remaja masjid, mahasiswa, komunitas motor, komunitas penerbit buku, komunitas Odoj, PPA dan yang lainnya. Selain itu, mengadakan kegiatan social seperti donor darah, pengumpulan donasi untuk kaum duafa, khitanan massal, juga dakwah *goes to school*, *goes to kampus* dan dakwah *goes to Kampung*, yaitu kegiatan dakwah yang diadakan di suatu daerah, bekerja sama dengan karang taruna dan tokoh masyarakat setempat. Karena dengan strategi tersebut kemudian mereka tertarik untuk mengikuti kajian, maupun kegiatan positif lainnya dengan harapan adanya perubahan baik dari segi akhlak, tauhid, dan semangat dalam berdakwah khususnya remaja atau pemuda-pemudi yang ada di daerah Garut, dan umumnya seluruh umat muslim di setiap penjuru daerah lainnya.

Dari latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan beberapa masalah dengan masalah: bagaimana perhatian komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid? Bagaimana pengertian komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid? Bagaimana penerimaan komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid?

Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dimana hasil-hasil penelitian dihimpun kemudian dianalisis menggunakan alat analisis statistic untuk menemukan hasil dan kesimpulan melalui hipotesis. Adapun pendekatan yang dipakai adalah metode deskriptif, yaitu untuk membuat gambaran dari hasil wawancara bersama founder dan pengurus komunitas pemuda faiths, pembagian angket kepada responden dan observasi secara langsung ke lapangan mengenai situasi, menguji hipotesis, dan memberikan makna dan implikasi dari suatu masalah penelitian.

LANDASAN TEORITIS

Teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R dari Hovland. Adapun teori Hovland tersebut sebagaimana dikutip oleh Onong Uchjna Effendi dalam bukunya yang berjudul “Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi” (Onong, 1993: 254) Teori S-O-R merupakan singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*, berasal dari teori psikologi kemudian menjadi teori komunikasi. Tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi sama yaitu manusia. Menurut teori ini, bahwa efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi

komunikasikan. Adapun unsur-unsur dalam model ini adalah : 1) *Pesan (Stimulus)* : S
2) *Komunikasikan (Organism)* : O 3) *Efekte (Response)* : R.

Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan bahwa respon adalah tanggapan, reaksi, jawaban, terhadap suatu gejala peristiwa yang terjadi (KBBI, 1996 : 838). Respon berarti umpan balik (*feedback*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya komunikasi. Dengan adanya respon yang disampaikan oleh objek dakwah (*mukhbotob*) kepada subjek khitobah (*khotib*) atau dari komunikasikan kepada komunikasikan akan memperkecil kesalahan pemahaman dalam sebuah proses dakwah atau komunikasi. Sedangkan menurut Soenarjo, respon merupakan suatu kegiatan komunikasi yang menimbulkan pengaruh (efek) positif atau negatif terhadap komunikasikan berupa respon terhadap pesan yang disampaikan komunikasikan (Soenarjo, 1983 : 25). Umpan balik atau respon memainkan peranan yang amat penting dalam komunikasi. Sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan oleh komunikasikan. Oleh karena itu, umpan balik bersifat positif dapat pula bersifat negative. umpan balik positif adalah tanggapan atau respon atau reaksi komunikasikan yang menyenangkan komunikasikan sehingga komunikasi berjalan lancar. Sebaliknya umpan balik negative dapat diartikan sebagai tanggapan komunikasikan yang tidak menyenangkan komunikasikannya sehingga komunikasikan enggan untuk melanjutkan komunikasikannya (Onong, 2004 : 14). Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya "Sikap manusia, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Jeans dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru, ada tiga variabel penting yaitu yang pertama perhatian, kedua pengertian, dan yang ketiga penerimaan. Perhatian yaitu keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu obyek, baik di dalam maupun diluar dirinya (Ahmadi, 1983 : 97). Penerimaan merupakan kemampuan untuk memperhatikan dan merespon stimulasi yang tepat. Adapun pemahaman atau pengertian adalah hasil berfikir, yang merupakan rangkuman sifat-sifat pokok dari suatu barang atau kenyataan yang dinyatakan dalam satu perkataan.

Manusia adalah makhluk individu yang tidak dapat melepaskan diri dari hubungan dengan manusia lain. Sebagai akibat dari hubungan yang terjadi diantara individu-individu (manusia) kemudian lahirlah kelompok-kelompok sosial (*social group*) yang dilandasi oleh kesamaan-kesamaan kepentingan bersama. Kelompok atau *group* adalah kumpulan dari individu dari individu yang berinteraksi satu sama lain, pada umumnya hanya untuk melakukan pekerjaan, untuk meningkatkan hubungan antarindividu atau bisa saja untuk keduanya. Sebuah kelompok suatu waktu dibedakan secara kolektif, sekumpulan orang yang memiliki kesamaan dalam aktivitas umum namun dengan arah interaksi terkecil. Jika dilihat dari kacamata sosiologi, komunitas termasuk pada kelompok sosial primer dimana komunitas merupakan kelompok yang didalamnya terjadi interaksi sosial yang anggotanya saling mengenal dekat dan

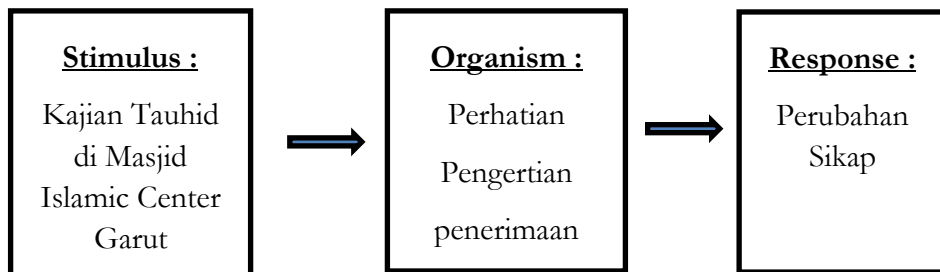
berhubungan erat dalam kehidupan. Sedangkan menurut George Homan komunitas atau kelompok social primer merupakan sejumlah orang yang terdiri dari beberapa orang yang acapkali berkomunikasi dengan lainnya sehingga setiap orang mampu berkomunikasi secara langsung (bertatap muka) tanpa melalui perantara (A Yesmin, 2013 : 219).

Komunitas adalah sebuah kelompok social dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu didalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan resiko, dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berarti “kesamaan”, kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti “sama, public”. Kata *community* menurut Syahyuti adalah berasal dari bahasa latin, yaitu “*cum*” yang mengandung arti *together* (kebersamaan) dan “*munus*” yang bermakna *the gift* (memberi) antara satu sama lain. Menurut Iriantara mendefinisikan makna komunitas adalah “sekumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama”.

Pengertian khitobah tidak terlepas dari pengertian dakwah, bahkan khitobah adalah bagian teknik dakwah. Secara bahasa ia merupakan salah satu yang mengandung makna percakapan, ceramah (retorika). Khitobah adalah suatu teknik atau metode dakwah yang banyak diwarnai ciri karakteristik bicara seorang da’I pada suatu aktifitas dakwahnya. Ditinjau dari prosesnya, khitobah adalah suatu proses komunikasi, dalam arti kata proses tersebut terlibat dua komponen manusia yang terdiri dari da’I sebagai komunikator, dan mad’u atau pendengar sebagai komunikan. Dengan demikian, tujuan dari komunikasi sifatnya umum, sedangkan tujuan dari khitobah sebagai salah satu bentuk dakwah adalah khusus, yakni mengharapkan adanya partisipasi dari pihak komunikan dan kemudian dapat bersikap dan berbuat sesuai dengan ajaran islam. Dilihat dari proses kegiatannya dalam meresponi suatu kegiatan khitobah, seorang khotib akan mendapatkan respons dari mukhotobnya apabila dalam memberikan pesan khitobahnya sejalan dengan keinginan mukhotob. Menurut Onong Uchjana, komunikator yang baik adalah mereka yang mampu secara langsung menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikan.

Secara bahasa, tauhid dibentuk dari kata dasar *wahada-yahidu-wahdatan*, bermakna *to make into one* (membuat menjadi satu). Menurut istilah agama islam, tauhid ialah “Keyakinan tentang satu atau Esanya Tuhan”. Dalam ensiklopedi lintas agama (Abujamin rohman : 684) dikatakan tauhid itu adalah kepercayaan mutlak bahwa Allah itu Esa. Sedangkan ilmu tauhid ialah ilmu yang khusus mempelajari tentang ke-esa-an Allah, tentang substansi-Nya, perbuatan-Nya, maupun tentang sifat-sifatNya. Maka dari itu, mempelajari tauhid adalah mempelajari cara bagaimana membebaskan keyakinan manusia dan

perbuatannya dari perbudakan (A Dimiyati, 2016 : 43). Berikut adalah skema dari penyelesaian permasalahan dari teori yang diambil:



Respon dipengaruhi oleh beberapa unsurnya yaitu stimulus dan organism (proses yang terjadi pada individu). Maka dari itu, sebuah respon dalam kegiatan dakwah juga bisa dilihat dari skema diatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2016 para remaja dan pemuda pemudi menggagas sebuah gerakan komunitas markaz qur’ani, yang mana kegiatannya focus pada tahsin dan hafalan qur’an yang selanjutnya semakin berkembang hingga menjadi lembaga bernama Markaz Qur’ani (Rumah Tahfidz Cempaka). Seiring berjalannya waktu dan zaman yang canggih, maka tidak sedikit remaja yang terjerumus pada hal atau kegiatan negative yang akhirnya merusak moral dan akhlak. Beberapa orang dari anggota Markaz Qur’ani menggagas untuk mengadakan kegiatan positif berupa kajian yang dikemas secara menarik dengan tujuan untuk meminimalisir para remaja atau pemuda-pemudi terjerumus pada kegiatan yang negative. Dimulailah kegiatan kajian tersebut di Masjid Agung Tarogong, dan beberapa orang penggagas tersebut membentuk komunitas dengan nama “Pejuang Gaza” (Pejuang generasi akhir zaman). Dengan tekad yang kuat ingin berdakwah fokus komunitas ini adalah menyelenggarakan kegiatan kajian yang saling bersinergi agar semakin mempererat ukhuwah islamiyah khususnya generasi muda dan saling mendukung dalam proses hijrah diri maka kajian ini rutin dilaksanakan setiap hari Minggu dengan anggota yang semakin bertambah, Saat ini komunitas pemuda faiths memiliki secretariat yang beralamat di Jl. Otista Kp. Babakan Loa no 23, Garut.

Penelitian ini dilakukan di Masjid Islamic Center Garut terletak di Jl. Pramuka no 04, Pakuwon Kecamatan Garut kota Kabupaten Garut yang menjadi tempat dilaksanakannya kegiatan kajian setiap hari minggu pada pukul 14.00 sampai dengan selesai. Berdasarkan hasil wawancara bersama pengurus komunitas pemuda faiths, maka diperoleh data dan informasi mengenai visi dan

misi komunitas pemuda faiths. Adapun untuk visi dari komunitas ini adalah “Menjadikan generasi muda agar lebih dapat berdaya guna dalam rangka mewujudkan pemuda yang berakhlakul karimah”. Dan mempunyai misi diantaranya: *pertama* menggali, mengembangkan, dan memantapkan potensi dakwah, intelektual, dan sosial remaja. *Kedua* memposisikan Pemuda Faiths sebagai komunitas pemuda Islam mampu mewartakan remaja dalam proses hijrah diri. Dan yang *ketiga* mewujudkan amalan-amalan Islam dalam kehidupan pribadi, keluarga dan masyarakat. Adapun yang menjadi tujuan berdirinya komunitas pemuda faiths ini berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara bersama pengurus komunitas pemuda faiths yaitu : *pertama* peningkatan kualitas pengetahuan dan pemahaman mengenai ilmu keislaman. *Kedua* untuk membangun karakter pemuda bangsa indonesia yg agamis. *ketiga* Mengkaji topik islami yg hangat di bicarakan. Dan yang *keempat* menjalin silaturrohim antar sesama muslim.

Perhatian Komunitas Pemuda Faiths Terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid di Masjid Islamic Center Garut.

Pernyataan tentang perhatian	SS	S	KS	TS	STS	Nilai	Mean
Menurut saya kegiatan kajian ini merupakan kegiatan yang positif.	140	8	-	-	-	148	4,93
Metode penyampaian yang digunakan da'I tidak membosankan.	20	92	6	-	-	118	3,93
Tema kajian yang disampaikan menarik perhatian saya.	55	76	-	-	-	131	4,36
	20	96	6	-	-	122	4,06
Gaya bahasa yang digunakan da'I menarik perhatian saya	60	64	6	-	-	130	4,33

Menurut saya waktu
dan tempat kajian
sangat tepat

Jumlah	649	21,61
--------	-----	-------

Mean (rata-rata) = $21,61 : 5 = 4,32$

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mean (rata-rata) skor perhatian anggota komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid di masjid Islamic Center Garut adalah 4,32. Berdasarkan kriteria analisis yang telah disebutkan pada terdahulu, sehingga dapat diketahui bahwa perhatian komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid di Masjid Islamic Center Garut sangat tinggi. Dilihat dari hasil data yang dieproleh tidak terdapat responden yang memberikan perhatian negative terhadap kegiatan kajian tersebut.

Pengertian Komunitas Pemuda Faiths Terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid di Masjid Islamic Center Garut.

Pernyataan tentang pengertian	SS	S	KS	TS	S'TS	Nilai	Mean
----------------------------------	----	---	----	----	------	-------	------

Kajian ini membuat saya lebih mengerti atau faham ilmu yang belum saya dapatkan	95	44	-	-	-	4,63
	50	80	-	-	-	4,33
Materi tauhid dalam kajian disampaikan dengan jelas						139
	45	84	-	-	-	130 4,3
Pembahasan materinya sesuai dengan ilmu yang saya butuhkan	115	28	-	-	-	129 4,76
Kajian tauhid ini mengingatkan saya dalam memperbaiki akhlak dan ibadah	65	68	-	-	-	143 4,43
Setiap tema atau materi dalam kajian ini mudah dimengerti						133
Jumlah						647 22,45
Mean (rata-rata) = $22,45 : 5 = 4,49$						

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mean (rata-rata) skor pengertian anggota komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid di masjid Islamic Center Garut adalah 4,49. Berdasarkan kriteria analisis yang telah disebutkan pada bab terdahulu, sehingga dapat diketahui bahwa pengertian komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid di Masjid Islamic Center Garut sangat tinggi. Tidak terdapat responden yang memberikan pengertian atau pemahaman negative terhadap kajian tersebut.

Penerimaan Komunitas Pemuda Faiths Terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid di Masjid Islamic Center Garut.

Pernyataan tentang penerimaan	SS	S	KS	TS	STS	Nilai	Mean
Kegiatan kajian ini sangat bermanfaat dalam beberapa hal yang belum saya fahami dan ketahui.	85	52	-	-	-	137	4,56
Pesan atau materi yang disampaikan mempengaruhi sikap atau perilaku saya.	85	52	-	-	-	137	4,56
Tema kajian ketauhidan yang disampaikan sesuai harapan saya.	25	96	3	-	-	124	4,13
Saya merasa adanya peningkatan dalam beribadah.	75	56	3	-	-	134	4,46
Ilmu keagamaan saya menjadi bertambah setelah mengikuti kajian.	85	48	3	-	-	136	4,53
Jumlah						668	22,24

Mean (rata-rata) = $22,24 : 5 = 4,44$

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mean (rata-rata) skor penerimaan anggota komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid di masjid Islamic Center Garut adalah 4,44. Berdasarkan kriteria analisis yang telah disebutkan pada bab satu, sehingga dapat diketahui bahwa penerimaan komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah berbasis materi tauhid di Masjid Islamic Center Garut sangat tinggi. Tidak terdapat responden yang memberikan penerimaan *negative* terhadap kajian tersebut.

PENUTUP

Pertama Analisis Hasil Penelitian Perhatian Komunitas Pemuda Faiths Terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid.

Berdasarkan data dan hasil yang diperoleh, bahwa perhatian komunitas pemuda faiths terhadap kajian khitobah ini dengan skor 4,32 dan dilihat dari kriteria analisis menunjukkan hasil sangat tinggi. Maka, jika dilihat dari aspek kajian teoritis salah satu unsur respon adalah perhatian yang merupakan salah satu aspek psikologis tertuju pada suatu objek yang datang dari dalam dan luar diri individu. Dalam ilmu komunikasi, respon merupakan efek atau feedback dari suatu rangsangan, baik itu efek negative maupun efek positif. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi perhatian, diantaranya : a) Gerakan, seperti *organisme* lain manusia tertarik pada objek-objek yang bergerak. Adapun dalam angket dinyatakan dalam bentuk pernyataan “Metode penyampaian yang digunakan da’I tidak membosankan”. Metode yang dimaksud disini diantaranya cara penyampaian materi, melalui media. Contohnya menggunakan proyektor. Maka mukhotob akan lebih tertarik karena selain lebih jelas, materi kajian juga bisa dibagikan dalam bentuk file sehingga lebih efektif. Factor ini mampu menarik perhatian mukhotob yang dinyatakan dalam peolehan data hasil pengolahan angket yaitu 28 responden atau 93% memilih sangat setuju, dan 2 responden atau 7% memilih setuju. b) Intensitas stimulasi. Kita akan memperhatikan stimulus yang lebih menonjol dari stimulus lainnya. Untuk mengetahui perhatian responden terhadap factor ini, dalam angket dinyatakan dalam bentuk pernyataan “Gaya bahasa yang digunakan da’I menarik perhatian saya”. Adapun alasan ditanyakannya hal tersebut kepada responden karena da’I atau penceramah dalam kajian tersebut terbilang masih muda. Sehingga cara penyampaiannya kata atau kalimat dikemas dalam bahasa yang ringan, jelas, lugas, dan sesekali menggunakan bahasa gaul, maka mudah difahami oleh *mukhotob* yang mayoritas remaja. Factor ini mampu menarik perhatian *mukhotob*,

yang dinyatakan dalam bentuk perolehan data hasil pengolahan angket yaitu 4 responden atau 13% menyatakan sangat setuju, 24 responden atau 80% menyatakan setuju, dan 2 responden atau 7% menyatakan kurang setuju. c) Kabaruan. Hal-hal baru yang luar biasa yang berbeda akan menarik perhatian.

Dalam aspek ini, penulis ingin mengetahui sejauh mana hal-hal baru dalam kegiatan kajian setiap minggu ini bisa menarik perhatian responden. maka dituangkan dalam angket kepada responden dengan bentuk pernyataan “Tema kajian yang disampaikan menarik perhatian saya”. Factor ini pun mampu menarik perhatian responden, dikerenakan tema setiap minggu berbeda dan dikemas secara menarik yang dinyatakan dalam bentuk perolehan data hasil pengolahan angket yaitu 11 responden atau 37% menyatakan sangat setuju, dan 19 responden atau 63% menyatakan setuju.

Dilihat dari hasil perolehan data, maka dapat dinyatakan bahwa perhatian responden terhadap kajian ini sangat tinggi dan tidak terdapat respon *negative*. Adapun aspek-aspek perhatian ini sebagai *stimulus* terhadap pemahaman yang diterima responden selanjutnya proses penerimaan yang mana akan menimbulkan efek. Maka pada aspek perhatian ini stimulus yang kuat sangat diperlukan sebagai rangsangan untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan responden sesuai harapan.

Kedua, Analisis Hasil Penelitian Pengertian Komunitas Pemuda Faiths Terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid.

Stimulus atau rangsangan yang diberikan dan disampaikan kepada komunikan akan terjadi dua kemungkinan, yaitu diterima atau ditolak. Mengacu pada data hasil item 1 dimana unsur respon yaitu “perhatian” menunjukkan hasil sangat tinggi oleh responden. Selanjutnya adalah proses mengerti atau pada unsur “pengertian” jawaban responden dalam bentuk pernyataan dalam angket yang berhubungan dengan aspek-aspek pengertian. Maka diperoleh hasil data pengolahan angket dengan skor 4,49 dan dilihat dari kriteria analisis menunjukkan hasil sangat tinggi. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi mengerti atau tidaknya mukhotob terhadap kegiatan kajian ini yaitu diantaranya tema atau materi kajian sesuai yang diharapkan dan kebutuhan mad’u, faham atau mengerti setiap materi kajian yang disampaikan sehingga adanya niat memperbaiki akhlak, dan metode penyampaian da’I sesuai dengan psikologis *mukhotob* sehingga lebih mudah untuk dimengerti.

Ketiga, Analisis Hasil Penerimaan Perhatian Komunitas Pemuda Faiths Terhadap Kajian Khitobah Berbasis Materi Tauhid.

Efek atau perubahan perilaku dalam teori S-O-R ini yaitu ketika stimulus atau rangsangan mendapat perhatian dari komunikan, lalu dimengerti atau difahami, maka selanjutnya yaitu penerimaan. Untuk mencapai keberhasilan adanya feed

back atau efek, maka komunikator harus memberikan tambahan stimulus yang lebih kuat. Untuk mengetahui sejauh mana feed back mad'u terhadap kegiatan kajian ini, penulis menanyakan dalam angket aspek-aspek penerimaan dalam bentuk beberapa pernyataan. Setelah pengolahan data didapat hasil dengan skor 4,44, dan jika dilihat dari kriteria analisis menunjukkan hasil sangat tinggi. Adapun efek dari kegiatan kajian ini terhadap para mad'u beberapa diantaranya yaitu : a) "Pesan atau materi yang disampaikan mempengaruhi sikap atau perilaku saya" diperoleh jawaban 17 responden atau 57% sangat setuju dan 13 responden atau 43% menyatakan setuju. b) "Ilmu keagamaan saya menjadi bertambah setelah mengikuti kajian" diperoleh jawaban 17 responden atau 57% menyatakan sangat setuju, 12 responden atau 12% menyatakan setuju dan 1 responden atau 3% menyatakan kurang setuju. c) "Saya merasa adanya peningkatan dalam beribadah" diperoleh jawaban 15 responden atau 50% menyatakan sangat setuju, 14 responden atau 47% menyatakan setuju, dan 1 responden atau 3% menyatakan kurang setuju.

Jika dilihat pada aspek ini diperoleh efek kognitif dan efek afektif secara bersamaan. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Dalam hal ini terdapat efek kognitif terhadap responden berdasarkan data yang diperoleh dalam bentuk pernyataan "Kegiatan kajian ini sangat bermanfaat dalam beberapa hal yang belum saya fahami dan ketahui" dengan jawaban 17 responden atau 57% menyatakan sangat setuju dan 13 responden atau 43% menyatakan setuju adanya efek kognitif atau perubahan dalam beberapa hal yang belum diketahui dan difahami oleh responden. Adapun efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak (responden). Dalam hal ini terdapat efek afektif terhadap responden berdasarkan data yang diperoleh dalam bentuk pernyataan "Pesan atau materi yang disampaikan mempengaruhi sikap atau perilaku saya" dengan jawaban 17 responden atau 57% menyatakan sangat setuju dan 13 responden atau 43% menyatakan setuju adanya efek afektif dalam perubahan perilaku dan sikap responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi, (2009). *Psikologi Umum*, Jakarta : Rieka Cipta.
- Anwar Yesmin, (2013). *Sosiologi Untuk Universitas*. Bandung : Refika Aditama.
- Dimiyati Ayat, (2016). *Tauhid Ilmu*, Bandung : LAZISMU Mujahidin.
- Nisa, Farhatun. (2018). Retorika K.H Junaedi Al-Baghdadi dalam Pengajian Dzikir Manaqib. dalam Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies* (3).
- Soenarjo, (1983). *Himpunan Istilah Komunikasi*, Yogyakarta: Liberty.
- Uchjana Onong Effendi, (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung :

N. Sakinah, S. Sumijati, T. Rahman

Rosdakarya.

Uchjana, Onong Effendi. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung :
PT. Citra A Bakti.



Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube

Regi Raisa Rahman^{1*}, Atjep Mukhlis¹, Acep Aripudin²

1Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

2Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung

* **Email:** regirahman96@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi media sosial membuat kepopuleran mudah didapat. Evie Effendi merupakan salah satu da'i populer di media sosial Youtube dilihat dari banyaknya jamaah, kalangan muda khususnya. Ia da'i nyentrik dan mempunyai ciri khas dalam dakwahnya yaitu mengenakan pakaian modis kaum muda serta selalu menambahkan humor dalam ceramahnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui, menganalisis dan mengkontruksi proses penyusunan retorika dalam dakwah Evie Effendi di video Youtube. Penelitian ini menggunakan beberapa teori seperti, teori retorika yang diungkapkan oleh Aristoteles tentang seni untuk mempengaruhi orang lain (*the art of persuasion*) menggunakan prinsip *ethos*, *pathos* dan *logos*. Teori retorika Jalaludin Rakhmat tentang imbauan persuasi dalam berpidato. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan sampling. Data-data dianalisis dan dideskripsikan sesuai dengan teori-teori terkait. Hasil penelitian membuktikan bahwa retorika yang diterapkan oleh Evie Effendi meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*, serta lima imbauan persuasi. Gaya bahasa yang digunakan Evie Effendi dalam dakwahnya meliputi, *ta'lim* dan *tarbiyah* (pengajaran dan pendidikan), *taẓkir* dan *tanbih* (peringat dan penyegaran kembali), *tarhib* dan *tabyir* (penggemaran amal sholeh dan penampilan berita pahala), *tarhib* dan *inzar* (menakut-nakuti dan menyampaikan berita siksa), *qashash* dan *rivayat* (penampilan kisah atau cerita masa lalu), serta *amar* dan *nahi* (perintah dan larangan). Kemudian, humor yang digunakan adalah humor *exaggeration*, parodi, *burlesque*, dan belokan mendadak.

Kata Kunci : Retorika; Evie Effendi; Dakwah; Youtube

ABSTRACT

The rapid development of social media technology has made it easy to get popularity. Evie Effendi is one of the popular da'i on Youtube social media seen from the many worshippers, especially young people. He was quirky and had a characteristic in his preaching which was

wearing fashionable clothes for young people and always adding humor in his lectures. The purpose of this study is to find out, analyze and construct the process of preparing rhetoric in the preaching of Evie Effendi on Youtube videos. This study uses several theories such as the rhetorical theory expressed by Aristotle about art to influence others (the art of persuasion) using the principles of ethos, pathos, and logos. The rhetorical theory of Jalaluddin Rakhmat about the appeal of persuasion in speeches. The method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. Data obtained through observation, documentation, and sampling. The data are analyzed and described in accordance with related theories. The results of the study prove that the rhetoric applied by Evie Effendi includes ethos, pathos, and logos, and five persuasion calls. The language style used by Evie Effendi in her preaching included, ta'lim and tarbiyah (teaching and education), tazkiir and tanbih (reminders and refreshes), targhib and tasyir (good charity and news reward appearance), tarhib and inzar (scare and news torture display), qashash and history (Appearance of stories or stories of the past), and amar and nahi (orders and prohibitions). Then, the humor used is humor exaggeration, parody, burlesque, and sudden turns.

Keywords : Rhetoric; Evie Effendi; Da'wah; Youtube

PENDAHULUAN

Belakangan muncul suatu fenomena baru dalam dakwah yaitu da'i selebritis atau da'i populer yang sangat digandrungi oleh masyarakat, terutama kaum muda. Fenomena ini tidak terlepas dari pengaruh era modern yang ditandai dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Media massa menjadi tidak hanya sebatas televisi dan surat kabar, tetapi berkembang melahirkan media baru yaitu internet yang sekarang ini menjadi paling banyak diakses oleh masyarakat. (Amnestika, 2014).

Hampir semua media menayangkan ceramah, renungan dan tausiyah dari para da'i. Sebagian da'i memang muka lama, tetapi sebagian lagi adalah da'i muka baru. Da'i yang terakhir inilah dengan tidak menunggu lama, popularitas sebagai selebritis melekat padanya karena sering tampil di media. Mereka tampil dengan gaya dan ciri khas masing-masing, entah asli dari bawaanya atau hanya skenario manajemen untuk menaikkan rating.

Seorang da'i mampu melantunkan ayat Alqur'an dengan indah, petuah-petuahnya yang bijak, piawai dalam menyampaikan materi dakwah dan mempunyai kharisma tinggi seolah-olah disimbolkan dengan da'i tradisional (Hidayatullah, 2015). Penulis tidak hendak mengatakan bahwa da'i selebriti atau da'i populer ini tidak memiliki kemampuan tradisional. Tetapi, dapat dilihat perbedaan keduanya.

Perbedaan tersebut terletak pada pengalaman apa yang sudah didakwahkan. Da'i tradisional akan muncul bila materi dakwah yang mereka sampaikan berbanding lurus dengan pengamalan yang ditunjukkan dalam praktik keseharian mereka, sementara da'i selebriti atau da'i populer (da'i pop) tidak

banyak dituntut untuk menyeimbangkan keduanya dalam mendapatkan kharismanya.

Salah satu da'i dapat dikategorikan pop adalah Evie Effendi. Evie Effendi sering mengisi acara di beberapa stasiun televisi dan di media sosial internet, seperti *instagram*, *youtube*, dan *facebook* sehingga membuatnya populer di masyarakat. Untuk menjadi da'i terkenal/populer, Evie Effendi telah melalui perjalanan panjang. Sebelum Evie Effendi populer, ia pernah menjadi berandal, adu jotos, hingga dipenjara selama 3 bulan pada tahun 2000. Belajar dari kejadian-kejadian itu, ia berhijrah menjadi pribadi yang "taat beragama" dan rajin mendatangi kajian atau pengajian di masjid-masjid. Ia belajar lebih dekat memahami ilmu pengetahuan dan syariat ajaran Islam. Semasa itu, Evie Effendi mulai berani menularkan pengetahuan agama Islam kepada teman-temannya, secara bertahap ia mengajarkan baca Alqur'an dan mengajak sahabatnya untuk hijrah (Gandapura. 2017). Inilah awal Evie Effendi melakukan dakwah hingga sekarang

Pemahaman itu juga yang terus digali oleh Evie Effendi selama ia dalam proses hijrah hingga dakwahnya berkembang sampai sekarang. Ia memiliki tekad untuk mengajak seluruh kaula muda di Bandung khususnya, berhijrah seperti dirinya. Tekadnya tersebut direalisasikan dalam bentuk dakwah yang unik dan nyentrik. Ia tidak berpakaian layaknya da'i-da'i populer yang lain, berbaju koko atau gamis, tetapi ia justru berpakaian modis dan gaul, layaknya kaula muda yang menjadi objek dakwahnya. Ia juga merangkul para pelaku kejahatan, korban narkoba dan pentolan geng motor. Banyak di antara mereka yang hijrah ke jalan yang lebih baik dikarenakan dakwah Evie Effendi.

Dalam menghadapi tantangan era modern seorang da'i harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, menurut Jalaludin Rakhmat (1985: 262) ada enam komponen kredibilitas komunikasi yaitu pertama, *expertise*, yaitu mempunyai keahlian dalam suatu topik yang dibicarakan. Kedua, *trust worthnness*, yaitu dapat dipercaya karena cerdas, mampu dan berakhlak mulia, dan berpengalaman. Ketiga, *communication skill*, yaitu kemampuan dalam berkomunikasi. Keempat, *knowledge*, yaitu pengetahuannya haruslah luas. Kelima, *attitude*, yaitu baik dalam bersikap. Keenam, *social and culture system*, yaitu mampu beradaptasi dengan sistem dan budaya sosial.

Menurut Basrah Lubis (1991: 57) pendakwah harus memahami antara memberikan ceramah di lingkungan sosial kelas bawah dengan masyarakat berpendidikan. Seorang da'i dituntut untuk memiliki kepandaian retorika, sebab dengan penguasaan retorika seorang da'i dapat memotivasi pendengar menuju tingkah laku atau sikap yang sesuai dengan pesan dakwahnya.

Retorika atau sering disebut *public speaking* adalah suatu bentuk komunikasi

lisan yang disampaikan kepada orang banyak, tetapi retorika itu tidak hanya sekedar berbicara dihadapan umum, melainkan merupakan suatu gabungan antara seni berbicara dan pengetahuan suatu masalah tertentu untuk meyakinkan pihak orang banyak melalui pendekatan persuasif (Rahmat, 1999: 9). Rasulullah dalam berdakwah selalu mengedepankan kehati-hatian, supaya pesan yang akan beliau sampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas, sebagaimana hadits Rasulullah SAW: *“Berbicaralah kepada manusia, menurut kadar akal (kecerdasan) mereka masing-masing. (HR. Muslim)”* (Fachrudin Hs, etc., 1978: 346).

Sesuai penjelasan di atas yang menjadi hal penting dari keberhasilan dakwah Evie Effendi adalah kemampuannya dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga banyak jamaahnya yang berhijrah dari yang buruk berpindah kejalan yang lebih baik terutama dari kalangan kaula muda. Keberhasilannya tersebut tidak lepas dari pemanfaatan media lain seperti media sosial Youtube. Evie Effendi memiliki *channel Youtube* sendiri yang bernama Evie Effendi Official dengan jumlah pengikut 184 ribu orang dan 225 video. Dengan adanya media sosial ini tentu masyarakat diuntungkan dapat dengan mudah mengakses video ceramah Evie Effendi tanpa batasan ruang dan waktu (Amnestika, 2014).

Penelitian terdahulu yang membahas retorika adalah Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video *Youtube* yang disusun oleh Aishatul Cholifah pada tahun 2018. Penelitian ini membahas mengenai retorika Ustadzah Haneen Akira di video youtube. Dalam mengidentifikasi persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif non kanchah. Kemudian data yang diperoleh, peneliti menggunakan observasi dan dokumentasi. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis semiotik Ferdinand De Saussure.

Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu terdapat pada teknik analisis data. Pada teknik analisis data ini, tahapan pertama yang akan penulis lakukan adalah dengan mentranskripsikan rekaman audio visual atau video dari ceramah Evie Effendi yang didapatkan dari *Youtube*, kedalam bentuk tulisan atau teks agar mudah untuk dianalisis. Kemudian, penulis akan mendeskripsikan dan menganalisis retorika yang digunakan oleh Evie Effendi berdasarkan teori-teori yang ada.

LANDASAN TEORITIS

Penggunaan Retorika dalam dakwah, baik sebagai strategi maupun seni yang bertujuan agar dakwah (ceramah) lebih baik dan indah. Retorika (seni dalam berbicara) merupakan kebutuhan dasar kemanusiaan. Retorika dalam dakwah biasanya diterapkan agar pelaksanaan dakwah (ceramah) lebih menarik, lebih indah dan menghindari suasana monoton atau datar.

Retorika sebagai seni berbicara makin intensif digunakan para penceramah atau mubaligh ketika menyampaikan ceramahnya atau tablighnya. Nama-nama

da'i mulai paling senior hingga yang junior seperti Zaenudin MZ, Jujun Junaedi dan Evie Effendi diantara da'i-da'i populer pada level nasional, lokal bahkan global menjadikan retorika sebagai strategi dalam menyusun kata dan kalimat dalam ceramahnya. Karenanya, seni berbicara (retorika) dalam berbicara didepan khalayak umat maupun diruangan akan tetap memberikan daya tarik karena merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia.

Kajian Teoritis

Teori Aristoteles

Aristoteles mengasumsikan bahwa reotrika merupakan seni berbicara untuk mempengaruhi orang lain (Onong, 2013 :55). Aristoteles adalah seorang murid Plato yang paling cerdas. Tiga jilid buku telah ia tulis dengan judul *De Arte Rhetorica*. Dari Aristoteles, kita memperoleh lima tahap penyusunan pidato, yang terkenal sebagai The Five Canons of Rhetoric(Lima Hukum Retorika), sebagai berikut:

Pertama, Inventio (penemuan). Maksud dari penemuan disini, yaitu pembicara melakukan riset atau penggalian topik kepada khalayak dengan tujuan untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Pada tahap ini juga, komunikator menentukan tujuan dan mengumpulkan bahan yang sesuai dengan kebutuhan khalayak (Rakhmat, 2011: 7).

Kedua, Dispositio (penyusunan). Penyusunan disini maksudnya ialah pembicara harus mengorganisasikan pesan atau Aristoteles menyebutnya taxis atau pembagian (Rahmat, 2011: 7). Pembagian tersebut ia susun menjadi tiga bagian yaitu: pendahuluan, badan, dan kesimpulan (Onong ,2013 :55). Menurutnya, pendahuluan dapat dijadikan sebagai upaya untuk menarik perhatian khalayak, menumbuhkan kredibilitas, dan menjelaskan tujuan.

Ketiga, Elucatio (gaya). Pada tahap ini pembicara menggunakan bahasa yang tepat dalam menyampaikan pesannya. Aristoteles mengatakan “pilihlah bahasa yang sesuai, benar, dan dapat diterima; pilih kata-kata yang jelas dan langsung; sampaikan kalimat yang indah, mulia, dan hidup; dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak, dan pembicara” (Rakhmat, 2011: 8).

Keempat, Memoria (memori). Pada tahap ini pembicara harus mengingat apa yang akan disampaikannya dengan mengatur materi atau pesan. Diantara semua peninggalan retorika klasik, memori menjadi hal yang kurang mendapatkan perhatian

Kelima, Pronuntiatio (penyampaian). Penyampaian disini maksudnya adalah pembicara harus pandai menyampaikan pesannya dengan cara yang tidak monoton. Pembicara harus pandai dalam mengatur kata-kata, olah vocal, dan gestur tubuhnya (Ridwan, 2013: 52-53).

Kemudian, Aristoteles menyebutkan ada tiga cara untuk mempengaruhi manusia yaitu: *Ethos*, adalah suatu sikap yang menunjukkan seorang komunikator

memang ahli dibidangnya atau memiliki kredibilitas, sehingga meyakinkan khalayak untuk mempercayainya (Uchjana, 1993: 352). Komunikator harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (Rakhmat, 2011: 7). *Pathos*, berarti pembicara melibatkan perasaan atau emosi. Seorang komunikator harus mampu membangkitkan perasaan khalayaknya. Ini biasanya ditandai dengan seorang komunikator menggunakan bahasa atau kata-kata yang dapat menggugah perasaan atau emosi khalayak (Uchjana, 1993: 352). Jalaludin Rakhmat mengemukakan bahwa komunikator harus menyentuh hati khalayak: perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang mereka. Para ahli retorika modern menyebutnya imbauan emosional (*emotional appeals*). (Rakhmat, 2011: 7). *Logos*, pembicara meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti. Disini pembicara mendekati khalayak lewat otaknya. (Rakhmat, 2011: 7).

Teori Jalaludin Rakhmat

Menurut Jalaludin Rakhmat (2013: 294), komunikator harus menyentuh motif khalayak dalam mempengaruhi orang ketika berpidato, agar mereka dapat mengaplikasikan pesan-pesan yang disampaikan. Jalaludin Rakhmat mengasumsikan bahwa prinsip-prinsip menyampaikan pidato perlu dimiliki seorang komunikator, salah satunya yaitu penggunaan bentuk persuasi yang meliputi, berikut:

Pertama, Imbauan rasional adalah pendekatan terhadap khalayak melalui akal mereka disertai dengan bukti empirik agar mereka yakin terhadap bukti tersebut dan dapat mencernanya dengan baik.

Kedua, Imbauan emosional adalah imbauan melalui perasaan senang, haru, dan semangat khalayak. Biasanya ketika komunikator menggunakan imbauan ini, dapat ditandai dengan perkataan dan gaya bahasa yang menyentuh hati.

Ketiga, Imbauan takut adalah imbauan yang digunakan untuk membuat perasaan orang lain menjadi cemas, khawatir, bahkan mengancam serta dapat membangkitkan perasaan emosi.

Keempat, Imbauan ganjaran adalah imbauan dengan memberikan khalayak kesempatan untuk mendapatkan pahala atau imbalan dengan membuat suatu perjanjian.

Kelima, Imbauan motivasional adalah imbauan yang digunakan untuk menyentuh kondisi internal khalayak, dan imbauan ini diklasifikasikan ke dalam dua motif yaitu motif biologis dan psikologis.

Kajian Konseptual

Sejak dahulu, dakwah telah mengalami perubahan dan perkembangan. Jika dahulu dakwah dilakukan dengan sederhana, saat ini dakwah dilakukan dengan berbagai metode, media, dan strategi. Seiring dengan kemajuan teknologi di zaman modern ini, dakwah dikemas dengan berbagai alat dan media komunikasi yang canggih. Oleh karena itu, aktivitas dan materi dakwah tersebar di berbagai media, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Metode dakwah pada zaman dahulu salah satunya yaitu metode ceramah. Metode ini adalah salah satu karakteristik dakwah pada masa nabi dalam periode Mekah. Meskipun demikian, saat ini metode ceramah diragukan keefektifitasannya oleh para pengkritik. Mereka menyatakan bahwa dakwah dengan metode ceramah sudah terlalu konvensional. (Abidin, 2013: 123).

Walaupun metode ceramah ini mendapat banyak kritikan, ternyata metode ini tidak dapat tergantikan oleh metode lain yang lebih canggih (Abidin, 2013: 123). Metode ceramah memiliki keunikan tersendiri, yaitu dapat secara langsung face to face, lebih akrab dan lebih personal. Apalagi dalam Islam, ceramah tidak bisa dihindari dari beberapa aktifitas ibadah seperti, sholat jum'at, sholat Idul Fitri, sholat Idul Adha, dsb.

Menurut Yusuf Zainal Abidin (2013: 124), dalam ilmu komunikasi, ceramah atau pidato merupakan bagian dari Public speaking. Public speaking merupakan komunikasi yang melibatkan pembicara dan khalayak yang banyak, sehingga dibutuhkan keahlian khusus dalam melakukannya.

Dalam buku Retorika Modern karya Jalaludin Rakhmat, terdapat beberapa tahap dalam mempersiapkan dan menyusun pidato, yaitu:

Memilih Topik dan Tujuan

Sebelum berpidato, pembicara harus mengetahui apa yang akan disampaikan kepada khalayak dan apa yang dibutuhkan oleh khalayak. Singkatnya, pembicara harus menyiapkan topik bahasan dan tujuan. Menurut Jalaludin Rakhmat (2011: 19) terdapat beberapa cara dalam merumuskan topik dan memperjelas tujuan, yaitu:

Pertama, sumber-sumber topik. Prof Wayne N. Thompson menyusun sistematika sumber topik sebagai berikut: pengalaman pribadi, hobi dan keterampilan, pengalaman pekerjaan atau profesi, pelajaran sekolah atau kuliah, pendapat pribadi, peristiwa hangat dan pembicaraan publik, masalah pribadi, kilasan biografi, kejadian khusus, dan minat khalayak. Sesuai dengan sumber topik yang dipaparkan diatas, pembicara dapat menentukan topik sesuai dengan latarbelakang pengetahuannya. (Rakhmat, 2011: 20).

Kedua, merumuskan judul. Jalaludin Rakhmat (2010: 23) merumuskan judul dengan tiga syarat berikut, yaitu: Pertama, judul harus relevan, artinya judul harus sesuai dengan topik yang akan disampaikan. Kedua, judul harus profokatif, yaitu harus menimbulkan minat pendengar untuk mengetahui isi pidato. Ketiga, judul harus singkat, artinya judul harus mudah dipahami dan diingat oleh pendengar.

Ketiga, menentukan tujuan. Menurut Jalaludin Rakhmat (2010: 24) tujuan terbagi menjadi dua macam, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dirumuskan menjadi tiga hal: Pertama, tujuan bersifat informatif yaitu untuk memberitahukan dan menambah pengetahuan pendengar. Kedua, tujuan bersifat persuasif, yaitu untuk mempengaruhi pendengar agar percaya terhadap sesuatu serta membakar semangat dan antusiasmenya. Ketiga, tujuan bersifat rekreatif, yaitu untuk menghibur pendengar.

Sementara itu, tujuan khusus adalah tujuan hasil dari penjabaran dari tujuan umum. Misalnya, dalam tujuan informative maka pembicara akan memaparkan informasi-informasi ilmiah mengenai suatu hal yang terjadi di masyarakat. Apa yang ingin dicapai oleh pembicara akan terlihat pada tujuan khususnya. (Rakhmat, 2011: 24).

Mengembangkan Bahasan

Apabila pembicara telah menentukan topik bahasan, maka selanjutnya pembicara perlu menentukan keterangan penunjang topik bahasan. Hal itu perlu dilakukan agar uraian menjadi jelas, menambah daya tarik dan mempermudah pengertian. Ada beberapa uraian yang dijelaskan oleh Jalaludin Rakhmat mengenai keterangan penunjang, yaitu:

Pertama, penjelasan. Penjelasan merupakan suatu keterangan penunjang. Penjelasan akan diperlukan dalam pidato informatif, karena uraiannya merupakan penjelasan. Penjelasan dapat digambarkan dengan definisi atau alat-alat visual. Misalnya komunikasi berasal dari "*communis*" yang artinya kebersamaan. Definisi seperti ini disebut definisi etimologis. Arti komunikasi sudah dijelaskan oleh banyak sarjana. Satu diantaranya dapat kita ambil. Ini adalah definisi ahli (*definition by authority*). Komunikasi dapat berarti hubungan antara pembaca dengan penulis, antara pembicara dan pendengar. Cara ini disebut definisi contoh (*definition by exemplification*). Bila kita menjelaskan komunikasi secara terinci, ruang lingkup dan bagian-bagiannya, kita membuat define uraian (*definition by explication*). Tetapi bila kita menekankan komunikasi bukan urusan angkutan antar kota, bukan sekedar kontak saja, dan bukan pula sekedar bicara, kita sedang menjelaskan dengan definisi periolakan (*definition by negotiation*) (Rakhmat, 2011: 27).

Kedua, contoh. Untuk memudahkan pendengar dalam memahami gagasan pembicara, maka pemberian contoh sangat diperlukan. Contoh dapat berupa ilustrasi atau cerita yang terinci. Ada dua macam ilustrasi: hipotesis dan faktual. Ilustrasi hipotesis terjadi bila kita membayangkan sesuatu yang akan terjadi atau menceritakan perumpamaan dengan tokoh rekaan sebagai penjelas pernyataan sebelumnya. Ilustrasi faktual yaitu cerita yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, kisah orang-orang besar atau peristiwa aktual dalam surat kabar dan majalah dapat dipakai untuk memperjelas pidato. Ada juga jenis contoh yang tidak terinci

yaitu pemisalan (*specific instances*). Pemisalan adalah ilustrasi faktual yang dipadatkan. Biasanya ini dibuat karena pertimbangan waktu dan banyak contoh (Rakhmat, 2011: 27).

Ketiga, analogi. Analogi ialah perbandingan antara dua hal atau lebih untuk menunjukkan persamaannya atau perbedaannya. Ada dua macam analogi: harfiah dan kiyasan. Analogi harfiah (*literal analogy*) ialah perbandingan diantara objek-objek dari kelompok yang sama, karena adanya persamaan dalam beberapa aspek tertentu. Membandingkan antara manusia dan monyet secara biologis adalah contohnya. Banyak ahli pidato yang menggunakan analogi kiasan. Objek-objek yang diperbandingkan tidak termasuk kelompok yang sama (Rakhmat, 2011: 28).

Keempat, testimoni. Testimoni adalah pernyataan ahli yang dikutip untuk menunjang keterangan. Pernyataan itu dapat diambil dari pidato, karangan, artikel makalah, laporan dan sebagainya. Testimoni dapat digunakan untuk memperlengkap keterangan (Rakhmat, 2011: 29).

Kelima, statistik. Statistik adalah angka-angka yang digunakan untuk menunjukkan perbandingan kasus dalam jenis tertentu. statistik diambil untuk menimbulkan kesan yang kuat, memperjelas dan meyakinkan. Tetapi karena angka sebenarnya hal yang abstrak, statistik baru baik digunakan bila statistik itu dibuat kongkret atau tidak membosankan. Gunakan bilangan yang dibulatkan. Hubungkan dengan hal-hal yang dapat diketahui oleh khalayak. Tunjukkan sumber statistik yang tertentu (Rakhmat, 2011: 29).

Keenam, perulangan. Sesuatu yang diulang-ulang dapat menimbulkan kesan yang kuat. Perulangan bukan hanya sekedar menyebut kembali kata-kata yang telah diucapkan, tetapi juga menyebutkan gagasan yang sama dengan kata-kata yang berbeda (Rakhmat, 2011: 30).

Cara Membuka dan Menutup Pidato

Bagian paling penting dalam pidato adalah pembukaan. Karenanya, akan hancur komposisi pidato apabila gagal dalam pembukaan. Tujuan utama pembukaan pidato ialah membangkitkan perhatian, memperjelas latar belakang pembicara dan menciptakan kesan yang baik mengenai komunikator (Rakhmat, 2011: 53).

Menurut Jalaludin Rakhmat (2011: 53), cara membuka pidato bergantung pada topik, tujuan, situasi, dan khalayak. Cara-cara berikut dapat dijadikan sebagai pedoman: langsung menyebutkan pokok persoalan, melukiskan latarbelakang masalah, menghubungkan dengan peristiwa mutakhir atau kejadian yang tengah menjadi pusat perhatian khalayak, menghubungkan dengan peristiwa yang sedang diperingati, menghubungkan dengan tempat komunikator berpidato, menghubungkan dengan suasana emosi yang tengah meliputi khalayak, menghubungkan dengan kejadian sejarah yang terjadi di masa lalu, menghubungkan dengan kepentingan vital pendengar, memberikan pujian pada khalayak atas prestasi mereka, memulai dengan pernyataan yang mengejutkan, mengajukan pertanyaan provokatif atau serentetan pertanyaan, menyatakan

kutipan, menceritakan pengalaman pribadi, mengisahkan cerita faktual, fiktif atau situasi hipotesis, menyatakan teori atau prinsip-prinsip yang diakui kebenarannya, dan membuat humor.

Selanjutnya, yang perlu diketahui adalah cara menutup pidato. Menutup pidato harus membuat para pendengar fokus terhadap kesimpulan yang akan diberikan oleh pembicara. Karena itu penutup pidato harus dapat menjelaskan seluruh tujuan komposisi, memperkuat daya persuasi, mendorong pemikiran dan tindakan yang diharapkan, menciptakan klimaks dan menimbulkan kesan terakhir yang positif (Rakhmat, 2011: 59).

Ada dua macam penutup yang buruk: berhenti tiba-tiba tanpa memberikan gambaran komposisi yang sempurna, atau berlarut-larut tanpa pengetahuan dimana harus berhenti. Untuk menghindari hal seperti ini, penutup pidato harus direncanakan sebelumnya lebih baik dihapal diluar kepala. Berikut ini adalah beberapa cara menutup pidato: menyimpulkan atau mengemukakan ikhtisar pembicaraan, menyatakan kembali gagasan utama dengan kalimat atau kata yang berbeda, mendorong khalayak untuk bertindak, mengakhiri dengan klimaks, mengatakan kutipan sajak, kitab suci, peribahasa, atau ucapan ahli, menceritakan contoh yang berupa ilustrasi dari tema pembicaraan, menerangkan maksud sebenarnya pribadi pembicara, memuji dan menghargai khalayak, dan membuat pernyataan yang humoris atau anekdot lucu (Rakhmat, 2011: 60).

Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang lengkap dapat dipelajari dari buku-buku kesusastraan (Rakhmat, 2011: 51). Ada enam gaya bahasa yang dapat digunakan oleh da'i dalam retorika dakwah, yang dijelaskan oleh Hasjmy dalam buku *Dustur Da'wah Menurut Al Qur'an*, yaitu:

Pertama, ta'lim dan tarbiyah. Uslub dakwah dalam Alqur'an nadanya bermacam-macam, menyesuaikan waktu dan keadaan. Dakwah Alqur'aniyah lebih diutamakan dengan pengajaran dan Pendidikan. Sasaran pokok dakwah Alqur'aniyah yaitu aqidah dan syar'iyah atau iman dan amal sholeh (Wibisono, 1992: 9).

Dengan demikian telah jelas bahwa dakwah dengan menggunakan ta'lim dan tarbiyah sesuai dengan Alqur'an. Ta'lim dan tarbiyah dalam hal ini yaitu mengajarkan dan mendidik manusia agar benar-benar mempunyai aqidah yang shahih dan bermuamalah dalam segala bidang dengan berpedoman pada ajaran Alqur'an. Dalam gaya bahasa bentuk ini, ta'lim yang berarti pengajaran yaitu mengajar atau memberi pelajaran yang bersandar pada pengetahuan dan penyelidikan. Tarbiyah atau pendidikan yaitu mendidik manusia agar dengan pengetahuan dan penyelidikan yang telah diajarkan itu benar-benar menjadi sadar akan akidah dan syari'ah. Da'i bertugas untuk membuka pandangan audiens untuk melihat kebenaran dan memberi pengertian kepada orang jahil akan

hakikat kebenaran, dan dengan mengembangkan segala jalan pengajaran dan pendidikan, agar kebenaran itu sampai kepada audiens (A. Hasjmy, 1974: 266-267).

Kedua, tazkir dan tanbih. Setelah mengajar dan mendidik yang berlandaskan ilmu pengetahuan dan penyelidikan, agar pengetahuan yang telah didapatinya dapat diamalkan dan tidak dilupakan, maka harus diingat dan disadarkan kembali akan Pendidikan dan pengajaran yang telah diterimanya. Disinilah dawkah menurut uslub Alqur'an harus berdasarkan tazkir dan tanbih. (A. Hasjmy, 1974: 272).

Pengingatan dan penyegaran kembali hanya berguna bagi orang-orang yang beriman, artinya orang yang telah mendapatkan pengajaran dan Pendidikan tentang keimanan, hal itu tidak akan berguna sama sekali bagi mereka yang belum pernah menerima Pendidikan dan pengajaran tersebut (A. Hasjmy, 1974: 272). Seperti yang dijelaskan dalam Alqur'an: "Dan ingatlah, karena sesungguhnya peringatan kembali akan berguna bagi orang yang telah beriman" (Q.S Az-Zariyat: 55).

Ketiga, targhib dan tabsyir. Untuk orang yang celaka dan tidak dapat memanfaatkan pengingatan dan penyegaran kembali akan pengetahuan yang telah dipelajarinya harus terus didakwahi dengan nada yang lain, dengan harapan hatinya akan terbuka untuk menerima kebenaran. Bahasa yang tepat digunakan untuk manusia yang celaka yaitu targhib dan tabsyir. Di dalam Alqur'an surat Al-Baqarah ayat 25 telah dijelaskan mengenai hal tersebut:

"Dan sampaikanlah berita gembira kepada mereka yang beriman dan berbuat baik, bahwa bagi mereka disediakan surge-surga yang mengalir sungai didalamnya. Setiap mereka diberi rezeki buah-buahan dalam surge-surga itu, mereka mengatakan: "inilah yang pernah diberikan pada kami dahulu." Mereka diberi buah-buahan serupadan untuk mereka didalamnya ada istri-istri yang suci dan mereka kekal didalamnya."

Imam Ghazali mengemukakan lima contoh uslub dakwah dalam Alqur'an yang bernada targhib dan tabsyir yaitu: permintaan ketaatan, penuntutan berakhlak mulia, pengasuhan bertaqwa, pengemaran beriman dan beramal sholeh, pendorong agar tambah mentaati (A. Hasjmy, 1974: 278-281).

Keempat, tarhib dan inzar. Untuk orang celaka yang masih membangkang setelah menerima dakwah yang bernadakan targhib dan tabsyir, maka harus dilanjutkan dengan dakwah yang bernada tarhib dan inzar (menakut-nakuti dan menyampaikan berita dosa). Gaya bahasa ini berisikan tentang penakutan kepada mad'u dengan menampilkan berita siksa akibat perbuatan tercela dan perkataan dusta (A. Hasjmy, 1974: 282).

Muhammad Ghazali mengemukakan ada lima contoh gaya Bahasa tarhib dan inzar, yaitu: penyebutan nama allah, penampilan kemesuman, pengungkapan tentang bahaya, penegasan adanya bahaya segera, penyebutan peristiwa akhirat

(A. Hasjmy, 1974: 283).

Kelima, qashash dan riwayat. Gaya Bahasa ini merupakan tindakan selanjutnya apabila setelah diperingati dengan tarhib dan inzar masih tetap tidak sadar. Qashash dan riwayat Yaitu cerita masa lalu yang dialami oleh manusia atau suatu kaum tentang akibat baik dan buruk yang telah dialami disebabkan oleh perbuatannya (A. Hasjmy, 1974: 288).

Keenam, amar dan nahi. Tindakan terakhir yaitu dengan menggunakan gaya Bahasa Amar dan nahyi (perintah dan larangan). Ini maksudnya adalah gaya bahasa yang mengandung peringatan untuk mewajibkan kepada umat muslim agar melakukan perbuatan yang baik dan meninggalkan perbuatan yang buruk. Dalam Alqur'an banyak terdapat ayat yang bernadakan amar dan nahyi. Jadi, sifat dakwahnya adalah gotong royong saling terkait satu sama lain antara anggota masyarakat Alqur'an bahkan sampai antar kelompok dalam masyarakat (A. Hasjmy, 1974: 292).

Humor

Humor merupakan salah satu metode rekreatif dalam berdakwah, karena dengan adanya humor dalam dakwah, pendengar/mad'u menjadi tidak merasa bosan dengan dakwah yang disampaikan. Boleh jadi ada orang yang menangis karena gembira, tetapi jarang sekali orang tertawa karena sedih.

Dalam buku Retorika Modern (Rakhmat, 2011: 126-134) terdapat dua teori humor yang sering digunakan bukan saja oleh para pelawak tetapi juga digunakan oleh filsuf.

1). Teori Superioritas dan Degradasi

Menurut Plato dan Aristoteles, kita akan tertawa apabila menyaksikan sesuatu yang janggal, keliru atau cacat. Sesuatu yang janggal tersebut adalah objek tertawa kita, sedangkan subjeknya adalah pembicara. Kita akan menertawakan sesuatu yang janggal karena kita tidak mempunyai sifat-sifat janggal itu. Sebagai subjek, pembicara memiliki kelebihan (*superioritas*), dan objek tertawa kita mempunyai sifat-sifat yang rendah/janggal.

Teori ini memiliki teknik tertentu dalam penggunaannya. Diantara teknik-teknik tersebut adalah: *Exaggeration*: berarti melebihkan sesuatu secara tidak proporsional. Teknik ini digunakan untuk membongkar kejelekan sejelas-jelasnya dengan maksud mengoreksinya. *Parodi*: adalah sejenis komposisi dimana gaya suatu karya (seperti prosa, puisi atau prosa liris) yang serius ditiru dengan maksud melucu. Dalam pidato rekreatif, parodi dapat berupa peniruan suara dan gaya bicara seorang tokoh atau peniruan verbal terhadap karya sastra atau karya-karya tulis yang serius. *Ironi*: adalah menggunakan kata-kata untuk menyampaikan makna yang bertentangan dengan makna harfiahnya. *Burlesque*: adalah teknik membuat humor dengan memperlakukan hal-hal yang seenaknya secara serius atau sebaliknya. *Perilaku aneh para tokoh*: para tokoh sudah menarik dengan

sendirinya, apalagi bila perilakunya aneh. Karena itu, lelucon mengenai orang besar sangat digemari orang. *Perilaku orang aneh*: perilaku orang aneh selalu dijadikan bumbu-bumbu humor. Tetapi penggunaannya dalam pidato rekreatif harus dilakukan sangat hati-hati. Bila kita agak ceroboh, kita bisa dihukum karena SARA.

2). Teori Bisosiasi

Teori ini dirumuskan oleh Arthur Koestler, tapi berasal dari filsuf-filsuf besar seperti Pascal, Kant, Spencer, Schopenhauer. Dalam teori ini disebutkan bahwa, humor timbul karena kita menemukan hal-hal yang tidak diduga, atau kalimat yang menimbulkan dua macam asosiasi. Yang pertama kita sebut teknik belokan mendadak, dan yang kedua yaitu asosiasi ganda (*puns*). Belokan mendadak: teknik ini menggunakan daya Tarik pendengar agar memperhatikan pembicaraan anda dengan serius, kemudian dari situ anda katakanlah sebaliknya. Puns: adalah teknik mempermainkan kata-kata yang mempunyai makna ganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evie Effendi merupakan seorang ustadz yang cukup terkenal dikalangan kaula muda. Tetapi beliau sekilas tak tampak seperti ustadz, gayanya nyentrik seperti gaya anak muda, memakai kupluk, dan gaya bicaranya gaul, nyunda. Dengan gayanya itu, ia lebih dapat diterima oleh kalangan remaja dan pemuda.

Kepopulerannya menjadi seorang pendakwah menuntun Evie untuk mengisi di berbagai acara. Pada akhir tahun 2015 ia mulai mengisi di salah satu stasiun TV yaitu Net TV biro Jabar dalam acara Risalah Hati sampai sekarang pun ia masih mengisi di Net Tv biro Jabar. Di akhir tahun yang sama juga Evie mengudara melalui ceramahnya di salah satu radio Bandung yaitu Radio Hits dalam acara Mutiara Pagi setiap pukul 05.00-06.00 WIB (Baban Gandapurnama, 2017).

Banyaknya kegiatan dakwah yang Evie lakukan tidak membuatnya menjadi orang yang takabur atau sombong beliau senantiasa menjadi orang yang humble kepada para jamaahnya setiap kali berdakwah. Selain itu beliau juga aktif di media sosial seperti Instagram dengan membuat konten-konten video atau pesan-pesan singkat tentang Islam yang sangat bermanfaat bagi jamaah atau orang yang membaca/melihatnya. Ciri khas beliau selain menggunakan gaya busana yang berbeda adalah jargon atau motto beliau dalam berdakwah yaitu “Jangan Lupa Bahagia” (Fatturohman, 2017). Jargon tersebut sering beliau ucapkan ketika akan berdakwah atau pesan dalam konten video di media sosial. Sehingga masyarakat atau jamaah mengenali beliau dengan jargon tersebut. Salah satu pesan Evie Effendi yang seperti pantun:

“Dakwah itu mengajak, bukan mengejek

Dakwah itu merangkul bukan memukul

Dakwah itu memberi solusi, bukan beraksi, apalagi berselfi

Dakwah itu beraksi, bukan berdiam diri” (Faturrahman, 2017).

Proses Penyusunan Retorika dalam Dakwah Evie Effendi di Video Youtube

Retorika merupakan seni berbicara yang memiliki peran penting dalam kegiatan dakwah, salah satu bentuk dakwah yang memerlukan kemampuan retorika yang baik adalah tabligh. Tabligh adalah suatu kegiatan menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan lisan, tulisan, dan media elektronik, sehingga retorika perlu diterapkan oleh para mubaligh yang menyampaikan dakwah khususnya secara lisan agar pesan-pesan dakwah tersebut sampai dan dapat dipahami oleh khalayak.

Evie Effendi dalam dakwahnya, menggunakan bentuk dakwah tabligh, sehingga dalam pelaksanaannya perlu menggunakan retorika yang baik agar pesan dakwah dapat sampai kepada khalayak dan diaplikasikan dalam kehidupan khalayak.

Data primer yang disajikan oleh peneliti adalah video Dakwah Evie Effendi dalam tausiyahnya di Bandung dengan tema *Rek Kitu Wae?* Yang peneliti dapat dari Youtube. Dalam penyajian data ini akan dijelaskan bagaimana retorika dakwah Evie Effendi di Youtube. Untuk mengungkapkan retorika dakwah Evie Effendi peneliti menganalisis video Youtube dengan judul “*Rek Kitu Wae?*”. Youtube adalah salah satu media bagi umat Muslim untuk melakukan dakwah di Era modern. Youtube berpotensi sebagai media yang diakses hampir semua orang di Indonesia. Tercatat tahun 2015 Indonesia menjadi salah satu Negara pengakses Youtube terbesar se-Asia Pasifik yakni meningkat hingga 130 persen (Nistanto, 2015).

Berdasarkan analisis peneliti terhadap data tersebut, Evie Effendi menerapkan beberapa hal yang menjadi prinsip-prinsip retorika.

Penerapan Lima Hukum Dasar Retorika

Aristoteles menyebutkan bahwa ada lima hukum dasar dalam penyusunan pidato (*The Five Canons of Rhetoric*). Dalam dakwah Evie Effendi, ia melaksanakan beberapa hal:

Pertama, inventio (penemuan). Penemuan diinterpretasikan secara luas sebagai sekelompok informasi dan pengetahuan yang dibawa oleh pembicara kedalam situasi berbicara” (Zaini A, 2017). Kajian yang dilakukan oleh Evie Effendi, selalu dihadiri ataupun ditonton oleh banyak orang dari kalangan kaula muda. Terbukti, berdasarkan data primer video yang diambil dari youtube, video tersebut telah ditonton oleh 1 juta lebih penonton. (Rakhmat, 2011: 8).

Kedua, dispositio (penyusunan). Berdasarkan analisis terhadap data yang dihimpun dari video ceramah Evie Effendi, penyusunan pesan yang diterapkan

oleh Evie Effendi hampir sesuai dengan teori Aristoteles. Pada bagian pendahuluan, diisi dengan salam, shalawat, membaca ayat Alqur'an dan hadits yang berkaitan dengan tema, dan pembukaan kalimat yang menggambarkan tema dari ceramah tersebut.

Dari hasil analisis penulis, dalam pendahuluan diatas Evie Effendi menggunakan ayat Alqur'an dan hadits sebagai upaya untuk menumbuhkan kredibilitas. Kemudian disisipi kata singkatan dan humor agar menarik perhatian pendengar. Selanjutnya menjelaskan maksud dan tujuan dari tema yang telah ditentukan.

Setelah pembukaan, Evie Effendi melanjutkan ke bagian pembahasan materi sesuai tema. Ini termasuk pada bagian badan penyusunan pesan. Pembahasan materi dilakukan dengan cerita pengalaman yang dikemas dengan humor yang nantinya akan diambil hikmah dari cerita pengalaman tersebut dan dijelaskan kaitannya dengan ilmu-ilmu agama.

Kemudian, setelah menyampaikan isi ceramahnya, Evie Effendi tidak menutup dengan kesimpulan melainkan dengan membuka sesi Tanya jawab mengenai tema pembahasan maupun dari luar pembahasan. Ini menandakan bahwa penyusunan materi ceramah yang dilakukan Evie Effendi hampir sama dengan teori Aristoteles yang dijelaskan diatas, namun dalam ceramah Evie Effendi tidak menggunakan kesimpulan sebagai penutup ceramah.

Berdasarkan uraian diatas, Evie Effendi sebelum melakukan ceramah, ia telah mengonsep susunan materi, tetapi tidak dengan bahasan yang ia sampaikan. Pembahasannya lebih bersifat spontan sesuai dengan pengetahuan dan pengalamannya karena itu Evie Effendi lebih banyak menyisipkan cerita pengalaman dibungkus dengan humor sehingga pendengar tidak merasa bosan saat mendengarkan ceramahnya.

Ketiga, elucatio (gaya). Tahap ini telah dilakukan oleh Evie Effendi dalam ceramahnya, ia selalu menggunakan bahasa campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa daerah Sunda. Hal tersebut dikarenakan tempat Evie Effendi ceramah, bertempat didaerah bandung yang pada dasarnya menggunakan bahasa Sunda, kemudian dikhawatirkan terdapat Jemaah yang berasal dari luar daerah serta kebutuhan untuk disebarkan di media social sehingga Evie Effendi menggunakan bahasa Indonesia.

Kemudian dalam hal diksi, kalimat yang indah dan tepat, Evie Effendi juga menerapkan hal itu dalam ceramahnya. Ia menggunakan gaya bicara sesuai dengan keadaan pendengarnya yang kebanyakan adalah anak muda. Agar pesan dapat diterima dan dipahami oleh pendengar dengan mudah, Evie Effendi menggunakan bahasa sehari-hari, tidak rumit, serta disisipkan humor agar lebih menghibur pendengar.

Keempat, memoria (memori). Analisa penulis terhadap video ceramah Evie Effendi di Youtube, ia tampak mengingat dengan baik tema yang disampaikan

dalam ceramah tersebut. Hal ini dikarenakan Evie Effendi menjelaskan tema kepada pendengar pada pembukaan ceramahnya, seperti yang diuraikan diatas. Kemudian dalam badan ceramah pun beberapa kali ia menyebutkan tema ceramah “Rek kitu wae?”. Tema ceramah tersebut merupakan bahasa sunda yang sering dipakai oleh anak muda sehingga Evie Effendi memakai bahasa tersebut dalam ceramahnya, dan juga kata bahasa sunda tersebut merupakan singkatan dari “Rencanakan Kehidupan, Kuatkan Iman, Tingkatkan Ukhuwah. Wallahu ‘alam”. Ini menjadi ciri khas Evie Effendi yang sering menggunakan singkatan kata dalam ceramahnya.

Kelima, pronuntiatio (penyampaian). Seperti yang telah dijelaskan mengenai penyampaian Evie Effendi yang selalu menggunakan singkatan kata dalam ceramahnya, juga bermain dengan intonasi, beliau juga memainkan mimik, gesture tubuh agar mendapat perhatian dari khalayak. Dalam memainkan mimik wajah, Evie Effendi kerap memainkan mimik wajah sesuai dengan pesan yang dilontarkan, mimik tersebut digunakan untuk memperkuat makna dari pesan yang dilontarkan.

Kemudian berbicara tentang gestur tubuh, posisi Evie Effendi ketika berceramah yaitu posisi duduk, sehingga beliau tidak terlalu banyak menggunakan gestur tubuh, seperti jalan ke arah kanan, kemudian berjalan ke arah kiri. Ia hanya memainkan gerakan tangan sebagai gestur tubuh untuk mencuri perhatian jemaahnya.

Penerapan Prinsip Retorika Menurut Aristoteles

Retorika memiliki peran penting dalam kegiatan dakwah, maka dari itu Ustadz Evie Effendi perlu menggunakan retorika yang baik agar pesan dakwahnya dapat diterima dan diaplikasikan oleh jemaahnya (Farhatunisa, 2018).

Menurut Aristoteles ada tiga prinsip retorika yang dapat digunakan untuk mempengaruhi manusia saat melakukan pidato atau ceramah yaitu ethos, pathos dan logos (Rakhmat, 2011: 7). Berikut ini adalah tinjauan retorika persuasive Evie Effendi berdasarkan *ethos, pathos, logos*:

Pertama, ethos. suatu sikap pembicara untuk meyakinkan pendengar bahwa ia ahli dibidangnya (kredibel) sehingga menjadikan pendengar yakin dan dapat percaya terhadap pembicara (Uchjana, 1993: 352). Evie Effendi sebagai pembicara harus meyakinkan pendengarnya bahwa yang disampaikan benar, wawasan yang dimilikinya luas sehingga para pendengar tidak ragu untuk mempercayai kebenaran apa yang ia sampaikan.

Kedua, Pathos. gaya penyampaian seorang pembicara yang mampu membangkitkan semangat atau perasaan pendengarnya (Onong Uchjana, 1993: 352). Seorang pembicara dituntut untuk mampu menyentuh perasaan, emosi, harapan, kebencian serta kasih sayang pendengarnya (Rakhmat, 2011: 7).

Pada ceramah Evie Effendi, gaya penyampainnya kebanyakan dikemas

dengan humor. Tetapi ada pula bagian ceramah yang mengandung prinsip pathos. Dalam ceramahnya, Evie Effendi menyentuh perasaan pendengarnya dengan memosisikan pendengar sebagai korban pembantaian Rohingya, kemudian setelah itu ia memberikan nasihat kepada pendengar agar untuk selalu bersyukur terhadap kenikmatan berbangsa dan bernegara di tanah air ini.

Ketiga, logos. suatu prinsip retorika untuk mendekati pendengar melalui rasionalitas pikirannya. Pembicara dituntut untuk meyakinkan pendengar dengan kata-kata yang logis dengan mengajukan bukti (Rahmat, 2011: 7).

Dalam hal ini untuk menjelaskan makna firman Allah, Evie Effendi menggunakan contoh atau analogi agar mudah dipahami oleh jamaahnya. Kemudian selain itu, ia juga menggunakan kata-kata yang logis dan mudah dipahami oleh akal dan pikiran siapapun yang mendengarkannya.

Sama halnya dengan prinsip retorika persuasi yang diungkapkan oleh Jalaludin Rakhmat yaitu Evie Effendi telah menerapkan empat imbauan dari lima teori yang ada, yaitu imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut, dan imbauan ganjaran.

Aplikasi Retorika dalam Dakwah Evie Effendi

Kemampuan retorika atau public speaking dalam dakwah sangat dibutuhkan agar pesan-pesan dakwah dapat sampai langsung kepada pendengar, walaupun dakwah dengan metode ceramah sudah dianggap terlalu konvensional tetapi metode ini tidak dapat tergantikan oleh metode lain yang lebih canggih (Abidin, 2013: 123).

Ceramah Evie Effendi telah menerapkan beberapa teori retorika seperti yang telah dijelaskan diatas, selain itu Evie Effendi juga telah merumuskan beberapa hal untuk mempersiapkan dan menyusun pidato.

Pertama, memilih topik dan tujuan. Sesuai dengan analisis penulis, topik yang didapatkan oleh Evie Effendi bersumber dari pengalaman dan pendapat pribadinya. Kemudian dalam merumuskan judul sudah cukup baik yang ditandai oleh sesuai dengan teori yang ada, yaitu: judul harus relevan, provokatif dan singkat. Selanjutnya yaitu menentukan tujuan, dalam ceramah Evie Effendi sudah sesuai dengan tujuan yaitu bersifat informatif, persuasif dan rekreatif.

Kedua, mengembangkan bahasan. Mengembangkan bahasan perlu dilakukan oleh pembicara agar topik yang disampaikan menjadi lebih jelas, dapat mudah dipahami pendengar, dan menambah daya tarik. Ada beberapa uraian yang dijelaskan oleh Jalaludin Rakhmat mengenai keterangan penunjang, yaitu: penjelasan, contoh, analogi, testimoni, statistik, dan perulangan. Hasil analisis penulis, bahwa dalam ceramah Evie Effendi hanya menerapkan penjelasan dan contoh saja.

Ketiga, cara membuka dan menutup pidato. Bagian paling penting dalam pidato adalah pembukaan dan penutupan. Pada bagian pembukaan, akan menentukan seberapa besar perhatian dan kesan yang baik yang ditimbulkan

pembicara kepada pendengarnya. Maka dari itu, dalam pembukaan pidato harus baik (Rakhmat, 2011: 53).

Pada bagian pembukaan ceramah Evie Effendi, diisi dengan salam, shalawat, membaca ayat Alqur'an dan hadits yang berkaitan dengan tema, dan pembukaan kalimat yang menggambarkan tema dari ceramah tersebut.

Selain itu, menurut Aristoteles pendahuluan dapat dijadikan sebagai upaya untuk menarik perhatian khalayak, menumbuhkan kredibilitas, dan menjelaskan tujuan (Uchjana, 2013: 55). Dari hasil analisis penulis, dalam pendahuluan diatas Evie Effendi menggunakan ayat Alqur'an dan hadits sebagai upaya untuk menumbuhkan kredibilitas. Kemudian disisipi kata singkatan dan humor agar menarik perhatian pendengar. Selanjutnya menjelaskan maksud dan tujuan dari tema yang telah ditentukan.

Gaya Retorika Dakwah Evie Effendi di Video Youtube yang Meliputi Gaya Bahasa dan Humor

Gaya Bahsan

Gaya bahasa merupakan suatu bentuk kesusastraan yang dapat dipelajari oleh pembicara dalam berpidato (Rakhmat, 2011: 51). Dalam buku *Dustur Da'wah* Menurut Al Qur'an karya Hasjmy, ada enam gaya bahasa yang digunakan oleh pembicara dalam berdakwah, yaitu: *Ta'lim* dan *Tarbiyah*, *Tazkir* dan *Tanbih*, *Targhib* dan *Tabsyir*, *Tarhib* dan *Inzar*, *Qashash* dan Riwayat, serta Amar dan Nahi.

Hasil analisis penulis, dalam ceramah Evie Effendi terdapat lima gaya Bahasa yang digunakan yaitu *Ta'lim* dan *Tarbiyah*, *Tazkir* dan *Tanbih*, *Targhib* dan *Tabsyir*, *Qashash* dan Riwayat, serta Amar dan Nahi.

Humor

Humor diartikan sebagai sesuatu yang bersifat dapat menimbulkan atau menyebabkan pendengarnya (maupun pembawanya) merasa tergelitik perasaannya, lucu, sehingga terdorong untuk tertawa. Terdapat perbedaan antara lelucon dan humor, humor sasarannya adalah diri sendiri atau kelompok si pembawa cerita sendiri. Sedangkan lelucon adalah orang atau kelompok lain dari si pembawa lelucon (Japarudin, 2017: 15). Humor merupakan salah satu metode rekreatif dalam berdakwah, karena dengan adanya humor dalam dakwah, pendengar/mad'u menjadi tidak merasa bosan dengan dakwah yang disampaikan. Boleh jadi ada orang yang menangis karena gembira, tetapi jarang sekali orang tertawa karena sedih (Rakhmat, 2011: 126).

Humor menjadi salah satu ciri khas dalam ceramah Evie Effendi, karena setiap ceramahnya mad'u selalu tertawa. Tetapi dari semua teori humor yang ada, hanya beberapa saja yang digunakan Evie Effendi dalam video ceramahnya, sebagai berikut: *exaggeration*, *parodi*, *burlesque*, dan belokan mendadak.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang merujuk pada rumusan masalah penelitian, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama. Penerapan retorika Evie Effendi yaitu retorika yang bersifat persuasi, agar jemaah tidak hanya memahami apa yang ia sampaikan akan tetapi melaksanakan apa yang ia sampaikan. Ditinjau dari penerapan lima hukum retorika menurut Aristoteles, Evie Effendi menerapkan kelima hukum tersebut. Selain itu ia juga menerapkan konsep ethos, pathos, dan logos. Tiga konsep tersebut ia terapkan pada pesan-pesan yang disampaikan agar pesan tersebut dapat diterima oleh akal dan pikiran serta menyentuh hati jemaahnya. Jika ditinjau dari konsep imbauan untuk mempengaruhi orang menurut Jalaludin Rakhmat, ia juga menerapkan kelima imbauan yaitu imbauan rasional, emosional, takut, ganjaran, dan motivasional.

Selain itu juga, Evie Effendi menerapkan rumus Jalaludin Rakhmat dalam mempersiapkan dan menyusun pidato dengan memilih topik dan tujuan berdasarkan sumber dari pengalamannya sendiri dan merumuskan judul dengan relevan, provokatif dan singkat. Tujuan dari ceramahnya yaitu bersifat informatif, persuasif dan rekreatif. Kemudian, dalam mengembangkan bahasan ceramahnya, Evie Effendi menggunakan penjelasan, contoh dan perulangan. Selanjutnya, dalam membuka ceramahnya sesuai dengan teori menurut Aristoteles yaitu dengan menarik perhatian pendengar dan menumbuhkan kredibilitas.

Kedua. Gaya retorika dalam dakwah Evie Effendi di video Youtube yang meliputi gaya bahasa dan humor adalah sebagai berikut: Gaya bahasa yang digunakan Evie Effendi dalam dakwahnya ini yaitu menggunakan *Ta'lim* dan *Tarbiyah*, *Tazkir* dan *Tanbih*, *Tarhib* dan *Tabsyir*, *Tarhib* dan Inzar, Qashash dan Riwayat, serta Amar dan Nahi. Kemudian, humor yang digunakan adalah humor *Exaggeration*, Parodi, *Barlesque*, dan Belokan mendadak.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin M.B. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin M. B. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Furchan, Arief. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu-Ilmu Sosial*. Surabaya: Usaha Nasional.

- Hasjmy, Ali. 1974. *Dustur Da'wah Menurut Al Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Jaswadi, Ahmad. 2014. *Retorika*. Surabaya: CV Cahaya Intan XII.
- Lubis, Basrah. 1991. *Metode dan Retorika Dakwah*. Jakarta: CV Tursnia
- Parwiyulianti, Wiwit. 2017. *Respon Jamaah Masjid Abu Bakar Ash-Shidiq Terhadap Gaya Busana Ustadz Evie Effendie Dalam Berdakwah*. Skripsi S1, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Bandung.
- Rakhmat, J. 2011. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Rakhmat, J. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Ridwan, A. 2013. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Internet

- Amnestika, Arnita, 2014. Era Komunikasi Tanpa Batas, diakses 20 Juli 2018, dari <http://arnitaamnestika.blogspot.com/2014/03/era-komunikasi-tanpa-batas-mengintip.html?m=1>
- Fatturahman, Muhammad Nurdin. 2017. Biografi Ustadz Evie Effendi-Ustadz Gaul Bandung, diakses 11 Juli 2018, dari <https://biografi-tokoh-ternama.blogspot.com/2017/08/biografi-ustadz-evie-effendi-ust-gaul-bandung.html?m=1>
- Gandapura, Baban, 2017. Jalan Kelam Ustaz 'Gapleh' Evie: Kisah Penjara, Ibu dan Hijrah, diakses 11 juli 2018, dari <https://m.detik.com/news/jawabarat/3605295/jalan-kelam-ustaz-gapleh-evie-kisah-penjara-ibu-dan-hijrah>
- Syarif Hidayatullah, Moch, 2015. Fenomena Da'i Selebriti Sebagai solusi atau Problem Dawah, diakses 8 Juli 2018, dari <https://cordofa.org/fenomena-dai-selebriti-sebagai-solusi-atau-problem-dakwah/>.

Jurnal

- Japarudin. 2017. Humor Dalam Aktivitas Tabligh. *Syi'ar Vol. 7 No. 2 Agustus 201*
- Zaini, A. 2017. Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara "Mamah dan Aa Beraksi" di Indosiar. Dalam Ilmu dakwah: Academic Journal 1 for Homiletic Studies 11(2).



Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube

Regi Raisa Rahman^{1*}, Atjep Mukhlis¹, Acep Aripudin²

1Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

2Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung

* **Email:** regirahman96@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi media sosial membuat kepopuleran mudah didapat. Evie Effendi merupakan salah satu da'i populer di media sosial Youtube dilihat dari banyaknya jamaah, kalangan muda khususnya. Ia da'i nyentrik dan mempunyai ciri khas dalam dakwahnya yaitu mengenakan pakaian modis kaum muda serta selalu menambahkan humor dalam ceramahnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui, menganalisis dan mengkontruksi proses penyusunan retorika dalam dakwah Evie Effendi di video Youtube. Penelitian ini menggunakan beberapa teori seperti, teori retorika yang diungkapkan oleh Aristoteles tentang seni untuk mempengaruhi orang lain (*the art of persuasion*) menggunakan prinsip *ethos*, *pathos* dan *logos*. Teori retorika Jalaludin Rakhmat tentang imbauan persuasi dalam berpidato. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan sampling. Data-data dianalisis dan dideskripsikan sesuai dengan teori-teori terkait. Hasil penelitian membuktikan bahwa retorika yang diterapkan oleh Evie Effendi meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*, serta lima imbauan persuasi. Gaya bahasa yang digunakan Evie Effendi dalam dakwahnya meliputi, *ta'lim* dan *tarbiyah* (pengajaran dan pendidikan), *taẓkir* dan *tanbih* (peringat dan penyegaran kembali), *tarhib* dan *tabyir* (penggemaran amal sholeh dan penampilan berita pahala), *tarhib* dan *inzar* (menakut-nakuti dan menyampaikan berita siksa), *qashash* dan *rivayat* (penampilan kisah atau cerita masa lalu), serta *amar* dan *nahi* (perintah dan larangan). Kemudian, humor yang digunakan adalah humor *exaggeration*, parodi, *burlesque*, dan belokan mendadak.

Kata Kunci : Retorika; Evie Effendi; Dakwah; Youtube

ABSTRACT

The rapid development of social media technology has made it easy to get popularity. Evie Effendi is one of the popular da'i on Youtube social media seen from the many worshippers, especially young people. He was quirky and had a characteristic in his preaching which was

wearing fashionable clothes for young people and always adding humor in his lectures. The purpose of this study is to find out, analyze and construct the process of preparing rhetoric in the preaching of Evie Effendi on Youtube videos. This study uses several theories such as the rhetorical theory expressed by Aristotle about art to influence others (the art of persuasion) using the principles of ethos, pathos, and logos. The rhetorical theory of Jalaluddin Rakhmat about the appeal of persuasion in speeches. The method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. Data obtained through observation, documentation, and sampling. The data are analyzed and described in accordance with related theories. The results of the study prove that the rhetoric applied by Evie Effendi includes ethos, pathos, and logos, and five persuasion calls. The language style used by Evie Effendi in her preaching included, ta'lim and tarbiyah (teaching and education), tazkiir and tanbih (reminders and refreshes), targhib and tasyir (good charity and news reward appearance), tarhib and inzar (scare and news torture display), qashash and history (Appearance of stories or stories of the past), and amar and nahi (orders and prohibitions). Then, the humor used is humor exaggeration, parody, burlesque, and sudden turns.

Keywords : Rhetoric; Evie Effendi; Da'wah; Youtube

PENDAHULUAN

Belakangan muncul suatu fenomena baru dalam dakwah yaitu da'i selebritis atau da'i populer yang sangat digandrungi oleh masyarakat, terutama kaum muda. Fenomena ini tidak terlepas dari pengaruh era modern yang ditandai dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Media massa menjadi tidak hanya sebatas televisi dan surat kabar, tetapi berkembang melahirkan media baru yaitu internet yang sekarang ini menjadi paling banyak diakses oleh masyarakat. (Amnestika, 2014).

Hampir semua media menayangkan ceramah, renungan dan tausiyah dari para da'i. Sebagian da'i memang muka lama, tetapi sebagian lagi adalah da'i muka baru. Da'i yang terakhir inilah dengan tidak menunggu lama, popularitas sebagai selebritis melekat padanya karena sering tampil di media. Mereka tampil dengan gaya dan ciri khas masing-masing, entah asli dari bawaanya atau hanya skenario manajemen untuk menaikkan rating.

Seorang da'i mampu melantunkan ayat Alqur'an dengan indah, petuah-petuhannya yang bijak, piawai dalam menyampaikan materi dakwah dan mempunyai kharisma tinggi seolah-olah disimbolkan dengan da'i tradisional (Hidayatullah, 2015). Penulis tidak hendak mengatakan bahwa da'i selebriti atau da'i populer ini tidak memiliki kemampuan tradisional. Tetapi, dapat dilihat perbedaan keduanya.

Perbedaan tersebut terletak pada pengalaman apa yang sudah didakwahkan. Da'i tradisional akan muncul bila materi dakwah yang mereka sampaikan berbanding lurus dengan pengamalan yang ditunjukkan dalam praktik keseharian mereka, sementara da'i selebriti atau da'i populer (da'i pop) tidak

banyak dituntut untuk menyeimbangkan keduanya dalam mendapatkan kharismanya.

Salah satu da'i dapat dikategorikan pop adalah Evie Effendi. Evie Effendi sering mengisi acara di beberapa stasiun televisi dan di media sosial internet, seperti *instagram*, *youtube*, dan *facebook* sehingga membuatnya populer di masyarakat. Untuk menjadi da'i terkenal/populer, Evie Effendi telah melalui perjalanan panjang. Sebelum Evie Effendi populer, ia pernah menjadi berandal, adu jotos, hingga dipenjara selama 3 bulan pada tahun 2000. Belajar dari kejadian-kejadian itu, ia berhijrah menjadi pribadi yang "taat beragama" dan rajin mendatangi kajian atau pengajian di masjid-masjid. Ia belajar lebih dekat memahami ilmu pengetahuan dan syariat ajaran Islam. Semasa itu, Evie Effendi mulai berani menularkan pengetahuan agama Islam kepada teman-temannya, secara bertahap ia mengajarkan baca Alqur'an dan mengajak sahabatnya untuk hijrah (Gandapura. 2017). Inilah awal Evie Effendi melakukan dakwah hingga sekarang

Pemahaman itu juga yang terus digali oleh Evie Effendi selama ia dalam proses hijrah hingga dakwahnya berkembang sampai sekarang. Ia memiliki tekad untuk mengajak seluruh kaula muda di Bandung khususnya, berhijrah seperti dirinya. Tekadnya tersebut direalisasikan dalam bentuk dakwah yang unik dan nyentrik. Ia tidak berpakaian layaknya da'i-da'i populer yang lain, berbaju koko atau gamis, tetapi ia justru berpakaian modis dan gaul, layaknya kaula muda yang menjadi objek dakwahnya. Ia juga merangkul para pelaku kejahatan, korban narkoba dan pentolan geng motor. Banyak di antara mereka yang hijrah ke jalan yang lebih baik dikarenakan dakwah Evie Effendi.

Dalam menghadapi tantangan era modern seorang da'i harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, menurut Jalaludin Rakhmat (1985: 262) ada enam komponen kredibilitas komunikasi yaitu pertama, *expertise*, yaitu mempunyai keahlian dalam suatu topik yang dibicarakan. Kedua, *trust worthnness*, yaitu dapat dipercaya karena cerdas, mampu dan berakhlak mulia, dan berpengalaman. Ketiga, *communication skill*, yaitu kemampuan dalam berkomunikasi. Keempat, *knowledge*, yaitu pengetahuannya haruslah luas. Kelima, *attitude*, yaitu baik dalam bersikap. Keenam, *social and culture system*, yaitu mampu beradaptasi dengan sistem dan budaya sosial.

Menurut Basrah Lubis (1991: 57) pendakwah harus memahami antara memberikan ceramah di lingkungan sosial kelas bawah dengan masyarakat berpendidikan. Seorang da'i dituntut untuk memiliki kepandaian retorika, sebab dengan penguasaan retorika seorang da'i dapat memotivasi pendengar menuju tingkah laku atau sikap yang sesuai dengan pesan dakwahnya.

Retorika atau sering disebut *public speaking* adalah suatu bentuk komunikasi

lisan yang disampaikan kepada orang banyak, tetapi retorika itu tidak hanya sekedar berbicara dihadapan umum, melainkan merupakan suatu gabungan antara seni berbicara dan pengetahuan suatu masalah tertentu untuk meyakinkan pihak orang banyak melalui pendekatan persuasif (Rahmat, 1999: 9). Rasulullah dalam berdakwah selalu mengedepankan kehati-hatian, supaya pesan yang akan beliau sampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas, sebagaimana hadits Rasulullah SAW: *“Berbicaralah kepada manusia, menurut kadar akal (kecerdasan) mereka masing-masing. (HR. Muslim)”* (Fachrudin Hs, etc., 1978: 346).

Sesuai penjelasan di atas yang menjadi hal penting dari keberhasilan dakwah Evie Effendi adalah kemampuannya dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga banyak jamaahnya yang berhijrah dari yang buruk berpindah kejalan yang lebih baik terutama dari kalangan kaula muda. Keberhasilannya tersebut tidak lepas dari pemanfaatan media lain seperti media sosial Youtube. Evie Effendi memiliki *channel Youtube* sendiri yang bernama Evie Effendi Official dengan jumlah pengikut 184 ribu orang dan 225 video. Dengan adanya media sosial ini tentu masyarakat diuntungkan dapat dengan mudah mengakses video ceramah Evie Effendi tanpa batasan ruang dan waktu (Amnestika, 2014).

Penelitian terdahulu yang membahas retorika adalah Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video *Youtube* yang disusun oleh Aishatul Cholifah pada tahun 2018. Penelitian ini membahas mengenai retorika Ustadzah Haneen Akira di video youtube. Dalam mengidentifikasi persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif non kanchah. Kemudian data yang diperoleh, peneliti menggunakan observasi dan dokumentasi. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis semiotik Ferdinand De Saussure.

Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu terdapat pada teknik analisis data. Pada teknik analisis data ini, tahapan pertama yang akan penulis lakukan adalah dengan mentranskripsikan rekaman audio visual atau video dari ceramah Evie Effendi yang didapatkan dari *Youtube*, kedalam bentuk tulisan atau teks agar mudah untuk dianalisis. Kemudian, penulis akan mendeskripsikan dan menganalisis retorika yang digunakan oleh Evie Effendi berdasarkan teori-teori yang ada.

LANDASAN TEORITIS

Penggunaan Retorika dalam dakwah, baik sebagai strategi maupun seni yang bertujuan agar dakwah (ceramah) lebih baik dan indah. Retorika (seni dalam berbicara) merupakan kebutuhan dasar kemanusiaan. Retorika dalam dakwah biasanya diterapkan agar pelaksanaan dakwah (ceramah) lebih menarik, lebih indah dan menghindari suasana monoton atau datar.

Retorika sebagai seni berbicara makin intensif digunakan para penceramah atau mubaligh ketika menyampaikan ceramahnya atau tablighnya. Nama-nama

da'i mulai paling senior hingga yang junior seperti Zaenudin MZ, Jujun Junaedi dan Evie Effendi diantara da'i-da'i populer pada level nasional, lokal bahkan global menjadikan retorika sebagai strategi dalam menyusun kata dan kalimat dalam ceramahnya. Karenanya, seni berbicara (retorika) dalam berbicara didepan khalayak umat maupun diruangan akan tetap memberikan daya tarik karena merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia.

Kajian Teoritis

Teori Aristoteles

Aristoteles mengasumsikan bahwa reotrika merupakan seni berbicara untuk mempengaruhi orang lain (Onong, 2013 :55). Aristoteles adalah seorang murid Plato yang paling cerdas. Tiga jilid buku telah ia tulis dengan judul *De Arte Rhetorica*. Dari Aristoteles, kita memperoleh lima tahap penyusunan pidato, yang terkenal sebagai The Five Canons of Rhetoric(Lima Hukum Retorika), sebagai berikut:

Pertama, Inventio (penemuan). Maksud dari penemuan disini, yaitu pembicara melakukan riset atau penggalian topik kepada khalayak dengan tujuan untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Pada tahap ini juga, komunikator menentukan tujuan dan mengumpulkan bahan yang sesuai dengan kebutuhan khalayak (Rakhmat, 2011: 7).

Kedua, Dispositio (penyusunan). Penyusunan disini maksudnya ialah pembicara harus mengorganisasikan pesan atau Aristoteles menyebutnya taxis atau pembagian (Rahmat, 2011: 7). Pembagian tersebut ia susun menjadi tiga bagian yaitu: pendahuluan, badan, dan kesimpulan (Onong ,2013 :55). Menurutnya, pendahuluan dapat dijadikan sebagai upaya untuk menarik perhatian khalayak, menumbuhkan kredibilitas, dan menjelaskan tujuan.

Ketiga, Elucatio (gaya). Pada tahap ini pembicara menggunakan bahasa yang tepat dalam menyampaikan pesannya. Aristoteles mengatakan “pilihlah bahasa yang sesuai, benar, dan dapat diterima; pilih kata-kata yang jelas dan langsung; sampaikan kalimat yang indah, mulia, dan hidup; dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak, dan pembicara” (Rakhmat, 2011: 8).

Keempat, Memoria (memori). Pada tahap ini pembicara harus mengingat apa yang akan disampaikannya dengan mengatur materi atau pesan. Diantara semua peninggalan retorika klasik, memori menjadi hal yang kurang mendapatkan perhatian

Kelima, Pronuntiatio (penyampaian). Penyampaian disini maksudnya adalah pembicara harus pandai menyampaikan pesannya dengan cara yang tidak monoton. Pembicara harus pandai dalam mengatur kata-kata, olah vocal, dan gestur tubuhnya (Ridwan, 2013: 52-53).

Kemudian, Aristoteles menyebutkan ada tiga cara untuk mempengaruhi manusia yaitu: *Ethos*, adalah suatu sikap yang menunjukkan seorang komunikator

memang ahli dibidangnya atau memiliki kredibilitas, sehingga meyakinkan khalayak untuk mempercayainya (Uchjana, 1993: 352). Komunikator harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (Rakhmat, 2011: 7). *Pathos*, berarti pembicara melibatkan perasaan atau emosi. Seorang komunikator harus mampu membangkitkan perasaan khalayaknya. Ini biasanya ditandai dengan seorang komunikator menggunakan bahasa atau kata-kata yang dapat menggugah perasaan atau emosi khalayak (Uchjana, 1993: 352). Jalaludin Rakhmat mengemukakan bahwa komunikator harus menyentuh hati khalayak: perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang mereka. Para ahli retorika modern menyebutnya imbauan emosional (*emotional appeals*). (Rakhmat, 2011: 7). *Logos*, pembicara meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti. Disini pembicara mendekati khalayak lewat otaknya. (Rakhmat, 2011: 7).

Teori Jalaludin Rakhmat

Menurut Jalaludin Rakhmat (2013: 294), komunikator harus menyentuh motif khalayak dalam mempengaruhi orang ketika berpidato, agar mereka dapat mengaplikasikan pesan-pesan yang disampaikan. Jalaludin Rakhmat mengasumsikan bahwa prinsip-prinsip menyampaikan pidato perlu dimiliki seorang komunikator, salah satunya yaitu penggunaan bentuk persuasi yang meliputi, berikut:

Pertama, Imbauan rasional adalah pendekatan terhadap khalayak melalui akal mereka disertai dengan bukti empirik agar mereka yakin terhadap bukti tersebut dan dapat mencernanya dengan baik.

Kedua, Imbauan emosional adalah imbauan melalui perasaan senang, haru, dan semangat khalayak. Biasanya ketika komunikator menggunakan imbauan ini, dapat ditandai dengan perkataan dan gaya bahasa yang menyentuh hati.

Ketiga, Imbauan takut adalah imbauan yang digunakan untuk membuat perasaan orang lain menjadi cemas, khawatir, bahkan mengancam serta dapat membangkitkan perasaan emosi.

Keempat, Imbauan ganjaran adalah imbauan dengan memberikan khalayak kesempatan untuk mendapatkan pahala atau imbalan dengan membuat suatu perjanjian.

Kelima, Imbauan motivasional adalah imbauan yang digunakan untuk menyentuh kondisi internal khalayak, dan imbauan ini diklasifikasikan ke dalam dua motif yaitu motif biologis dan psikologis.

Kajian Konseptual

Sejak dahulu, dakwah telah mengalami perubahan dan perkembangan. Jika dahulu dakwah dilakukan dengan sederhana, saat ini dakwah dilakukan dengan berbagai metode, media, dan strategi. Seiring dengan kemajuan teknologi di zaman modern ini, dakwah dikemas dengan berbagai alat dan media komunikasi yang canggih. Oleh karena itu, aktivitas dan materi dakwah tersebar di berbagai media, seperti televisi, radio, surat kabar, dan internet. Metode dakwah pada zaman dahulu salah satunya yaitu metode ceramah. Metode ini adalah salah satu karakteristik dakwah pada masa nabi dalam periode Mekah. Meskipun demikian, saat ini metode ceramah diragukan keefektifitasannya oleh para pengkritik. Mereka menyatakan bahwa dakwah dengan metode ceramah sudah terlalu konvensional. (Abidin, 2013: 123).

Walaupun metode ceramah ini mendapat banyak kritikan, ternyata metode ini tidak dapat tergantikan oleh metode lain yang lebih canggih (Abidin, 2013: 123). Metode ceramah memiliki keunikan tersendiri, yaitu dapat secara langsung face to face, lebih akrab dan lebih personal. Apalagi dalam Islam, ceramah tidak bisa dihindari dari beberapa aktifitas ibadah seperti, sholat jum'at, sholat Idul Fitri, sholat Idul Adha, dsb.

Menurut Yusuf Zainal Abidin (2013: 124), dalam ilmu komunikasi, ceramah atau pidato merupakan bagian dari Public speaking. Public speaking merupakan komunikasi yang melibatkan pembicara dan khalayak yang banyak, sehingga dibutuhkan keahlian khusus dalam melakukannya.

Dalam buku Retorika Modern karya Jalaludin Rakhmat, terdapat beberapa tahap dalam mempersiapkan dan menyusun pidato, yaitu:

Memilih Topik dan Tujuan

Sebelum berpidato, pembicara harus mengetahui apa yang akan disampaikan kepada khalayak dan apa yang dibutuhkan oleh khalayak. Singkatnya, pembicara harus menyiapkan topik bahasan dan tujuan. Menurut Jalaludin Rakhmat (2011: 19) terdapat beberapa cara dalam merumuskan topik dan memperjelas tujuan, yaitu:

Pertama, sumber-sumber topik. Prof Wayne N. Thompson menyusun sistematika sumber topik sebagai berikut: pengalaman pribadi, hobi dan keterampilan, pengalaman pekerjaan atau profesi, pelajaran sekolah atau kuliah, pendapat pribadi, peristiwa hangat dan pembicaraan publik, masalah pribadi, kilasan biografi, kejadian khusus, dan minat khalayak. Sesuai dengan sumber topik yang dipaparkan diatas, pembicara dapat menentukan topik sesuai dengan latarbelakang pengetahuannya. (Rakhmat, 2011: 20).

Kedua, merumuskan judul. Jalaludin Rakhmat (2010: 23) merumuskan judul dengan tiga syarat berikut, yaitu: Pertama, judul harus relevan, artinya judul harus sesuai dengan topik yang akan disampaikan. Kedua, judul harus profokatif, yaitu harus menimbulkan minat pendengar untuk mengetahui isi pidato. Ketiga, judul harus singkat, artinya judul harus mudah dipahami dan diingat oleh pendengar.

Ketiga, menentukan tujuan. Menurut Jalaludin Rakhmat (2010: 24) tujuan terbagi menjadi dua macam, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dirumuskan menjadi tiga hal: Pertama, tujuan bersifat informatif yaitu untuk memberitahukan dan menambah pengetahuan pendengar. Kedua, tujuan bersifat persuasif, yaitu untuk mempengaruhi pendengar agar percaya terhadap sesuatu serta membakar semangat dan antusiasmenya. Ketiga, tujuan bersifat rekreatif, yaitu untuk menghibur pendengar.

Sementara itu, tujuan khusus adalah tujuan hasil dari penjabaran dari tujuan umum. Misalnya, dalam tujuan informative maka pembicara akan memaparkan informasi-informasi ilmiah mengenai suatu hal yang terjadi di masyarakat. Apa yang ingin dicapai oleh pembicara akan terlihat pada tujuan khususnya. (Rakhmat, 2011: 24).

Mengembangkan Bahasan

Apabila pembicara telah menentukan topik bahasan, maka selanjutnya pembicara perlu menentukan keterangan penunjang topik bahasan. Hal itu perlu dilakukan agar uraian menjadi jelas, menambah daya tarik dan mempermudah pengertian. Ada beberapa uraian yang dijelaskan oleh Jalaludin Rakhmat mengenai keterangan penunjang, yaitu:

Pertama, penjelasan. Penjelasan merupakan suatu keterangan penunjang. Penjelasan akan diperlukan dalam pidato informatif, karena uraiannya merupakan penjelasan. Penjelasan dapat digambarkan dengan definisi atau alat-alat visual. Misalnya komunikasi berasal dari "*communis*" yang artinya kebersamaan. Definisi seperti ini disebut definisi etimologis. Arti komunikasi sudah dijelaskan oleh banyak sarjana. Satu diantaranya dapat kita ambil. Ini adalah definisi ahli (*definition by authority*). Komunikasi dapat berarti hubungan antara pembaca dengan penulis, antara pembicara dan pendengar. Cara ini disebut definisi contoh (*definition by exemplification*). Bila kita menjelaskan komunikasi secara terinci, ruang lingkup dan bagian-bagiannya, kita membuat define uraian (*definition by explication*). Tetapi bila kita menekankan komunikasi bukan urusan angkutan antar kota, bukan sekedar kontak saja, dan bukan pula sekedar bicara, kita sedang menjelaskan dengan definisi periolakan (*definition by negotiation*) (Rakhmat, 2011: 27).

Kedua, contoh. Untuk memudahkan pendengar dalam memahami gagasan pembicara, maka pemberian contoh sangat diperlukan. Contoh dapat berupa ilustrasi atau cerita yang terinci. Ada dua macam ilustrasi: hipotesis dan faktual. Ilustrasi hipotesis terjadi bila kita membayangkan sesuatu yang akan terjadi atau menceritakan perumpamaan dengan tokoh rekaan sebagai penjabaran pernyataan sebelumnya. Ilustrasi faktual yaitu cerita yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, kisah orang-orang besar atau peristiwa aktual dalam surat kabar dan majalah dapat dipakai untuk memperjelas pidato. Ada juga jenis contoh yang tidak terinci

yaitu pemisalan (*specific instances*). Pemisalan adalah ilustrasi faktual yang dipadatkan. Biasanya ini dibuat karena pertimbangan waktu dan banyak contoh (Rakhmat, 2011: 27).

Ketiga, analogi. Analogi ialah perbandingan antara dua hal atau lebih untuk menunjukkan persamaannya atau perbedaannya. Ada dua macam analogi: harfiah dan kiyasan. Analogi harfiah (*literal analogy*) ialah perbandingan diantara objek-objek dari kelompok yang sama, karena adanya persamaan dalam beberapa aspek tertentu. Membandingkan antara manusia dan monyet secara biologis adalah contohnya. Banyak ahli pidato yang menggunakan analogi kiasan. Objek-objek yang diperbandingkan tidak termasuk kelompok yang sama (Rakhmat, 2011: 28).

Keempat, testimoni. Testimoni adalah pernyataan ahli yang dikutip untuk menunjang keterangan. Pernyataan itu dapat diambil dari pidato, karangan, artikel makalah, laporan dan sebagainya. Testimoni dapat digunakan untuk memperlengkap keterangan (Rakhmat, 2011: 29).

Kelima, statistik. Statistik adalah angka-angka yang digunakan untuk menunjukkan perbandingan kasus dalam jenis tertentu. statistik diambil untuk menimbulkan kesan yang kuat, memperjelas dan meyakinkan. Tetapi karena angka sebenarnya hal yang abstrak, statistik baru baik digunakan bila statistik itu dibuat kongkret atau tidak membosankan. Gunakan bilangan yang dibulatkan. Hubungkan dengan hal-hal yang dapat diketahui oleh khalayak. Tunjukkan sumber statistik yang tertentu (Rakhmat, 2011: 29).

Keenam, perulangan. Sesuatu yang diulang-ulang dapat menimbulkan kesan yang kuat. Perulangan bukan hanya sekedar menyebut kembali kata-kata yang telah diucapkan, tetapi juga menyebutkan gagasan yang sama dengan kata-kata yang berbeda (Rakhmat, 2011: 30).

Cara Membuka dan Menutup Pidato

Bagian paling penting dalam pidato adalah pembukaan. Karenanya, akan hancur komposisi pidato apabila gagal dalam pembukaan. Tujuan utama pembukaan pidato ialah membangkitkan perhatian, memperjelas latar belakang pembicara dan menciptakan kesan yang baik mengenai komunikator (Rakhmat, 2011: 53).

Menurut Jalaludin Rakhmat (2011: 53), cara membuka pidato bergantung pada topik, tujuan, situasi, dan khalayak. Cara-cara berikut dapat dijadikan sebagai pedoman: langsung menyebutkan pokok persoalan, melukiskan latar belakang masalah, menghubungkan dengan peristiwa mutakhir atau kejadian yang tengah menjadi pusat perhatian khalayak, menghubungkan dengan peristiwa yang sedang diperingati, menghubungkan dengan tempat komunikator berpidato, menghubungkan dengan suasana emosi yang tengah meliputi khalayak, menghubungkan dengan kejadian sejarah yang terjadi di masa lalu, menghubungkan dengan kepentingan vital pendengar, memberikan pujian pada khalayak atas prestasi mereka, memulai dengan pernyataan yang mengejutkan, mengajukan pertanyaan provokatif atau serentetan pertanyaan, menyatakan

kutipan, menceritakan pengalaman pribadi, mengisahkan cerita faktual, fiktif atau situasi hipotesis, menyatakan teori atau prinsip-prinsip yang diakui kebenarannya, dan membuat humor.

Selanjutnya, yang perlu diketahui adalah cara menutup pidato. Menutup pidato harus membuat para pendengar fokus terhadap kesimpulan yang akan diberikan oleh pembicara. Karena itu penutup pidato harus dapat menjelaskan seluruh tujuan komposisi, memperkuat daya persuasi, mendorong pemikiran dan tindakan yang diharapkan, menciptakan klimaks dan menimbulkan kesan terakhir yang positif (Rakhmat, 2011: 59).

Ada dua macam penutup yang buruk: berhenti tiba-tiba tanpa memberikan gambaran komposisi yang sempurna, atau berlarut-larut tanpa pengetahuan dimana harus berhenti. Untuk menghindari hal seperti ini, penutup pidato harus direncanakan sebelumnya lebih baik dihapal diluar kepala. Berikut ini adalah beberapa cara menutup pidato: menyimpulkan atau mengemukakan ikhtisar pembicaraan, menyatakan kembali gagasan utama dengan kalimat atau kata yang berbeda, mendorong khalayak untuk bertindak, mengakhiri dengan klimaks, mengatakan kutipan sajak, kitab suci, peribahasa, atau ucapan ahli, menceritakan contoh yang berupa ilustrasi dari tema pembicaraan, menerangkan maksud sebenarnya pribadi pembicara, memuji dan menghargai khalayak, dan membuat pernyataan yang humoris atau anekdot lucu (Rakhmat, 2011: 60).

Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang lengkap dapat dipelajari dari buku-buku kesusastraan (Rakhmat, 2011: 51). Ada enam gaya bahasa yang dapat digunakan oleh da'i dalam retorika dakwah, yang dijelaskan oleh Hasjmy dalam buku *Dustur Da'wah Menurut Al Qur'an*, yaitu:

Pertama, ta'lim dan tarbiyah. Uslub dakwah dalam Alqur'an nadanya bermacam-macam, menyesuaikan waktu dan keadaan. Dakwah Alqur'aniyah lebih diutamakan dengan pengajaran dan Pendidikan. Sasaran pokok dakwah Alqur'aniyah yaitu aqidah dan syar'iyah atau iman dan amal sholeh (Wibisono, 1992: 9).

Dengan demikian telah jelas bahwa dakwah dengan menggunakan ta'lim dan tarbiyah sesuai dengan Alqur'an. Ta'lim dan tarbiyah dalam hal ini yaitu mengajarkan dan mendidik manusia agar benar-benar mempunyai aqidah yang shahih dan bermuamalah dalam segala bidang dengan berpedoman pada ajaran Alqur'an. Dalam gaya bahasa bentuk ini, ta'lim yang berarti pengajaran yaitu mengajar atau memberi pelajaran yang bersandar pada pengetahuan dan penyelidikan. Tarbiyah atau pendidikan yaitu mendidik manusia agar dengan pengetahuan dan penyelidikan yang telah diajarkan itu benar-benar menjadi sadar akan akidah dan syari'ah. Da'i bertugas untuk membuka pandangan audiens untuk melihat kebenaran dan memberi pengertian kepada orang jahil akan

hakikat kebenaran, dan dengan mengembangkan segala jalan pengajaran dan pendidikan, agar kebenaran itu sampai kepada audiens (A. Hasjmy, 1974: 266-267).

Kedua, tazkir dan tanbih. Setelah mengajar dan mendidik yang berlandaskan ilmu pengetahuan dan penyelidikan, agar pengetahuan yang telah didapatinya dapat diamalkan dan tidak dilupakan, maka harus diingat dan disadarkan kembali akan Pendidikan dan pengajaran yang telah diterimanya. Disinilah dawkah menurut uslub Alqur'an harus berdasarkan tazkir dan tanbih. (A. Hasjmy, 1974: 272).

Pengingatan dan penyegaran kembali hanya berguna bagi orang-orang yang beriman, artinya orang yang telah mendapatkan pengajaran dan Pendidikan tentang keimanan, hal itu tidak akan berguna sama sekali bagi mereka yang belum pernah menerima Pendidikan dan pengajaran tersebut (A. Hasjmy, 1974: 272). Seperti yang dijelaskan dalam Alqur'an: "Dan ingatlah, karena sesungguhnya peringatan kembali akan berguna bagi orang yang telah beriman" (Q.S Az-Zariyat: 55).

Ketiga, targhib dan tabsyir. Untuk orang yang celaka dan tidak dapat memanfaatkan pengingatan dan penyegaran kembali akan pengetahuan yang telah dipelajarinya harus terus didakwahi dengan nada yang lain, dengan harapan hatinya akan terbuka untuk menerima kebenaran. Bahasa yang tepat digunakan untuk manusia yang celaka yaitu targhib dan tabsyir. Di dalam Alqur'an surat Al-Baqarah ayat 25 telah dijelaskan mengenai hal tersebut:

"Dan sampaikanlah berita gembira kepada mereka yang beriman dan berbuat baik, bahwa bagi mereka disediakan surge-surga yang mengalir sungai didalamnya. Setiap mereka diberi rezeki buah-buahan dalam surge-surga itu, mereka mengatakan: "inilah yang pernah diberikan pada kami dahulu." Mereka diberi buah-buahan serupadan untuk mereka didalamnya ada istri-istri yang suci dan mereka kekal didalamnya."

Imam Ghazali mengemukakan lima contoh uslub dakwah dalam Alqur'an yang bernada targhib dan tabsyir yaitu: permintaan ketaatan, penuntutan berakhlak mulia, pengasuhan bertaqwa, pengemaran beriman dan beramal sholeh, pendorong agar tambah mentaati (A. Hasjmy, 1974: 278-281).

Keempat, tarhib dan inzar. Untuk orang celaka yang masih membangkang setelah menerima dakwah yang bernadakan targhib dan tabsyir, maka harus dilanjutkan dengan dakwah yang bernada tarhib dan inzar (menakut-nakuti dan menyampaikan berita dosa). Gaya bahasa ini berisikan tentang penakutan kepada mad'u dengan menampilkan berita siksa akibat perbuatan tercela dan perkataan dusta (A. Hasjmy, 1974: 282).

Muhammad Ghazali mengemukakan ada lima contoh gaya Bahasa tarhib dan inzar, yaitu: penyebutan nama allah, penampilan kemesuman, pengungkapan tentang bahaya, penegasan adanya bahaya segera, penyebutan peristiwa akhirat

(A. Hasjmy, 1974: 283).

Kelima, qashash dan riwayat. Gaya Bahasa ini merupakan tindakan selanjutnya apabila setelah diperingati dengan tarhib dan inzar masih tetap tidak sadar. Qashash dan riwayat Yaitu cerita masa lalu yang dialami oleh manusia atau suatu kaum tentang akibat baik dan buruk yang telah dialami disebabkan oleh perbuatannya (A. Hasjmy, 1974: 288).

Keenam, amar dan nahi. Tindakan terakhir yaitu dengan menggunakan gaya Bahasa Amar dan nahyi (perintah dan larangan). Ini maksudnya adalah gaya bahasa yang mengandung peringatan untuk mewajibkan kepada umat muslim agar melakukan perbuatan yang baik dan meninggalkan perbuatan yang buruk. Dalam Alqur'an banyak terdapat ayat yang bernadakan amar dan nahyi. Jadi, sifat dakwahnya adalah gotong royong saling terkait satu sama lain antara anggota masyarakat Alqur'an bahkan sampai antar kelompok dalam masyarakat (A. Hasjmy, 1974: 292).

Humor

Humor merupakan salah satu metode rekreatif dalam berdakwah, karena dengan adanya humor dalam dakwah, pendengar/mad'u menjadi tidak merasa bosan dengan dakwah yang disampaikan. Boleh jadi ada orang yang menangis karena gembira, tetapi jarang sekali orang tertawa karena sedih.

Dalam buku Retorika Modern (Rakhmat, 2011: 126-134) terdapat dua teori humor yang sering digunakan bukan saja oleh para pelawak tetapi juga digunakan oleh filsuf.

1). Teori Superioritas dan Degradasi

Menurut Plato dan Aristoteles, kita akan tertawa apabila menyaksikan sesuatu yang janggal, keliru atau cacat. Sesuatu yang janggal tersebut adalah objek tertawa kita, sedangkan subjeknya adalah pembicara. Kita akan menertawakan sesuatu yang janggal karena kita tidak mempunyai sifat-sifat janggal itu. Sebagai subjek, pembicara memiliki kelebihan (*superioritas*), dan objek tertawa kita mempunyai sifat-sifat yang rendah/janggal.

Teori ini memiliki teknik tertentu dalam penggunaannya. Diantara teknik-teknik tersebut adalah: *Exaggeration*: berarti melebihkan sesuatu secara tidak proporsional. Teknik ini digunakan untuk membongkar kejelekan sejelas-jelasnya dengan maksud mengoreksinya. *Parodi*: adalah sejenis komposisi dimana gaya suatu karya (seperti prosa, puisi atau prosa liris) yang serius ditiru dengan maksud melucu. Dalam pidato rekreatif, parodi dapat berupa peniruan suara dan gaya bicara seorang tokoh atau peniruan verbal terhadap karya sastra atau karya-karya tulis yang serius. *Ironi*: adalah menggunakan kata-kata untuk menyampaikan makna yang bertentangan dengan makna harfiahnya. *Burlesque*: adalah teknik membuat humor dengan memperlakukan hal-hal yang seenaknya secara serius atau sebaliknya. *Perilaku aneh para tokoh*: para tokoh sudah menarik dengan

sendirinya, apalagi bila perilakunya aneh. Karena itu, lelucon mengenai orang besar sangat digemari orang. *Perilaku orang aneh*: perilaku orang aneh selalu dijadikan bumbu-bumbu humor. Tetapi penggunaannya dalam pidato rekreatif harus dilakukan sangat hati-hati. Bila kita agak ceroboh, kita bisa dihukum karena SARA.

2). Teori Bisosiasi

Teori ini dirumuskan oleh Arthur Koestler, tapi berasal dari filsuf-filsuf besar seperti Pascal, Kant, Spencer, Schopenhauer. Dalam teori ini disebutkan bahwa, humor timbul karena kita menemukan hal-hal yang tidak diduga, atau kalimat yang menimbulkan dua macam asosiasi. Yang pertama kita sebut teknik belokan mendadak, dan yang kedua yaitu asosiasi ganda (*puns*). Belokan mendadak: teknik ini menggunakan daya Tarik pendengar agar memperhatikan pembicaraan anda dengan serius, kemudian dari situ anda katakanlah sebaliknya. Puns: adalah teknik mempermainkan kata-kata yang mempunyai makna ganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evie Effendi merupakan seorang ustadz yang cukup terkenal dikalangan kaula muda. Tetapi beliau sekilas tak tampak seperti ustadz, gayanya nyentrik seperti gaya anak muda, memakai kupluk, dan gaya bicaranya gaul, nyunda. Dengan gayanya itu, ia lebih dapat diterima oleh kalangan remaja dan pemuda.

Kepopulerannya menjadi seorang pendakwah menuntun Evie untuk mengisi di berbagai acara. Pada akhir tahun 2015 ia mulai mengisi di salah satu stasiun TV yaitu Net TV biro Jabar dalam acara Risalah Hati sampai sekarang pun ia masih mengisi di Net Tv biro Jabar. Di akhir tahun yang sama juga Evie mengudara melalui ceramahnya di salah satu radio Bandung yaitu Radio Hits dalam acara Mutiara Pagi setiap pukul 05.00-06.00 WIB (Baban Gandapurnama, 2017).

Banyaknya kegiatan dakwah yang Evie lakukan tidak membuatnya menjadi orang yang takabur atau sombong beliau senantiasa menjadi orang yang humble kepada para jamaahnya setiap kali berdakwah. Selain itu beliau juga aktif di media sosial seperti Instagram dengan membuat konten-konten video atau pesan-pesan singkat tentang Islam yang sangat bermanfaat bagi jamaah atau orang yang membaca/melihatnya. Ciri khas beliau selain menggunakan gaya busana yang berbeda adalah jargon atau motto beliau dalam berdakwah yaitu “Jangan Lupa Bahagia” (Fatturohman, 2017). Jargon tersebut sering beliau ucapkan ketika akan berdakwah atau pesan dalam konten video di media sosial. Sehingga masyarakat atau jamaah mengenali beliau dengan jargon tersebut. Salah satu pesan Evie Effendi yang seperti pantun:

“Dakwah itu mengajak, bukan mengejek

Dakwah itu merangkul bukan memukul

Dakwah itu memberi solusi, bukan beraksi, apalagi berselfi

Dakwah itu beraksi, bukan berdiam diri” (Faturrahman, 2017).

Proses Penyusunan Retorika dalam Dakwah Evie Effendi di Video Youtube

Retorika merupakan seni berbicara yang memiliki peran penting dalam kegiatan dakwah, salah satu bentuk dakwah yang memerlukan kemampuan retorika yang baik adalah tabligh. Tabligh adalah suatu kegiatan menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan lisan, tulisan, dan media elektronik, sehingga retorika perlu diterapkan oleh para mubaligh yang menyampaikan dakwah khususnya secara lisan agar pesan-pesan dakwah tersebut sampai dan dapat dipahami oleh khalayak.

Evie Effendi dalam dakwahnya, menggunakan bentuk dakwah tabligh, sehingga dalam pelaksanaannya perlu menggunakan retorika yang baik agar pesan dakwah dapat sampai kepada khalayak dan diaplikasikan dalam kehidupan khalayak.

Data primer yang disajikan oleh peneliti adalah video Dakwah Evie Effendi dalam tausiyahnya di Bandung dengan tema *Rek Kitu Wae?* Yang peneliti dapat dari Youtube. Dalam penyajian data ini akan dijelaskan bagaimana retorika dakwah Evie Effendi di Youtube. Untuk mengungkapkan retorika dakwah Evie Effendi peneliti menganalisis video Youtube dengan judul “*Rek Kitu Wae?*”. Youtube adalah salah satu media bagi umat Muslim untuk melakukan dakwah di Era modern. Youtube berpotensi sebagai media yang diakses hampir semua orang di Indonesia. Tercatat tahun 2015 Indonesia menjadi salah satu Negara pengakses Youtube terbesar se-Asia Pasifik yakni meningkat hingga 130 persen (Nistanto, 2015).

Berdasarkan analisis peneliti terhadap data tersebut, Evie Effendi menerapkan beberapa hal yang menjadi prinsip-prinsip retorika.

Penerapan Lima Hukum Dasar Retorika

Aristoteles menyebutkan bahwa ada lima hukum dasar dalam penyusunan pidato (*The Five Canons of Rhetoric*). Dalam dakwah Evie Effendi, ia melaksanakan beberapa hal:

Pertama, inventio (penemuan). Penemuan diinterpretasikan secara luas sebagai sekelompok informasi dan pengetahuan yang dibawa oleh pembicara kedalam situasi berbicara” (Zaini A, 2017). Kajian yang dilakukan oleh Evie Effendi, selalu dihadiri ataupun ditonton oleh banyak orang dari kalangan kaula muda. Terbukti, berdasarkan data primer video yang diambil dari youtube, video tersebut telah ditonton oleh 1 juta lebih penonton. (Rakhmat, 2011: 8).

Kedua, dispositio (penyusunan). Berdasarkan analisis terhadap data yang dihimpun dari video ceramah Evie Effendi, penyusunan pesan yang diterapkan

oleh Evie Effendi hampir sesuai dengan teori Aristoteles. Pada bagian pendahuluan, diisi dengan salam, shalawat, membaca ayat Alqur'an dan hadits yang berkaitan dengan tema, dan pembukaan kalimat yang menggambarkan tema dari ceramah tersebut.

Dari hasil analisis penulis, dalam pendahuluan diatas Evie Effendi menggunakan ayat Alqur'an dan hadits sebagai upaya untuk menumbuhkan kredibilitas. Kemudian disisipi kata singkatan dan humor agar menarik perhatian pendengar. Selanjutnya menjelaskan maksud dan tujuan dari tema yang telah ditentukan.

Setelah pembukaan, Evie Effendi melanjutkan ke bagian pembahasan materi sesuai tema. Ini termasuk pada bagian badan penyusunan pesan. Pembahasan materi dilakukan dengan cerita pengalaman yang dikemas dengan humor yang nantinya akan diambil hikmah dari cerita pengalaman tersebut dan dijelaskan kaitannya dengan ilmu-ilmu agama.

Kemudian, setelah menyampaikan isi ceramahnya, Evie Effendi tidak menutup dengan kesimpulan melainkan dengan membuka sesi Tanya jawab mengenai tema pembahasan maupun dari luar pembahasan. Ini menandakan bahwa penyusunan materi ceramah yang dilakukan Evie Effendi hampir sama dengan teori Aristoteles yang dijelaskan diatas, namun dalam ceramah Evie Effendi tidak menggunakan kesimpulan sebagai penutup ceramah.

Berdasarkan uraian diatas, Evie Effendi sebelum melakukan ceramah, ia telah mengonsep susunan materi, tetapi tidak dengan bahasan yang ia sampaikan. Pembahasannya lebih bersifat spontan sesuai dengan pengetahuan dan pengalamannya karena itu Evie Effendi lebih banyak menyisipkan cerita pengalaman dibungkus dengan humor sehingga pendengar tidak merasa bosan saat mendengarkan ceramahnya.

Ketiga, elucatio (gaya). Tahap ini telah dilakukan oleh Evie Effendi dalam ceramahnya, ia selalu menggunakan bahasa campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa daerah Sunda. Hal tersebut dikarenakan tempat Evie Effendi ceramah, bertempat didaerah Bandung yang pada dasarnya menggunakan bahasa Sunda, kemudian dikhawatirkan terdapat Jemaah yang berasal dari luar daerah serta kebutuhan untuk disebarkan di media social sehingga Evie Effendi menggunakan bahasa Indonesia.

Kemudian dalam hal diksi, kalimat yang indah dan tepat, Evie Effendi juga menerapkan hal itu dalam ceramahnya. Ia menggunakan gaya bicara sesuai dengan keadaan pendengarnya yang kebanyakan adalah anak muda. Agar pesan dapat diterima dan dipahami oleh pendengar dengan mudah, Evie Effendi menggunakan bahasa sehari-hari, tidak rumit, serta disisipkan humor agar lebih menghibur pendengar.

Keempat, memoria (memori). Analisa penulis terhadap video ceramah Evie Effendi di Youtube, ia tampak mengingat dengan baik tema yang disampaikan

dalam ceramah tersebut. Hal ini dikarenakan Evie Effendi menjelaskan tema kepada pendengar pada pembukaan ceramahnya, seperti yang diuraikan diatas. Kemudian dalam badan ceramah pun beberapa kali ia menyebutkan tema ceramah “Rek kitu wae?”. Tema ceramah tersebut merupakan bahasa sunda yang sering dipakai oleh anak muda sehingga Evie Effendi memakai bahasa tersebut dalam ceramahnya, dan juga kata bahasa sunda tersebut merupakan singkatan dari “Rencanakan Kehidupan, Kuatkan Iman, Tingkatkan Ukhuwah. Wallahu ‘alam”. Ini menjadi ciri khas Evie Effendi yang sering menggunakan singkatan kata dalam ceramahnya.

Kelima, pronuntiatio (penyampaian). Seperti yang telah dijelaskan mengenai penyampaian Evie Effendi yang selalu menggunakan singkatan kata dalam ceramahnya, juga bermain dengan intonasi, beliau juga memainkan mimik, gesture tubuh agar mendapat perhatian dari khalayak. Dalam memainkan mimik wajah, Evie Effendi kerap memainkan mimik wajah sesuai dengan pesan yang dilontarkan, mimik tersebut digunakan untuk memperkuat makna dari pesan yang dilontarkan.

Kemudian berbicara tentang gestur tubuh, posisi Evie Effendi ketika berceramah yaitu posisi duduk, sehingga beliau tidak terlalu banyak menggunakan gestur tubuh, seperti jalan ke arah kanan, kemudian berjalan ke arah kiri. Ia hanya memainkan gerakan tangan sebagai gestur tubuh untuk mencuri perhatian jemaahnya.

Penerapan Prinsip Retorika Menurut Aristoteles

Retorika memiliki peran penting dalam kegiatan dakwah, maka dari itu Ustadz Evie Effendi perlu menggunakan retorika yang baik agar pesan dakwahnya dapat diterima dan diaplikasikan oleh jemaahnya (Farhatunisa, 2018).

Menurut Aristoteles ada tiga prinsip retorika yang dapat digunakan untuk mempengaruhi manusia saat melakukan pidato atau ceramah yaitu *ethos*, *pathos* dan *logos* (Rakhmat, 2011: 7). Berikut ini adalah tinjauan retorika persuasive Evie Effendi berdasarkan *ethos*, *pathos*, *logos*:

Pertama, ethos. suatu sikap pembicara untuk meyakinkan pendengar bahwa ia ahli dibidangnya (kredibel) sehingga menjadikan pendengar yakin dan dapat percaya terhadap pembicara (Uchjana, 1993: 352). Evie Effendi sebagai pembicara harus meyakinkan pendengarnya bahwa yang disampaikan benar, wawasan yang dimilikinya luas sehingga para pendengar tidak ragu untuk mempercayai kebenaran apa yang ia sampaikan.

Kedua, Pathos. gaya penyampaian seorang pembicara yang mampu membangkitkan semangat atau perasaan pendengarnya (Onong Uchjana, 1993: 352). Seorang pembicara dituntut untuk mampu menyentuh perasaan, emosi, harapan, kebencian serta kasih sayang pendengarnya (Rakhmat, 2011: 7).

Pada ceramah Evie Effendi, gaya penyampainnya kebanyakan dikemas

dengan humor. Tetapi ada pula bagian ceramah yang mengandung prinsip pathos. Dalam ceramahnya, Evie Effendi menyentuh perasaan pendengarnya dengan memosisikan pendengar sebagai korban pembantaian Rohingya, kemudian setelah itu ia memberikan nasihat kepada pendengar agar untuk selalu bersyukur terhadap kenikmatan berbangsa dan bernegara di tanah air ini.

Ketiga, logos. suatu prinsip retorika untuk mendekati pendengar melalui rasionalitas pikirannya. Pembicara dituntut untuk meyakinkan pendengar dengan kata-kata yang logis dengan mengajukan bukti (Rahmat, 2011: 7).

Dalam hal ini untuk menjelaskan makna firman Allah, Evie Effendi menggunakan contoh atau analogi agar mudah dipahami oleh jamaahnya. Kemudian selain itu, ia juga menggunakan kata-kata yang logis dan mudah dipahami oleh akal dan pikiran siapapun yang mendengarkannya.

Sama halnya dengan prinsip retorika persuasi yang diungkapkan oleh Jalaludin Rakhmat yaitu Evie Effendi telah menerapkan empat imbauan dari lima teori yang ada, yaitu imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut, dan imbauan ganjaran.

Aplikasi Retorika dalam Dakwah Evie Effendi

Kemampuan retorika atau public speaking dalam dakwah sangat dibutuhkan agar pesan-pesan dakwah dapat sampai langsung kepada pendengar, walaupun dakwah dengan metode ceramah sudah dianggap terlalu konvensional tetapi metode ini tidak dapat tergantikan oleh metode lain yang lebih canggih (Abidin, 2013: 123).

Ceramah Evie Effendi telah menerapkan beberapa teori retorika seperti yang telah dijelaskan diatas, selain itu Evie Effendi juga telah merumuskan beberapa hal untuk mempersiapkan dan menyusun pidato.

Pertama, memilih topik dan tujuan. Sesuai dengan analisis penulis, topik yang didapatkan oleh Evie Effendi bersumber dari pengalaman dan pendapat pribadinya. Kemudian dalam merumuskan judul sudah cukup baik yang ditandai oleh sesuai dengan teori yang ada, yaitu: judul harus relevan, provokatif dan singkat. Selanjutnya yaitu menentukan tujuan, dalam ceramah Evie Effendi sudah sesuai dengan tujuan yaitu bersifat informatif, persuasif dan rekreatif.

Kedua, mengembangkan bahasan. Mengembangkan bahasan perlu dilakukan oleh pembicara agar topik yang disampaikan menjadi lebih jelas, dapat mudah dipahami pendengar, dan menambah daya tarik. Ada beberapa uraian yang dijelaskan oleh Jalaludin Rakhmat mengenai keterangan penunjang, yaitu: penjelasan, contoh, analogi, testimoni, statistik, dan perulangan. Hasil analisis penulis, bahwa dalam ceramah Evie Effendi hanya menerapkan penjelasan dan contoh saja.

Ketiga, cara membuka dan menutup pidato. Bagian paling penting dalam pidato adalah pembukaan dan penutupan. Pada bagian pembukaan, akan menentukan seberapa besar perhatian dan kesan yang baik yang ditimbulkan

pembicara kepada pendengarnya. Maka dari itu, dalam pembukaan pidato harus baik (Rakhmat, 2011: 53).

Pada bagian pembukaan ceramah Evie Effendi, diisi dengan salam, shalawat, membaca ayat Alqur'an dan hadits yang berkaitan dengan tema, dan pembukaan kalimat yang menggambarkan tema dari ceramah tersebut.

Selain itu, menurut Aristoteles pendahuluan dapat dijadikan sebagai upaya untuk menarik perhatian khalayak, menumbuhkan kredibilitas, dan menjelaskan tujuan (Uchjana, 2013: 55). Dari hasil analisis penulis, dalam pendahuluan di atas Evie Effendi menggunakan ayat Alqur'an dan hadits sebagai upaya untuk menumbuhkan kredibilitas. Kemudian disisipi kata singkatan dan humor agar menarik perhatian pendengar. Selanjutnya menjelaskan maksud dan tujuan dari tema yang telah ditentukan.

Gaya Retorika Dakwah Evie Effendi di Video Youtube yang Meliputi Gaya Bahasa dan Humor

Gaya Bahsan

Gaya bahasa merupakan suatu bentuk kesusastraan yang dapat dipelajari oleh pembicara dalam berpidato (Rakhmat, 2011: 51). Dalam buku *Dustur Da'wah* Menurut Al Qur'an karya Hasjmy, ada enam gaya bahasa yang digunakan oleh pembicara dalam berdakwah, yaitu: *Ta'lim* dan *Tarbiyah*, *Tazkir* dan *Tanbih*, *Targhib* dan *Tabsyir*, *Tarhib* dan *Inzar*, *Qashash* dan Riwayat, serta Amar dan Nahi.

Hasil analisis penulis, dalam ceramah Evie Effendi terdapat lima gaya Bahasa yang digunakan yaitu *Ta'lim* dan *Tarbiyah*, *Tazkir* dan *Tanbih*, *Targhib* dan *Tabsyir*, *Qashash* dan Riwayat, serta Amar dan Nahi.

Humor

Humor diartikan sebagai sesuatu yang bersifat dapat menimbulkan atau menyebabkan pendengarnya (maupun pembawanya) merasa tergelitik perasaannya, lucu, sehingga terdorong untuk tertawa. Terdapat perbedaan antara lelucon dan humor, humor sasarannya adalah diri sendiri atau kelompok si pembawa cerita sendiri. Sedangkan lelucon adalah orang atau kelompok lain dari si pembawa lelucon (Japarudin, 2017: 15). Humor merupakan salah satu metode rekreatif dalam berdakwah, karena dengan adanya humor dalam dakwah, pendengar/mad'u menjadi tidak merasa bosan dengan dakwah yang disampaikan. Boleh jadi ada orang yang menangis karena gembira, tetapi jarang sekali orang tertawa karena sedih (Rakhmat, 2011: 126).

Humor menjadi salah satu ciri khas dalam ceramah Evie Effendi, karena setiap ceramahnya mad'u selalu tertawa. Tetapi dari semua teori humor yang ada, hanya beberapa saja yang digunakan Evie Effendi dalam video ceramahnya, sebagai berikut: *exaggeration*, *parodi*, *burlesque*, dan belokan mendadak.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang merujuk pada rumusan masalah penelitian, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama. Penerapan retorika Evie Effendi yaitu retorika yang bersifat persuasi, agar jemaah tidak hanya memahami apa yang ia sampaikan akan tetapi melaksanakan apa yang ia sampaikan. Ditinjau dari penerapan lima hukum retorika menurut Aristoteles, Evie Effendi menerapkan kelima hukum tersebut. Selain itu ia juga menerapkan konsep ethos, pathos, dan logos. Tiga konsep tersebut ia terapkan pada pesan-pesan yang disampaikan agar pesan tersebut dapat diterima oleh akal dan pikiran serta menyentuh hati jemaahnya. Jika ditinjau dari konsep imbauan untuk mempengaruhi orang menurut Jalaludin Rakhmat, ia juga menerapkan kelima imbauan yaitu imbauan rasional, emosional, takut, ganjaran, dan motivasional.

Selain itu juga, Evie Effendi menerapkan rumus Jalaludin Rakhmat dalam mempersiapkan dan menyusun pidato dengan memilih topik dan tujuan berdasarkan sumber dari pengalamannya sendiri dan merumuskan judul dengan relevan, provokatif dan singkat. Tujuan dari ceramahnya yaitu bersifat informatif, persuasif dan rekreatif. Kemudian, dalam mengembangkan bahasan ceramahnya, Evie Effendi menggunakan penjelasan, contoh dan perulangan. Selanjutnya, dalam membuka ceramahnya sesuai dengan teori menurut Aristoteles yaitu dengan menarik perhatian pendengar dan menumbuhkan kredibilitas.

Kedua. Gaya retorika dalam dakwah Evie Effendi di video Youtube yang meliputi gaya bahasa dan humor adalah sebagai berikut: Gaya bahasa yang digunakan Evie Effendi dalam dakwahnya ini yaitu menggunakan *Ta'lim* dan *Tarbiyah*, *Tazkir* dan *Tanbih*, *Tarhib* dan *Tabsyir*, *Tarhib* dan Inzar, Qashash dan Riwayat, serta Amar dan Nahi. Kemudian, humor yang digunakan adalah humor *Exaggeration*, Parodi, *Barlesque*, dan Belokan mendadak.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bungin M.B. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin M. B. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Furchan, Arief. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu-Ilmu Sosial*. Surabaya: Usaha Nasional.

- Hasjmy, Ali. 1974. *Dustur Da'wah Menurut Al Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Jaswadi, Ahmad. 2014. *Retorika*. Surabaya: CV Cahaya Intan XII.
- Lubis, Basrah. 1991. *Metode dan Retorika Dakwah*. Jakarta: CV Tursnia
- Parwiyulianti, Wiwit. 2017. *Respon Jamaah Masjid Abu Bakar Ash-Shidiq Terhadap Gaya Busana Ustadz Evie Effendie Dalam Berdakwah*. Skripsi S1, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Bandung.
- Rakhmat, J. 2011. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Rakhmat, J. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Ridwan, A. 2013. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Internet

- Amnestika, Arnita, 2014. Era Komunikasi Tanpa Batas, diakses 20 Juli 2018, dari <http://arnitaamnestika.blogspot.com/2014/03/era-komunikasi-tanpa-batas-mengintip.html?m=1>
- Fatturahman, Muhammad Nurdin. 2017. Biografi Ustadz Evie Effendi-Ustadz Gaul Bandung, diakses 11 Juli 2018, dari <https://biografi-tokoh-ternama.blogspot.com/2017/08/biografi-ustadz-evie-effendi-ust-gaul-bandung.html?m=1>
- Gandapura, Baban, 2017. Jalan Kelam Ustaz 'Gapleh' Evie: Kisah Penjara, Ibu dan Hijrah, diakses 11 juli 2018, dari <https://m.detik.com/news/jawabarat/3605295/jalan-kelam-ustaz-gapleh-evie-kisah-penjara-ibu-dan-hijrah>
- Syarif Hidayatullah, Moch, 2015. Fenomena Da'i Selebriti Sebagai solusi atau Problem Dawah, diakses 8 Juli 2018, dari <https://cordofa.org/fenomena-dai-selebriti-sebagai-solusi-atau-problem-dakwah/>.

Jurnal

- Japarudin. 2017. Humor Dalam Aktivitas Tabligh. *Syi'ar Vol. 7 No. 2 Agustus 201*
- Zaini, A. 2017. Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara "Mamah dan Aa Beraksi" di Indosiar. Dalam Ilmu dakwah: Academic Journal 1 for Homiletic Studies 11(2).



Pergumulan Dakwah di Mentaya Sampit

Yusuf Alkhusaeri^{1*}, Nani Machendrawaty¹, Acep Aripudin²

1Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung

2Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung

*Email: yusufalkhusaeri08@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini antara lain : Pertama, memahami aspek – aspek dakwah dalam pelaksanaan Ritual Mandi Safar. Kedua mengetahui dan menganalisis suatu elemen – elemen yang memicu pro dan kontra di dalam pelaksanaan Ritual Mandi Safar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu pelaku dan pihak – pihak yang mengetahui sejarah Ritual Mandi Safar. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan peneliti ini adalah teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bawa Mandi Safar merupakan Ritual yang bernuansa agama, namun pada dasarnya tradisi tersebut bukanlah bagian dari agama. Dalam Ritual Mandi Safar yang perlu dikedepankan adalah sapek “tradisi dan budaya” bukan aspek Ritual keagamaannya, karena akan timbul pemahaman syirik pada masyarakat. Aspek – aspek dakwah yang terkandung di dalam mandi safar yaitu, aspek sosial yaitu, kebersamaan dan kesetiakawanan dan aspek *aqidah* yaitu, kepercayaan dan keyakinan yang dapat menyelaraskan dengan timbulnya perilaku yang mementingkan kepentingan bersama atau nilai solidaritas dalam tindakan masyarakat.

Kata kunci: Pergumulan Dakwah, Pro dan Kontra, Konflik Sosial

ABSTRACT

The objectives in this study include: First, understand of da'wah in the implementation of the Ritual of Mandi Safar. The two know and analyze an element that triggers pro and contra in the implementation of the Ritual of Mandi Safar. The research method used is a qualitative method, Data sources in this study are primary data sources, namely the perpetrators and partys who know the history of the Ritual of Mandi Safar. The data collection techniques used in the preparation of this researcher are observation, interview, and documentation techniques. Based on the results of the study it can be concluded that Safar Bath is a Ritual that has a

Y. alkhusaeri, N. Machendrawaty, A. Aripudin

religious nuance, but basically the tradition is not part of religion. In the Ritual of Mandi Safar, which needs to be put forward, the sapek "tradition and culture" is not an aspect of its religious Ritual, because will arises comprehension syirik on society. Aspects of da'wah contained in safar baths are, social aspects namely, togetherness and solidarity and aspects of aqedah namely, trust and confidence that can harmonize with the emergence of behavior that conserved interest shared or the value of solidarity in community actions.

Keywords: *Struggle Da'wah, Pro and Contra, Sosial Conflict*

PENDAHULUAN

Upacara Tradisi Mandi Safar adalah suatu upaya spritual pendekatan diri kepada Allah yang dilakukan oleh sebagian masyarakat muslim di beberapa wilayah di Indonesia, diantaranya di wilayah di Nusa Tenggara Barat, Sulawesi, Kepulauan Riau, Maluku, termasuk di salah satu wilayah sungai Mentaya Kota Sampit Kabupaten Kotawaringi Timur Kalimantan Tengah.

Terkait dengan eksistensinya tradisi Mandi Safar ini tentu menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat itu sendiri. Di satu sisi ada yang beranggapan sebagai tindakan *bid'ah* yang tidak boleh dilakukan karena bertentangan dengan ajaran Islam yang melarang adanya *takbayul* dan *keburafat* serta mengandung unsur *syirik*, sedangkan di satu sisi lainnya ada yang berpendapat bahwa ritual Mandi Safar hanyalah sekedar tradisi leluhur bernafaskan Islam yang perlu dipelihara kelestariannya, tentunya dengan mengedepankan modifikasi – modifikasi Islami dan menghilangkan unsur – unsur mistisisme. (Moesliem, 2003: 155).

Konflik yang muncul akibat perbedaan budaya salah satunya disebabkan oleh sikap fanatisme sempit dan kurangnya sikap *tasamub* (toleran) di kalangan umat. Fanatisme dan toleransi hanya akan menyebabkan terjadinya desintegrasi bangsa dan konflik di masyarakat. Jika tradisi dan budaya diasumsikan dalam masyarakat ibarat pedang bermata dua. Di satu sisi ia merupakan kekayaan masyarakat Indonesia di lain sisi dapat menjadi faktor konflik horizontal. Persoalan paling utama bagaimana cara menjembatani tradisi dan budaya tersebut. Mampukah Islam sebagai agama yang diklaim “rahmatan lil alamin dan sholihun li kulli zaman wa makan” menjadi mediator bagi perbedaan – perbedaan budaya. (Jandra, 2002: 1-3).

Bila melihat dari eksistensi ritual – ritual yang ada di beberapa wilayah Indonesia, masyarakat cenderung menerima pola akomodatif-reformatif atau pribumisasi Islam ketimbang pola purifikasi Islam. Hal ini cukup beralasan karena setiap orang lahir dari lingkungan “*adat*” dan kulturalnya masing – masing. Oleh karena itu, Moeslim Abdurrahman mengatakan,

“Sulit diterima jika ada kenyataan bahwa seseorang bisa beragama secara “murni”, tanpa dibentuk oleh kulturnya. Kecuali mungkin seorang nabi atau rasul sungguh yang boleh mengatakan bahwa ia telah mendapatkan wahyu dari Tuhan. Namun selebihnya, jika orang

biasa saja, pengetahuan dan cara bagaimana mengungkapkan keberagamaan, tidak lain hal itu diperoleh karena diajarkan oleh orang tuanya, oleh guru dan kyai – kyai, bahkan oleh kebiasaan – kebiasaan yang diwarisi begitu saja dari tradisi sekitarnya”. (Moesliem, 2003: 19).

Mengajak dan mengajarkan memperbaiki lingkungan tentu sesuai dengan konsep dakwah yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Ali Imron: 104 yang artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung” (Depag RI, 2015: 63). Masyarakat diajak untuk kembali melestarikan lingkungan sekitar mereka dan diajarkan untuk tidak hanya mengambil manfaat dari lingkungannya sehingga terjadi kerusakan. Merubah pola pikir dan gaya hidup mad’u tentulah memerlukan metode yang baik dan tepat, apalagi memberi pemahaman kepada masyarakat yang menggantungkan hidupnya kepada hasil bumi dari hutan.

Sebagaimana yang dilakukan Tuan Guru Haji Hasanain Juaini, MH. yang telah berhasil menggerakkan santri dan masyarakat di Nusa Tenggara Barat untuk melestarikan lingkungan dengan cara menanam pohon. Beliau berhasil menghijaukan kembali 56 hektar lahan gundul yang ada di Lombok. Mengutip wawancara Hananto dari Mongabay (2014) pada tahun 2003 silam beliau membeli lahan gundul dan gersang seluas 36 hektar, dan sekarang telah menjadi kawasan konservasi hutan yang diberi nama Desa Madani. Pada tahun 2016 beliau menerima penghargaan Kalpataru katagori Pembina Lingkungan dari Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan yang diberikan langsung oleh Wakil Presiden RI Bapak Dr. (HC) H. Muhammad Jusuf Kalla di Istana Siak Sri Inderapura Kabupaten Siak, Riau.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah tentang fokus masalah, sedangkan persamaannya adalah sama sama mengkaji tentang tradisi pada masyarakat.

Penelitian ini dilakukan di Sungai Mentaya Kota Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur Kalimantan Tengah. Objek penelitian dengan wawancara kepada pribumi, sejarawan, atau bahkan tokoh adat dan tokoh masyarakat.

Berpijak pada latar belakang diatas maka muncul pertanyaan, yaitu : pertama, bagaimana proses dakwah melalui tradisi mandi safar, sehingga menimbulkan pro dan kontra?. Kedua, bagaimana pendapat masyarakat kelurahan pasir putih tentang tradisi mandi safar?

Metode Penelitian yang peneliti gunakan yaitu dengan metode kualitatif tentang Tradisi Mandi Safar. Jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah jenis kualitatif yang mempelajari masalah – masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa – apa

yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang itu terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi – informasi mengenai keadaan yang ada. (Mardalis, 1999: 26).

LANDASAN TEORITIS

Sebelum Islam masuk ke Indonesia, masyarakat Indonesia sudah memeluk kepercayaan agama Hindu, Budha, dan kepercayaan primitif (animisme dan dinamisme). Setelah datangnya Islam, kepercayaan lama yang mereka yakini masih saja ada dalam pikiran dan tetap dilaksanakan dalam kehidupan sehari – hari. (Kusumah, 1993: 103).

Menurut Abdurahman Wahid, Arabisasi atau proses mengidentifikasi diri dengan budaya Timur Tengah akan tercerabutnya kita dari akar budaya kita sendiri. Arabisasi belum tentu cocok dengan kebutuhan kita. Menurutnya antara agama Islam dan budaya memiliki independensi masing – masing, tetapi keduanya memiliki wilayah yang tumpang tindih. Tumpang tindih agama dan budaya akan terus terjadi sebagai suatu proses yang akan memperkaya kehidupan dan membuatnya tidak gersang. Dari sisilah sebenarnya gagasan tentang pribumisasi Islam menjadi sangat urgen. Karena dalam pribumisasi Islam tergambar bagaimana Islam diakomodasikan ke dalam budaya yang berasal dari manusia tanpa harus kehilangan identitasnya. (Wahid, 2001: 19-20).

Kajian Teoritis

Menurut Max Weber konflik mempunyai posisi sentral dalam menganalisis kehidupan masyarakat. Konflik merupakan unsur dasar kehidupan manusia. Pertentangan tidak dapat dienyapkan dari kehidupan budaya. Dia juga menyatakan bahwa masalah kehidupan modern dapat dirujuk ke sumber materialnya yang riil misalnya, struktur kapitalisme. Oleh karena itu penyelesaian hanya dapat ditemukan dengan menjungkirbalikan struktur kapitalis itu melalui tindakan kolektif sejumlah besar orang. Orang yang memang dapat mengubah sarannya, akan tetapi orang tidak dapat membuang konflik itu sendiri. (Wirawan, 2012: 66-70). Ada beberapa pokok pemikiran menurut Weber, yaitu:

Pertama, Tindakan Individu dalam arti Subjektif, bahwa hanya individual yang riil secara objektif, sedangkan masyarakat hanyalah satu nama yang menunjuk pada sekumpulan individu. Pemahaman subjektif (*verstehen*) adalah sebagai metode untuk memperoleh pemahaman yang valid mengenai arti subjektif tindakan sosial.

Kedua, Tipe Ideal menurut Weber adalah suatu teknik metodologi dengan cara penekanan yang berat sebelah (berpihak) mengenai suatu pokok pandangan atau lebih, sintesa gejala – gejala individual kongkrit, tersebar, sifatnya sendiri –

sendiri yang ada ataupun tidak ada. Kurang lebih diatur menurut titik pandang yang diberi tekanan secara berat sebelah kedalam suatu konstruksi analitis tertentu.

Ketiga, Tipe tindakan Sosial. Tipe tindakan sosial dasarnya adalah rasionalitas.

Keempat, Stratifikasi Sosial dasarnya adalah ekonomi, budaya dan politik. Ukuran ekonomi dasarnya bersumber dalam kesempatan hidup, pemilik benda untuk memperoleh kesempatan, kondisi komoditas dalam pasar tenaga kerja.

Kelima, Tipe otoritas meliputi : *Otoritas Tradisional, Otoritas Kharismatik, dan Otoritas Legal Rasional*.

Keenam, Orientasi Agama yaitu ide agama mempunyai pengaruh independen terhadap perilaku manusia. Ide agama berpengaruh dalam meningkatkan perubahan sosial. (Soelaeman, 2011: 44-46).

Menurut Talcott Parsons teori fungsional dapat dilihat dari agama sebagai penyebab sosial yang dominan dalam terbentuknya lapisan sosial, perasaan agama, dan termasuk konflik agama. Agama dipandang sebagai lembaga sosial yang menjawab kebutuhan mendasar yang dapat dipenuhi kebutuhan nilai – nilai duniawi. Tetapi tidak mengutik apa yang ada di luar atau referensi transendental. (Soelaeman, 2011: 280).

Ajaran Islam yang dikemukakan oleh Al – Ghazali (abad ke 11) tentang *konflik dalam fitrah manusia*, mengemukakan bahwa manusia mempunyai tiga tahap perkembangan jiwa yaitu:

Pertama, *Nafs – al – amarah bil alsu*, yaitu nafsu yang mendesak agen moral untuk melampiaskan tuntutan – tuntutan yang tidak terkontrol atau nafsu yang mengendalikan kejahatan. Individu tunduk kepada tujuan – tujuan yang didasari oleh sikap emosi, hatinya diperbudak oleh tujuan tersebut. Alquran menyatakan: “.....*nafsu itu selalu menyuruh kepada kejahatan.....*” (QS. Yusuf : 53)

Kedua, *Nafs – al – lawwamah* atau nafsu yang disalahkan, yaitu nafsu yang sadar apabila tuntutan – tuntutan naluriah yang dilampiaskan atas pengaruh *nafs – al – amarah*. *Nafs* ini berusaha melawan *nafs – al – amarah*. Perkembangan jiwa sehat terletak pada aksi timbal balik, dimana *nafs – al – lawwamah* mengalahkan *nafs – al – amarah*. Sekali nafsu jahat ini di kalahkan, maka manusia memasuki tahap jiwa di atas *nafs* yang sadar yaitu *nafs* yang ketiga.

Ketiga, *Nafs – al – muthmai'nnah* (nafsu yang tenang dan tentram), merupakan keadaan kepuasan tertinggi dari *nafs*. Keadaan *nafs* atau jiwa ini, betul – betul memperoleh kepuasan yang lengkap dan bebas dari semua keputusan dan penderitaan. (Soelaeman, 2011: 49).

Media komunikasi tradisional, merupakan media yang digunakan oleh masyarakat tertentu yang berbeda dari masyarakat lainnya disebabkan ciri-ciri khas sistem masyarakat tersebut beserta tata nilai kebudayaannya. Media

komunikasi tradisional terutama seni pertunjukan sampai saat ini masih dianggap penting, sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan pembangunan, terutama pembangunan mental spiritual. Hal ini sejalan dengan pendapat Harmoko (1986:86) sebagai berikut :

Media tradisional adalah berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan khalayak terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, sehingga bentuk kesenian itu dapat dimanfaatkan sebagai media pembawa pesan-pesan penerangan. Unsur tradisional dan sifat komunikatif dari seni pertunjukan tersebut, memudahkan untuk dijadikan sebagai media penerangan yang efektif, tanpa harus kehilangan unsur hiburannya. Efektifitas tersebut sebagian tersebar disebabkan oleh karena seni pertunjukan memang bersifat merakyat, dan dengan demikian mudah untuk dapat langsung menggugah hati khalayak. Itulah sebabnya bentuk kesenian ini sering disebut sebagai pertunjukan rakyat. (Nurhidayah, 2017: 22).

Kajian Konseptual

Pergumulan Islam dan budaya Jawa melalui pendekatan Islamisasi Jawa dan Jawanisasi Islam masih menyisakan sebuah persoalan. Melalui proses yang damai tanpa ketegangan dan konflik. (Paisun, 2010: 1). Dalam rentang periode sejarah yang panjang dari generasi ke generasi, Islam sebagai pembawa nilai – nilai budaya baru, belum mampu menggantikan seluruhnya nilai – nilai budaya lama dibawah religi animisme dan dinamisme maupun agama Hindu dan Budha. Artinya orang Islam pada satu sisi taat menjalankan doktrin – doktrin agama Islam dan pada satu sisi lainnya taat menjalankan budaya, tradisi, ritual, dan keyakinan leluhur yang ada kalanya mengandung unsur syirik dan bertentangan dalam ketentuan syariat Islam.

Lebih khusus tradisi yang dapat melahirkan kebudayaan masyarakat dapat diketahui dari wujud tradisi itu sendiri. Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan itu mempunyai paling sedikit tiga wujud, yaitu:

Pertama, Wujud Kebudayaan sebagai suatu kompleks ide-ide, gagasan – gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan, dan sebagainya.

Kedua, Wujud kebudayaan sebagai kompleks aktivitas kelakuan berpoladari manusia dalam masyarakat.

Ketiga, Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia. (Mattulada, 1997: 1).

Dalam proses lalu lintas manusia antarbudaya, dakwah merupakan nilai. Nilai dakwah yang dimaksud adalah Islam. Islam, baik memaknai sebagai sikap maupun dipahami sebagai sistem nilai dan pesan yang meyeritai suatu dakwah,

seperti dalam tabligh, menjadi sangat penting ketika bersentuhan dengan nilai – nilai budaya yang dianut masyarakat. Karena tidak sepenuhnya budaya – budaya yang berkembang dalam masyarakat itu baik dan maslahat bagi manusia meskipun budaya tersebut sudah ada dan berkembang dalam masyarakat. (Aripudin, Sambas, 2007: 3).

Terlebih kalau berpegang pada pendapat Mac Iver yang menyatakan bahwa kebudayaan adalah ekspresi jiwa yang terwujud dalam cara-cara hidup dan berpikir, pergaulan hidup, seni kesusastraan, agama, rekreasi dan hiburan. Atau didasarkan pada pendapat Kingsley Davis, yang menyatakan bahwa kebudayaan mencakup segenap cara berpikir dan bertindak laku, yang timbul karena interaksi yang bersifat komunikatif (dalam Soekanto, 2015: 341-343), maka kebudayaan secara fungsional berfungsi untuk dijadikan acuan dalam cara berpikir, gaya hidup, dalam pergaulan atau pola berhubungan hubungan satu sama lain. Kemudian Soerjono Soekanto memperjelas, bahwa:

Kebudayaan mengatur agar manusia dapat mengerti bagaimana seharusnya bertindak, berbuat, menentukan sikapnya kalau mereka berhubungan dengan orang lain. Karena kebudayaan mewujudkan norma dan nilai sosial kemasyarakatan. Kebudayaan, akan mewujudkan kaidah-kaidah yang dinamakan peraturan yang bertujuan membawa suatu keserasian dan memperhatikan hal-hal yang bersangkutan paut dengan keadaan lahiriah dan bathiniah manusia, yang salah satunya mengatur pola perilaku (patterns of behavior), dimana pola-pola perilaku tersebut Dakwah Kultural dalam Upacara Adat Ngalaksa *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, Vol. 10 No.2 | Juli-Des 2016 101* merupakan cara-cara masyarakat bertindak atau berkelakuan yang sama dan harus diikuti oleh semua anggota masyarakat. Pola perilaku tersebut dilakukan dan dilaksanakan pada khususnya apabila seseorang berhubungan dengan orang lain yang dinamakan social organization (2015:195). (Aliyudin, 2016: 100 – 101).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa agama dan budaya merupakan bagian inheren dari kehidupan masyarakat, karena ia memiliki fungsi mendasar dalam kehidupan masyarakat, maka agama dan sosial-budaya juga mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat. Dalam hal ini, Weber beranggapan bahwa jika orang memeluk agamanya secara serius, maka paling tidak tingkah-lakunya akan dipengaruhi oleh agamanya (Cuzzort dan King, 1987: 11).

Islam sebagai agama, seharusnya tidak dipahami sebagai seperangkat doktrin dan sistem moral yang terpisah dari kehidupan manusia. Ia tidak mengandung nilai – nilai dalam dirinya, tetapi mengandung ajaran yang menanamkan nilai – nilai sosial kepada penganutnya. Sehingga ajaran agama

merupakan elemen yang membentuk sistem nilai budaya. (Dhofier, wahid, 1978: 27).

Agama, manusia, dan budaya berhubungan secara dialektik. Hubungan agama, manusia, dan budaya di satu sisi menciptakan sejumlah nilai bagi masyarakatnya, dan pada sisi lain secara bersamaan, manusia secara kodrati senantiasa berhadapan dan berada dalam masyarakatnya (*homosocius*) (Kahmad, 2011 : 72). Agama dalam konteks budaya, berada dalam dialektika ini. Oleh karena itu, semua masyarakat yang dikenal di dunia ini, sampai batas tertentu, bersifat religious (Schraf, 1995: 29). Sementara perbedaan agama sebagai produk budaya dengan produk lainnya. Agama berasal dari proses objektivikasi tertentu yang bernilai transenden. Sebagai proses objektivikasi, maka di dalamnya akan melibatkan hubungan antara kebudayaan dan artefak. Hal yang sama terjadi ketika ada suatu agama masuk pada masyarakat lain di luar masyarakat pembentuknya. Agama itu akan mengalami proses penyesuaian dengan kebudayaan yang telah ada. Ada kompromi nilai atau simbol antar agama yang masuk dengan kebudayaan lokal, yang menghasilkan bentuk baru yang berbeda dengan agama atau budaya asal (Schraf, 1995: 75). Sementara dakwah dan budaya tidak dapat disangkal lagi keterkaitannya. Keduanya saling mengisi dan membantu dalam membutuhkan dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Seperti yang dikatakan Asep Saeful Muhtadi Setiap peristiwa dakwah senantiasa berada dalam konteks budaya yang mengitarinya. Bagaimana subjek dakwah melakukan kegiatan dakwahnya, dan bagaimana mad'u berperilaku di tengah dakwah, tentu saja selalu membawa dan melibatkan latar budayanya (dalam Tajiri, 2015: 93)

Media adalah sebuah bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebarkan ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang disampaikan itu dapat diterima oleh orang yang dituju (Arsyad, 2002:4).

Sastropetro (1987:16) menjelaskan bahwa media komunikasi itu dibagi dua golongan yakni media modern dan media tradisional. Adapun yang dimaksud media komunikasi tradisional adalah media yang dipergunakan secara turun temurun oleh nenek moyang manusia diantaranya api, asap, bunyi-bunyian, kentong, tambur, genderang, bedug dan sejenisnya. Sedangkan Effendy (1981: 370) mendefinisikan media tradisional secara khusus adalah media yang dipergunakan oleh khalayak pada masyarakat tertentu secara turun temurun. Penyisipan pesan pada model media komunikasi tradisional sebenarnya hanya sekilas saja, sebab yang paling dominan yang dipertunjukkan adalah lakon dan humornya (hiburannya). Namun, menurut Hidayat (2007:10), “nampaknya, komunikasi massa tradisional paling memungkinkan pelaksanaannya untuk daerah pedesaan. Apabila suatu daerah memiliki perkumpulan-perkumpulan wayang golek, reog, longser, dongbret dan lainnya, hal ini perlu mendapat

pembinaan dari instansi-instansi terkait. Melalui perkumpulan-perkumpulan kesenian seperti itulah pesan-pesan tertentu dapat disebarluaskan”. (Nurhidayah, 2017: 27).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Sampit terletak di tepi Sungai Mentaya. Dalam Bahasa Dayak Ot Danum, Sungai Mentaya itu disebut batang danum kupang bulan. Sungai Mentaya ini merupakan sungai utama dan dimanfaatkan sebagai prasarana perhubungan di Sampit. Sungai Mentaya merupakan sungai kebanggaan masyarakat Sampit karena luas dan panjangnya sungai mentaya, sehingga Sampit bisa di sebut dengan sebutan Kota Mentaya

Sampit merupakan salah satu kota terpenting di Provinsi Kalimantan Tengah, karena secara ekonomis merupakan daerah kabupaten yang relatif maju dan juga terletak di posisi yang strategis. Dilihat dari peta regional Kalimantan Tengah, kota Sampit sebelumnya terletak di tengah – tengah dan ini menyebabkan posisinya sangat strategis. Misalnya, warga dari Buntok mau ke Pulau Jawa, maka akan lebih dekat jika melewati Kota Sampit daripada harus ke Kota Banjarmasin. Begitu pun kalau dari Palangkaraya, Kuala Pembuang, maupun Kasongan. Jadi, posisi strategis tersebut akan meningkatkan keunggulan komparatif pelabuhan laut Sampit yang dimiliki daerah ini, terutama akan menarik perekonomian dari kabupaten yang ada di sekitar wilayah Kotawaringin Timur. (Sumber Data: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kotawaringin Timur).

Proses Tradisi Mandi Safar yang Menimbulkan Pro dan Kontra.

Setiap tradisi yang dilakukan oleh suatu masyarakat biasanya memiliki makna dan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat. Tradisi tersebut juga mendorong masyarakat semakin melakukan dan mentaati tatanan sosial. Tradisi – tradisi ini memberikan motivasi dan nilai – nilai pada tingkat yang paling dalam. (Amin, 2002: 122).

Salah satu tradisi yang hingga kini masih sering dilaksanakan oleh masyarakat Islam diberbagai wilayah Indonesia salah satunya Tradisi Mandi Safar. Kegiatan Mandi Safar ini bertujuan mengangkat budaya lokal. Dengan begitu, seluruh masyarakat Indonesia lebih mengetahui budaya yang ada di Kotim. Kegiatan budaya Mandi Safar merupakan tradisi masyarakat yang mendiami tepian Sungai Mentaya, dipromosikan sebagai atraksi wisata Provinsi Kalteng.

Tradisi Mandi Safar adalah tradisi turun menurun yang tinggal di daerah pesisir sepanjang sungai Mentaya, dinamakan Mandi Safar karena tradisi ini dilaksanakan pada hari *Arba Musta'mir* atau hari Rabu terakhir bulan Safar setiap tahun Hijriyah.

Kenyakinan masyarakat bahwa pada bulan Safar adalah kesempatan untuk mensucikan seluruh tubuh, karena jika badan dan jiwa yang kotor akan mudah datangnya bencana yang menimpa. Dengan begitu kepercayaan ini masih dominan dilakukan pada setiap tahunnya. Kejadian ini juga yang menimpa para Rasul dan Nabi antara lain:

Pertama, Diselamatkannya kapal Nabi Nuh dari bahaya banjir.

Kedua, Terhindarnya Nabi Ibrahim dari bahaya api.

Ketiga, Terhindarnya Nabi Musa dan Nabi Harun dari bahaya ditelan laut

Kegiatan tradisi Mandi Safar ini merupakan salah satu atraksi budaya yang bernuasa agama yang akan selalu dipromosikan guna menambah perbendaharaan objek wisata Kalimantan Tengah. Dengan banyaknya atraksi budaya diharapkan Kalimantan Tengah lebih dikenal luas terutama Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur sehingga banyak wisatawan mengunjungi wilayah ini. (Rois, wawancara: 29 September 2018).

Untuk mengawali Mandi Safar masyarakat setempat mengawalinya dengan sholat zuhur berjamaah bagi umat Muslim dan doa bersama untuk tolak bala. Masyarakat yang ingin mengikuti tradisi Mandi Safar sebelumnya sudah dibekali diri dengan daun Sawang (sejenis daun sakral yang di anggap masyarakat sekitar sebagai daun suci), adapun filosofi dari Daun Sawang ini adalah melambangkan kesuburan serta kematian dan selalu mengingatkan kita pada sang pencipta alam, karena Daun Sawang tersebut banyak tumbuh subur dikuburan. Daun Sawang ini diikat dikepala atau dipinggang. Sebelum digunakan daun Sawang ini dirajah (merupakan sekumpulan huruf – huruf atau kalimat yang dipercayai sebagai penyembuh, kesaktian ataupun keselamatan) oleh atau alim ulama.

Menurut kepercayaan masyarakat sekitar daun Sawang ini berfungsi untuk menjaga masyarakat yang mengikuti Mandi Safar agar terjaga keselamatan dan terhindar dari segala gangguan baik dari binatang maupun makhluk halus, karena dalam Rajah Daun Sawang tersebut terdapat lafal “*dua kalimat Syahadat*”. Kalimat tauhid tersebut dilafalkan selama mandi dan sesudah mandi, setelah melaksanakan Mandi Safar, Daun Sawang tersebut digantung didepan pintu rumah, yang mana orang tersebut akan selalu ingat akan lafal dan senantiasa mengucapkannya. (Ramadhan, wawancara : 2 Oktober 2018).

Setelah selesai Ritual Daun Rajah maka daun tersebut diberikan kepada seluruh masyarakat yang hadir. Setelah itu, masyarakat mulai menceburkan diri untuk mandi di Sungai Mentaya. Hal ini dilakukan agar masyarakat memiliki rasa saling menghargai antar sesama dan pejabat pemerintah, serta saling mengakrabkan dan menguatkan rasa persatuan pimpinan dan masyarakat. Dengan demikian kelestarian Sungai Mentaya menjadi kebanggaan masyarakat Sampit akan terjaga kebersihannya. Setelah selesai mandi, masyarakat berkumpul di pelabuhan Sampit untuk bersama – sama memohon doa keselamatan dan di pimpin oleh kiai setempat. Selanjutnya masyarakat sekitar memperebutkan aneka

makanan yang dibentuk seperti gunung yang terdiri dari 41 jenis kue tradisional seperti kue cucur, apem putih, apem merah, wajik, ketupat burung dan lain – lain. (Ramadhan, wawancara: 2 Oktober 2018).

Kegiatan tradisi Mandi Safar ini merupakan salah satu atraksi budaya yang bernuasa agama yang akan selalu dipromosikan guna menambah perbendaharaan objek wisata Kalimantan Tengah. Dengan banyaknya atraksi budaya diharapkan Kalimantan Tengah lebih dikenal luas terutama Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur sehingga banyak wisatawan mengunjungi wilayah ini. (Rois, wawancara: 29 September 2018).

Tradisi Mandi Safar ini sudah menjadi tradisi tahunan dan masuk dalam kalender pariwisata Kotawaringin Timur. Upacara ini biasanya dilaksanakan dan dipusatkan di Dermaga Habiring Hurung.

Namun dalam beberapa tahun ini Ritual Mandi Safar sudah dijadikan Event Pariwisata, karena Ritual Mandi Safar ini merupakan budaya masyarakat yang patut dilestarikan.

Aspek – aspek Dakwah yang Menimbulkan Pro dan Kontra dalam Upacara Mandi Safar.

Aspek-aspek yang terkandung di dalam mandi safar menyelaraskan dengan timbulnya perilaku yang mementingkan kepentingan bersama atau nilai solidaritas dalam tindakan masyarakat.

Tradisi mandi safar ini mengandung filosofi membersihkan diri dari hal-hal negatif, sehingga diharapkan bisa terhindar dari bala bencana dan kesialan seiring bersihnya badan yang mandi bercebur di Sungai Mentaya. Dilihat dari tata cara dan proses Mandi Safar terdapat beberapa aspek dakwah yang menimbulkan pro dan kontra antara lain:

Pertama, Aspek sosial mengandung kebersamaan atau kesetiakawan dalam tradisi mandi safar adalah fungsi dasar yang dijadikan pegangan. Tradisi Mandi Safar sebagai tradisi keagamaan dilakukan untuk memperkuat solidaritas kelompok masyarakat dari seluruh etnis mupun agama yang ada di wilayah Sampit dan sekitarnya.

Pengungkapan ini merupakan sikap dan tindakan secara bersama dalam tradisi, manusia tidak hanya menunjukkan kebersamaan saja, tetapi justru memperkuat sikap – sikap itu. Tradisi keagamaan menanamkan sikap ke dalam kesadaran diri yang tinggi serta untuk memperkuat komunitas moral keagamaan. (O’dea, 1995: 7).

Dalam pandangan masyarakat tentang tradisi mandi safar yang dilakukan setiap tahunnya, maka masyarakat memiliki pandangan yang berbeda-beda seperti yang diungkapkan oleh bapak Nicer Ramadhan selaku tokoh masyarakat yaitu sebagai berikut :

“Menurut pandangan saya, ada yang pro ada yang kontra itu masalah ritual mandi safar. Tapi di Alquran itu tidak melarang dan juga tidak menganjurkan. Itu sebenarnya hanya doa syukuran dari pada orang tua mengenai rezeki yang didapat satu tahun itu. Karena disana kan mereka cuma mandi, niat mandi itu kan seperti mandi hari-hari tapi niatnya membersihkan diri kemudian mengucapkan doa untuk terima kasih kepada tuhan telah memberikan rezeki yang banyak. (Ramadhan, wawancara: 2 Oktober 2018).

Dari hasil wawancara di atas dapat diambil argumen dalam tradisi Mandi Safar ada yang pro dan ada juga yang kontra tentang masalah tradisi mandi safar ini. Di dalam Alquran tidak melarang dan juga tidak menganjurkan untuk melakukan ritual tersebut. Menurut orang tua sekitar Mandi Safar ini hanya doa syukuran mengenai rezeki yang telah di dapat dalam setahun. Karena niat mereka melakukan mandi safar ini untuk membersihkan diri kemudian berdoa untuk mengucapkan terima kasih kepada tuhan telah memberikan rezeki yang banyak. Tradisi Mandi safar ini turun-temurun dari nenek moyang yang dilaksanakan setiap bulan safar. Tradisi Mandi Safar telah dijelaskan bukanlah suatu kewajiban yang harus dilakukan akan tetapi tradisi ini selalu dilaksanakan karena telah menjadi tradisi secara turun-temurun. (Rois, wawancara: 29 September 2018).

Menurut pandangan masyarakat sekitar sungai Mentaya bahwa Tradisi Mandi Safar sama halnya dengan acara syukuran. Masyarakat melakukannya dengan niat untuk membersihkan diri dari segala sesuatu yang buruk agar masyarakat terhindar dari musibah atau hal-hal yang tidak baik. Tradisi Mandi Safar yang telah menjadi tradisi turun-temurun ini, jika tidak di perkenalkan kepada para remaja maka tradisi ini akan bergeser ketika para remaja menganggap sebuah tradisi bukanlah hal yang sakral dan penting bagi mereka. (Riwut, wawancara: 3 Oktober 2018).

Selain itu juga tradisi Mandi Safar dilakukan untuk mempererat hubungan antara individu dengan kelompok agar dapat berinteraksi dan saling berkomunikasi sehingga masyarakat dapat menjalin hubungan baik dengan masyarakat lain ketika mereka sama – sama melakukan Tradisi Mandi Safar. Tradisi Mandi Safar dilaksanakan dan diperingati untuk menanamkan nilai-nilai kebudayaan pada diri setiap masyarakat dan remaja untuk tidak melupakan tradisi turun-temurun yang telah dibuat oleh para leluhur atau nenek moyang kita. Tradisi ini dibuat dengan tujuan yaitu sebagai rasa syukur masyarakat kepada Allah agar mereka terhindar dari segala bencana. (Ramadhan, wawancara: 2 Oktober 2018).

Kedua, aspek Aqidah Tradisi merupakan suatu bentuk perayaan yang berhubungan dengan beberapa keparcayaan dengan ditandai oleh sifat khusus, yang menimbulkan sifat khusus rasa hormat dalam arti merupakan suatu pengalaman yang suci. Pelangalamn ini mencakup sesuatu yang dibuat atau

dipergunakan oleh manusia untuk menyatakan hubungannya dengan yang “Tertinggi” dan hubungan itu sesuatu yang sifatnya biasa atau umum, tetapi sesuatu yang bersifat istimewa, sehingga manusia membuat suatu cara yang pantas guna melaksanakan pertemuan itu, maka muncullah bentuk Tradisi agama seperti ibadat yang bertujuan untuk memohon ampun, ataupun menyembah kepada Dzat Tertinggi. (Darori, 2000: 110).

Dalam Ketidakpastian dan ketidakberdayaan merupakan salah satu suatu perasaan yang pasti dialami oleh manusia. terutama pada saat ada sesuatu yang tidak bisa dinalar oleh pikiran manusia. Datangnya bencana, wabah penyakit atau musibah lainnya, dimana manusia tidak akan pernah dapat memperkirakan kapan datang, maka dalam keadaan seperti ini manusia tidak bisa berbuat apa – apa selain berdoa dan memohon ampun kepada Allah SWT. Namun, berdoa sendiri – sendiri pun belum bisa mendatangkan suatu keyakinan dalam diri masing – masing individu bahwa dirinya tidak akan tertimpa musibah dan bencana. Untuk itu, setiap orang memerlukan rasa untuk merasakan kegelisahan satu sama lain dan membutuhkan media untuk bisa menyatukan persepsi pada masyarakat.

Tradisi Mandi Safar merupakan salah satu media yang bisa mengumpulkan massa dalam jumlah banyak dalam rangka untuk berdoa dan berikhtiar bersama – sama. Dengan demikian ritual keagamaan dalam rangka pertemuan dan menjali hubungan individu dengan Yang Maha Tinggi, baik untuk memohon maupun memuja, terkadang dilakukan dengan berbagai macam cara yang dikaitkan dengan moment – moment tertentu. Misalnya: dalam ajaran Islam terdapat beberapa ritual seperti shalat istisqa (shalat untuk meminta hujan) yang mana ritual ini meminta untuk diturunkannya hujan dan shalat gerhana matahari atau bulan (shalat *kusuf* dan *khusuf*) shalat yang dilakukan pada saat terjadi gerhana matahari dan bulan dengan tujuan hanya untuk mendekatkan diri kepada Allah dalam rangka untuk mengungkapkan rasa keta’dziman dengan kekuasaan Allah. (Rois, wawancara: 29 September 2018).

Tradisi Mandi Safar ini sangat memungkinkan suatu individu saling berkomunikasi dengan yang lainnya. Tradisi Mandi Safar merupakan suatu pendekatan dimana pendekatan ini memandang cara pandang terhadap suatu masalah melalui perantara sesuatu sebagai alat pandangnya. (Ghazali, 1997: 23).

Menurut Bugin, ada dua pendekatan dalam keilmuan, yaitu pendekatan non ilmiah (*unscientific*) dan pendekatan ilmiah (*scientific*). Pendekatan non ilmiah merupakan suatu pendekatan dimana orang menjawab dorongan ingin tahu dan mencari kebenaran dengan cara atau metode yang tidak ilmiah. Sedangkan pendekatan ilmiah adalah suatu pendekatan dimana orang menjawab dorongan ingin tahu dan mencari kebenaran dengan cara atau metode ilmiah. (Bugin, 2006: 240-244).

Tradisi Mandi Safar hanyalah sebuah Tradisi yang dilakukan turun

temurun warisan dari nenek moyang suku melayu yang tumbuh dalam masyarakat sekitar dan memang harus di lesatrikan dan terus dilaksanakan agar tradisi ini tidak hilang oleh masa. Karena jika tidak dilaksanakan dan diikuti masyarakat sekitar yang masih kental akan tradisi budaya percaya bahwa musibah dan petaka akan menimpa dirinya dan keluarganya.

Jika dikaitkan dengan ajaran agama yang di anut yaitu agama Islam, sebenarnya sangat bertentangan karena menurut saya tradisi Mandi Safar yang merupakan salah satu kebudayaan yang ada di Kotawaringin timur (sampit) yang di anggap sebagai penolak bala dan mensucikan diri agar terhindar dari malapetaka sebenarnya tidak logis dan musyrik. Oleh karena itu, sebagian masyarakat Sampit masih ada yang menyakini bahwa tradisi Mandi Safar benar – benar bisa mendatangkan keselamatan bagi dirinya atau menghindarkan dirinya dari bahaya ataupun musibah yang datang. Tapi tidak jarang yang lebih melihat rasional dalam melihat tradisi ini, di mana tradisi Mandi Safar hanyalah sekedar tradisi nenek moyang yang memiliki nilai budaya dan sosial kemasyarakatan yang tinggi. (Dani, wawancara: 3 Oktober 2018).

Ketiga, aspek Daun Sawang yang dirajah (ajimat), Merajah daun Sawang yaitu menulis tulisan arab, simbol – simbol maupun angka – angka tertentu yang hanya diketahui oleh pembuat. Fungsi dari Rajah ini sebagai ajimat dan sudah mengandung khodam ataupun kekuatan ghoib. Dalam Islam Rajah bisa disebut sebagai Jimat atau azimat. Azimat merupakan benda yang dijadikan sebagai penangkal dari suatu penyakit ataupun musibah. Dalam kamus Mukhtar al-Shihah, disebutkan azimat adalah pelindung yang digantung pada manusia. (Al-Razy: 8).

Adapun dalam Islam sendiri bahwa azimat merupakan perbuatan Syirik, beberapa hadist menerangkan, antara lain:

Pertama, dari Abdullah, beliau berkata, aku mendengar Rasulullah SAW beresabda: Artinya : “*Sesungguhnya ruqyah, azimat dan pelet adalah perbuatan syirik*” (H.R Ahmad).

Kedua, dari ‘Uqbah bin Amir bahwa beliau mendengar Rasulullah SAW bersabda: Artinya : “*Barang siapa yang menggantungkan (hati) pada azimat, maka Allah tidak akan menyelesaikan urusannya. Barangsiapa yang menggantungkan dirinya pada kerang, maka Allah tidak akan memberikan kepadanya jaminan*”. (H.R. Ahmad).

Ketiga, dalam riwayat lain disebutkan, Artinya : “*Barangsiapa yang menggantungkan jimat, maka ia telah berbuat syirik*”. (H.R. Ahmad).

Ketiga hadist diatas, menerangkan bahwa menggunakan azimat merupakan perbuatan tercela, bahkan termasuk perbuatan syirik yang mengacu pada hadist pertama dan kedua. Yang dimaksud dengan perbuatan syirik yaitu menyekutukan Allah atau memohon kepada selain Allah.

Walaupun beberapa hadist mengatakan bahwa menggunakan *azimat* dan *ruqyah* merupakan perbuatan *syirik* namun ada beberapa hadist juga yang memperbolehkan menggunakan azimat dan ruqyah selama tidak ada unsur *syirik*.

Ruqyah dengan membaca ayat – ayat Alqur’an tertentu seperti yang diriwayatkan Abu Saïd Al-Khudri r.a berbunyi :

Artinya : “ *Bahwa beberapa orang diantara sahabat Rasulullah SAW, sedang berada dalam perjalanan melewati salah satu dari perkampungan Arab. Mereka berharap menjadi tamu penduduk kampung tersebut. Namun ternyata penduduk kampung itu tidak mau menerima mereka. Tetapi ada yang menanyakan: apakah di antara kalian ada yang dapat menjampi? Karena kepala kampung mereka terkena sengatan atau terluka. Seseorang dari para sahabat itu menjawab: Ya, ada. Orang itu lalu mendatangi kepada kampung dan menjampinya dengan surat Al – Fatihah. Ternyata kepala kampung itu sembuh dan diberikannya kepadanya beberapa ekor kambing. Sahabat itu menolak untuk menerimanya dan berkata: Aku akan menanyakan dahulu kepada Nabi SAW. Dia pun pulang menemui Nabi SAW dan menuturkan peristiwa tersebut. Dia berkata: Ya Rasulullah! Demi Allah, aku hanya menjampi dengan surat Al – Fatihah. Mendengar penuturan itu: Rasulullah SAW tersenyum dan bersabda: Tabukah engkau bahwa Al – Fatihah itu merupakan jampi? Kemudian Beliau melanjutkan: Ambillah imbalan dari mereka dan sisihkanlah bagianku bersama kalian.* (H.R.Muslim).

Pro dan Kontra Terhadap Tradisi Mandi Safar.

Mandi Safar seperti tradisi lainnya yang berkembang dimasyarakat terkesan merupakan tradisi bernuansa agama, namun pada dasarnya tradisi tersebut bukanlah bagian dari agama. Sebab, Islam dalam Alqur’an dan Hadistnya tidak pernah memerintahkan untuk melaksanakan Mandi Safar. Dalam tradisi Mandi Safar yang perlu dikedepankan adalah sapek “tradisi dan budaya” bukan aspek tradisi keagamaannya. Jika Mandi Safar dianggap sebagai tradisi keagamaan yang diawali dengan niat Mandi Safar, maka hal tersebut dikhawatirkan akan timbul pemahaman pada masyarakat bahwa Mandi Safar tersebut yang dapat menyembuhkan, menyelamatkan, dan menghindarkan orang dari bala bencana. Pemahaman seperti ini termasuk pemahaman *syirik*, sebab pada hakikatnya yang dapat menyembuhkan, menyelamatkan dan menghindarkan orang dari bala dan bencana hanyalah Allah.

Bagi masyarakat suku banjar, mereka mempercayai bulan Safar dianggap sebagai bulan sial, bulan naas, bulan diturunkannya bala dan penyakit dan bulan yang harus diwaspadai keberadaannya. Hal – hal yang berbau magis ini memiliki kekuatan yang lebih dibandingkan pada bulan lainnya.

Karena sudah menjadi suatu hal kebiasaan bagi orang Suku Banjar, untuk menjauhkan dan menghindari sesuatu kesialan pada hari itu, orang Banjar melakukan atau melaksanakan kegiatan atau kebiasaan, yaitu : *pertama*, Sholat sunnah mutlak disertai doa tolak bala, *kedua*, Selamatan kampung, biasanya disertai dengan menulis *rajah* (ajimat) di atas piring kemudian dibilas dengan air, lalu dibagikan kepada masyarakat sekitar untuk diminum, *ketiga*, Mandi Safar

untuk membuang sial, penyakit, bala bencana, dan *keempat*, Tidak melakukan perjalanan jauh. (Ramadhan, wawancara: 2 Oktober 2018).

Kepercayaan masyarakat yang kental akan Adat dan budayanya menimbulkan sistem agama primitif seperti “*animisme* dan *dinamisme*”. Menurut Durkheim sistem agama primitif terdapat dalam masyarakat yang sederhana, dan sistem agama tersebut dapat dijelaskan tanpa harus terlebih dahulu menjelaskan elemen – elemen lain dari agama yang lebih tua darinya. Ia mengatakan bahwa agama primitif merupakan agama yang dapat membantu dalam menjelaskan hakikat religius manusia dibandingkan dengan bentuk agama lain. Adapun agama dalam arti objektif adalah segala sesuatu yang dipercayai, sedangkan agama dalam arti subjektif ialah cara bagaimana manusia berdiri di hadapan Tuhan dan bagaimana ia harus mentaati segala perintah dan larangan – Nya.

Secara teologis, suatu kegiatan keagamaan tidak mustahil akan bergeser dari kemurniannya bila bercampur dengan tradisi, karena terkesan sebagai kepercayaan bahkan keyakinan, namun maksud dan doktrinnya berubah – ubah. (Hamzah, 1998: 230).

Akulturasinya budaya di Sampit menghasilkan corak beragama yang unik, meskipun sebagian ritual agamanya negatif. Budaya negatif yang dipertahankan oleh masyarakat Sampit sampai sekarang adalah upacara tolak bala, yaitu Mandi Safar dan Simah Laut.

Menurut Rois, pelesatiran dan pelaksanaan Mandi Safar bukan suatu pengkulturan budaya yang bermuara pada adanya suatu keyakinan bahwa apabila tidak melaksanakan atau mengikuti tradisi Mandi Safar ini maka orang tersebut akan mendapatkan bencana atau pun musibah dan tidak selamat. Karena bencana ataupun musibah yang datang kepada manusia itu sudah menjadi ketetapan Allah SWT sang pencipta alam semesta. Keselamatan dan kebahagiaan manusia itu atas ketentuan Allah SWT di samping ikhtiar dan usaha dalam kehidupan yang benar, bukan tergantung dari tradisi Mandi Safar atau tradisi dan ritual – ritual lainnya yang tidak sesuai dengan tuntutan Allah SWT dan Rasul – Nya. Disinilah yang menjadi suatu alasan perdebatan dan pertentangan bagi mereka yang tidak mengikuti dan melaksanakan ataupun menentang tradisi Mandi Safar ini. (Rois, wawancara: 29 September 2018).

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Pergumulan Dakwah ditinjau dari pro dan kontra pada tradisi Mandi Safar dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, Tradisi Mandi Safar adalah proses untuk membersihkan jiwa dan membuang 330 bala yang turun. Tradisi Mandi Safar ini dilakukan untuk mengenang dan memperingati peristiwa mati Syahidina Husin bin Ali bin Abi Tholib yang memimpin tetntaranya berangkat dari Mekkah ke kota Kuffah. Harapan dari masyarakat pesisir Sungai Mentaya dari Tradisi Mandi Safar ini

yakni dijauhkannya dari segala bala bahaya dan penyakit.

Mandi Safar seperti tradisi lainnya yang berkembang dimasyarakat terkesan merupakan tradisi bernuansa agama, namun pada dasarnya tradisi tersebut bukanlah bagian dari agama. Sebab, Islam dalam Alqur'an dan Hadistnya tidak pernah memerintahkan untuk melaksanakan Mandi Safar. Dalam tradisi Mandi Safar yang perlu dikedepankan adalah sapek "tradisi dan budaya" bukan aspek tradisi keagamaannya. Jika Mandi Safar dianggap sebagai tradisi keagamaan yang diawali dengan niat Mandi Safar, maka hal tersebut dikhawatirkan akan timbul pemahaman pada masyarakat bahwa Mandi Safar tersebut yang menyembuhkan, menyelamatkan, dan menghindarkan orang dari bala bencana. Pemahaman seperti ini termasuk pemahaman syirik, sebab pada hakikatnya yang dapat menyembuhkan, menyelamatkan dan menghindarkan orang dari bala dan bencana hanyalah Allah.

Kedua, Aspek-aspek yang terkandung di dalam mandi safar menyelaraskan dengan timbulnya perilaku yang mementingkan kepentingan bersama atau nilai solidaritas dalam tindakan masyarakat. Dilihat dari tata cara dan proses Mandi Safar terdapat beberapa aspek dakwah yang menimbulkan pro dan kontra antara lain:

Aspek sosial mengandung kebersamaan atau kesetiakawan dalam tradisi mandi safar adalah fungsi dasar yang dijadikan pegangan. Tradisi Mandi Safar sebagai tradisi dilakukan untuk memperkuat solidaritas kelompok masyarakat dari seluruh etnis mupun agama yang ada di wilayah Sampit dan sekitarnya.

Aspek Aqidah Jika dikaitkan dengan ajaran agama yang di anut yaitu agama Islam, sebenarnya sangat bertentangan karena tradisi Mandi Safar merupakan salah satu kebudayaan yang ada di Kotawaringin timur (Sampit) yang dianggap sebagai penolak bala dan mensucikan diri agar terhindar dari malapetaka sebenarnya tidak logis dan musyrik. Oleh karena itu, sebagian masyarakat Sampit masih ada yang menyakini bahwa tradisi Mandi Safar benar – benar bisa mendatangkan keselamatan bagi dirinya atau menghindarkan dirinya dari bahaya atupun musibah yang datang. Tapi tidak jarang yang lebih melihat rasional dalam melihat tradisi ini, di mana tradisi Mandi Safar hanyalah sekedar tradisi nenek moyang yang memiliki nilai budaya dan sosial kemasyarakatan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aripudin, Acep dan Sambas, (2007). *Dakwah Damai (Pengantar Dakwah Antarbudaya)*, Bandung: Remaja Rodaskarya.
- Cuzzort dan King. (1987). *Kekuasaan, Birokrasi, Harta dan Agama di Mata Max Weber dan Emile Durkheim*, Penyunting Mulyadi Guntur Wasesa, Yogyakarta: Hanindita.

- Y. alkhusaeri, N. Machendrawaty, A. Aripudin
Darori, Amin M, (2000). *Islam dan Kebudayaan Jawa*, Yogyakarta: Gama Media.
Dhofier, Zamakhsyari dan Wahid Abdurrahman, (1987). "Penafsiran Kembali Ajaran Agama: Dua Kasus dari Jombang", dalam *Prisma No. 03*, Jakarta: LP3ES
Hamzah, Qusaeri M, (1998). *Risalah Amaliyah*, Pemangkih.
Jandra, M, (2002). *Islam dalam konteks Budaya da Tradisi Plural, dalam buku Agama dan Pluralitas Budaya lokal*, Jina UMS Press.
Kahmad, Dadang. (2011). *Sosiologi Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya..
Kusumah, Hadi Hilman, (1993). *Antropologi Agama*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
Mardalis, (1999). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara..
Mattulada, (1997). *Kebudayaan Kemanusiaan Dan Lingkungan Hidup*, Hasanuddin University Press.
Moesliem, Abdurrahman, (2003). *Islam Sebagai Keritik Sosial*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
O'dea, F Thomas, (1995). *Sosiologi Agama: Suatu Pengenalan Awal*, Terj. Yasogama, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
Paisun, (2010). Makalah "Dinamika Islam Kultural (Studi atas Dialektika Islam dan Budaya Lokal Madura)", ACIS Ke-10, Banjarmasin 1-4 November.
Soekanto, Soerjono. (2015). *Sosiologi: Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Press.
Soelaeman, Munandar M. (2011). *Ilmu Sosial Dasar (Teori dan Konsep Ilmu Sosial)*, Bandung: PT Refika Aditama.
Schraf, Betty R. (1995). *Kajian Sosiologi Agama*, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya.
Tajiri, Hajir. (2015). *Etika dan Estetika Dakwah: Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
Wahid, Abdurrahman, (2001), *Pergulatan Negara, Agama, dan Kebudayaan*, Jakarta: Desantara.
Wirawan. I. B. (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Jakarta; Prenadamedia Group.

Jurnal

- Nurhidayah, Yayan. 2017. Kesenian Tari Topeng sebagai Media Dakwah. Dalam *Ilmu Dakwah: Academy Journal 1 for Homiletic Studies 11 (1)*.
Aliyudin, Mukhlis. 2016. Dakwah Kultural dalam Upacara Adat Ngalaksa. Dalam *Ilmu Dakwah: Academy Journal for Homiletic Studies 10 (2)*.