



## Respon Jamaah terhadap Dakwah KH.Aspuri melalui TQN

Devia Munawaroh<sup>\*1</sup>, Dadan Suherdiana<sup>2</sup>, Nase<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

<sup>2</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : deviamunawaro@gmail.com

### ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui respon jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN terhadap perhatian, pemahaman dan penerimaan pada proses dakwah KH Aspuri yang dilakukan di pondok pesantren Ibnu Ajhari Bekasi. Penelitian ini menggunakan teori SOR ialah komunikasi yang terdiri dari Stimulus (pesan), Organisme (komunikant), Response (efek). Dengan metode analisis kuantitatif terdiri dari variable-variabel, dihitung dengan angka dan analisis statistik. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dakwah melalui TQN cukup positif dan dapat diterima dengan baik oleh jamaah yang hadir. Dari tiga indikator tersebut berpengaruh baik yaitu melalui perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Jadi dapat disimpulkan rata-rata jamaah memberikan respon yang baik terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN, metode yang digunakan dapat diterima oleh jamaah dalam penyebaran dakwah Islam, dan melaksanakan juga mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari jamaah.

**Kata Kunci :** Dakwah; TQN; Jamaah; Respon

### ABSTRACT

*This paper is from the results of this study to determine the response of pilgrims to the mission of KH Aspuri through TQN to attention, understanding and acceptance of the KH Aspuri missionary process carried out at Ibnu Ajhari Bekasi boarding school. The quantitative analysis method consists of variables, calculated with numbers and statistical analysis. The result of the study showed that propaganda through TQN was quite positive and could be well received by the worshippers present. This research uses SOR theory is communication which consists of Stimulus (message), Organism (communicant), Response (effect). Of the three indicators are influential both through attention, understanding, acceptance. So it can be concluded that average congregation gives a good response to the propaganda of KH Aspuri through tQN, the method used can be accepted by pilgrims in the propogantion of Islamic da'wah, an carry out also practice it tn the daily life of pilgrims.*

**Keywords :** *Keywords : da'wah; TQN; pilgrims; response*

## PENDAHULUAN

Dalam tata pergaulan umat Islam, kata dakwah tentunya bukan lagi barang baru, sebab dakwah merupakan salah satu di antara kata yang begitu familier di telinga masyarakat terutama umat Islam. Kemudian kegiatan dakwah bukan hanya dipahami sebagai proses penyampaian ajaran Islam melalui mimbar saja akan tetapi melahirkan kesadaran bahwa masyarakat sebagai sasaran atau objek dakwah (*mad'u*) tidak bersifat fasif dan dianggap tidak memiliki pemahaman dan harapan terhadap kegiatan dakwah. Dakwah yang lebih menekankan kepada proses penyebaran pesan dakwah (ajaran Islam) dengan mempertimbangkan akal dan pikiran khalayak.

Dakwah dengan proses mengajak kearah jalan kebenaran dimana seorang da'i sebagai penyeru kebaikan dan menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam juga merubah pola pikir manusia ke jalan kualitas kehidupan yang lebih baik. Upaya ini dalam perspektif al-Quran, bahwa dakwah ialah aktivitas yang terbaik dan tidak digunakan untuk aktivitas yang lain. Dakwah sebagai misi utama para Nabi dan Rasul yang menjadi tujuan ibadah terbaik setelah beribadah kepada Allah. Karena hasil dari dakwah Islam adalah menunjukkan kebenaran kepada umat manusia, menumbuhkan kebaikan dalam hati mereka, menjauhkan dari kesesatan dan keburukan.

Dengan begitu dapat dipahami bahwa seorang da'i akan memiliki gerakan dakwah tersendiri dalam melakukan kativitas dakwahnya. Gerakan dakwah yang dimilikinya akan menimbulkan kekhasannya dalam pemikiran dakwah yang dipahami oleh da'i lalu dipadukan dengan pengalaman pelaksanaan dakwahnya dan pengalaman ritualnya. Pada praktiknya dakwah menggunakan kemampuan metode serta membutuhkan kelanjutan dalam penyebarannya.

Riset kecenderungan gerakan dakwah dalam metode ini setelah peneliti melakukan generalisasi fakta dakwah masa lalu dan saat ini serta melakukan kritik teori-teori dakwah yang ada maka peneliti dakwah menyusun analisis kecenderungan masalah, sistem, metode, pola pengorganisasian dan pengelolaan dakwah yang terjadi di masa lalu kini, dan kemungkinan masa yang akan datang (Aliyudin, Enjang, 2009: 32).

Berkaitan dalam kehidupan sehari-hari, dakwah dengan metode tarekat yang dilakukan oleh salah satu kyai yang bernama KH.Aspuri. Ia dikenal sebagai kyai sekaligus pemimpin Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi. Beliau juga salah satu kyai yang mendirikan gerakan Tarekat beliau juga mendidik para santrinya serta jamaah yaitu melaksanakan sholat berjamaah, wiridan, sholawat, dan khataman yang rutin di lakukan sebagaimana yang telah diterapkan di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari, dengan mendirikan Tarekat Qodiriyah Naqsabandiyah atau bisa disebut TQN. Selain itu setiap harinya banyak para tamu dari berbagai

daerah yang mengunjungi beliau untuk membicarakan atau berkonsultasi masalah agama ataupun keduniawiannya.

Dalam bidang keberhasilan dakwahnya diantaranya mengenai pemikiran dakwah Tarekat Qodiriyah Naqshabandiyah yang telah menghantarkannya pada proses penyebaran dakwah di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi. Dalam proses ini KH Aspuri memperlihatkan kecemerlangan dakwahnya sebagai guru TQN.

Atas dasar penjelasan di atas bahwa kegiatan dakwah dengan zikir melalui tarekat yang ada di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari bertujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt. maka peneliti tertarik untuk meneliti respon jama'ah terhadap kegiatan dakwah dengan menggunakan zikir tarekat tersebut. Maka mengacu pada suatu teori yang berkaitan dengan tujuan penelitian untuk melihat suatu respon pada masyarakat.

Adapun alasan peneliti memilih penelitian respon dakwah melalui TQN yaitu untuk mengetahui seberapa besar respon jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN tersebut. Selain itu agar dapat menjadikan referensi dakwah dengan cara mendekatkan diri kepada Allah melalui zikir-zikir yang ada pada TQN.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yaitu diantaranya berjudul "Pengaruh Tabligh Tarekat Qodiriyah Naqshabandiyah Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengikuti Dzikir Qodiriyah Naqshabandiyah" oleh Imas Nurhasanah. "Respon Jamaah Terhadap Pengajian KH. M Muhyiddin Abdul Qodir Al-Manafi dalam Meningkatkan Ibadah Mahdoh" oleh Asep Saepudin.

Dari penelitian terdahulu, maka yang membedakan dengan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yaitu dari instansi dan metode penelitian yang berbeda. Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui respon dakwah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN dengan menggunakan teori S-O-R dan analisis kuantitatif.

Dari latar belakang masalah penelitian tersebut dapat dirumuskan menjadi tiga indikator yaitu: bagaimana perhatian jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN, bagaimana pemahaman jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN serta bagaimana penerimaan jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN?

Kemudian penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berdasarkan pada sebuah analisis yang terdiri dari variabel-variabel diukur dengan angka dengan analisis statistik untuk menentukan prediktif teori benar atau tidak. Sedangkan untuk pedekatannya menggunakan fenomena sosial yang ada di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi juga respon jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN.

Paradigma pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan metode survei yang digunakan untuk pembagian kuesioner, wawancara, dan populasi sampel sebagai metodolgi khusus pengumpulan data. Dengan metode inipeneliti dapat menggambarkan dan menurutkan masalah-masalah dan gejala-gejala yang dilakukan saat penelitian.

Berdasarkan dengan penelitian tersebut jumlah populasi sebanyak 120 jamaah lebih dari 100 maka peneliti mengambil sebagian jumlah populasi sebesar 25% sampel yaitu 30 jamaah dengan melakukan cara pengambilan sampel berdasarkan pada tujuan yang ditentukan dengan memperhatikan ciri-ciri dan karakteristik populasi. Maka dari itu penulis mengambil sampel dengan usia yang berbeda-beda yakni dari usia 19 tahun sampai dengan 45 tahun.

Dalam menganalisis data peneliti menggunakan Skala Likert yaitu menggunakan untuk mengatur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok seseorang tentang fenomena sosial. Selanjutnya untuk menghitung jawaban responden menggunakan presentase dalam bentuk tabel dengan jumlah sampel kemudian dikalikan dengan 100.

## LANDASAN TEORITIS

Teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah teori respon dakwah, TQN sebagai media untuk penyebaran dakwah Islam dan analisis deskriptif kuantitatif. Adapun menurut Onong Uchyana Effendy (2003: 254), Respon ialah suatu tanggapan, respon juga berupa sikap atau perilaku manusia dalam proses komunikasi dan reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan, efek yang muncul adalah reaksi khusus pada stimulus khusus. Agar seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Respon dilakukan dalam bentuk sikap yang ditimbulkan setelah dilakukan perangsangan. Jika rangsang dan respon digunakan atau di kondisikan, maka akan terbentuk sikap baru pada rangsang yang di kondisikan.

Respon juga bisa diartikan sebagai *feedback* atau umpan balik dalam proses komunikasi sehingga akan menimbulkan reaksi atau tanggapan antara komunikator kepada komunikan. Respon awalnya di dahului oleh sikap seseorang yang bertingkah laku untuk menanggapi suatu rangsangan tersebut. Pada konsep respon jama'ah terhadap dakwah KH Aspuri, hal ini menggambarkan suatu ingatan yang mendalam pada diri jamaah, sehingga akan meghasilkan kesan pada diri jamaah terhadap dakwah dengan TQN. Adapun baik buruk nya respon akan dapat berpengaruh pada hasil proses pengamatan. Sehingga akan menimbulkan senang atau tidak senang, suka atau tidak suka terhadap kegiatan pengamatan tersebut.

Teori respon Dalam penelitian ini model yang digunakana adalah teori S-O-R ialah Pesan (Stimulus, S); Komunikan (Organism, O); Efek (Respon;R). Objek dari materilanya yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-

komponen : opini, perilaku, sikap, kognisi, efeksi, dan konasi. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Indikator teori respon dibsgi menjadi tiga bagian yaitu: Perhatian: merupakan proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi muncul dalam kesadaran ketika stimulus lainnya melemah. Pemahaman: kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu tersebut diketahui dan diingat. Penerimaan: Respon suportif akan menimbulkan interaksi yang baik antara sasaran dakwah (Jama'ah) dan pelaku dakwah (da'i).

Dalam penelitian ini respon dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu konfirmasi dan diskonfirmasi (Rakhmat, 2013: 125). Lebih lanjut Jalaludin Rakhmat menguraikan dengan mengutip pendapat *Sieburg* dan *Larson*, bahwa konfirmasi adalah “setiap perilaku yang akan menyebabkan orang lain lebih menghargai dirinya sendiri”. Sedangkan diskonfirmasi adalah “perilaku yang menyebabkan seseorang menilai dirinya kurang”. Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap yaitu aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Tentunya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam perubahan sikap ini terdapat tiga indikator penting, yaitu : Perhatian, pemahaman, dan penerimaan.

Stimulus ataupun pesan yang disampaikan kepada khalayak mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.

Kemudian mengenai pembahasan selanjutnya yaitu Jamaah merupakan sejumlah kelompok yang merupakan generasi salaf dari umat Islam, serta meliputi para sahabat Nabi, tabi'in, dan seluruh orang yang senantiasa mengikuti mereka dengan baik hingga hari kiamat, mereka ialah orang-orang yang bersepakat menerima kebenaran yang hakiki dari al-Quran dan as-Sunnah.

Dakwah dalam bahasa (etimologi), berasal dari kata bahasa Arab yaitu, *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang berarti seruan, panggilan, undangan, atau doa. Dalam pengertian dakwah menurut bahasa ini, memiliki karakteristik yang umum, yaitu mengajak, memanggil, atau menyeru. Hal itu bisa saja terjadi kepada kebaikan ataupun keburukan. Dalam konteks dakwah dalam bahasa al-Quran menunjukkan penggunaan kata dakwah. Penggunaan kata dakwah nisa digunakan untuk mengajak manusia kepada jalan kebaikan dan ada juga kata dakwah diartikan mangajak manusia kepada keburukan, bahkan kata dakwah ada yang diartikan doa. Seperti pada beberapa ayat Al-quran dalam surat Yusuf ayat 33:

“Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam)”. (terjemahan al-Quran alFatih hal. 211 tahun 2012).

Dalam penelitian ini proses dakwah akan melibatkan unsur-unsur (rukun) dakwah dengan cara sistemik, artinya antara unsur yang satu dengan unsur yang lain akan saling berkaitan. Unsur dakwah dapat diartikan sebagai elemen yang mesti dalam sebuah proses dakwah (Enjang, dkk, 2009: 73).

Secara garis besar unsur-unsur dakwah tidak jauh berbeda dengan unsur-unsur komunikasi pada umumnya. Yaitu meliputi pelaku dakwah (komunikator), objek dakwah (jama'ah), pesan (message), metode dakwah, dan media dakwah.

Dalam diri manusia memang banyak hal yang menarik untuk dipelajari, di samping dari aspek intern pada dirinya seperti memiliki potensi-potensi yang sudah di jelaskan. Manusia dalam konteks objek dakwah dapat dipelajari dan diklasifikasikan oleh berbagai sudut pandang. Dengan memahami klasifikasi dan karakter masing-masing mad'u, maka akan membantu da'i untuk menentukan kebijakan-kebijakan dakwahnya. Mislanya dalam bentuk materi, metode, pola, strategi, media, tujuan pada kegiatan dakwah yang sesuai dengan fakta objektif pada mad'unya.

Tarekat adalah sebuah ajaran yang bersumber dari rosululloh saw, dicontohkan oleh nabi dan diikuti oleh para sahabat. Ajaran tarekat seharusnya menjadi ajaran yang sangat penting bagi penganut islam, karna dalam tarekat islam akan menjelma menjadi islam yang penuh berkah dan menjadi rahmat bagi penganutnya. Kunci dari kesempurnaan islam seseorang adalah dengan mensinergikan ketiga azas islam. Yakni iman, islam dan ihsan. Tidak baik apabila kita hanya mengedepankan iman islam saja, mengabaikan ihsan, karnasejatinya manusia itu terdiri dari dua unsur. Unsur lahir dan bathin (Jamaludin, 2018: 171).

Setiap kegiatan yang berbentuk ibadah sudah pasti mempunyai hukum tersendiri berdasarkan al-Quran maupun hadits. Demikian pula dengan gerakan tarekat yang berisikan spiritual peribadatan. Dalam al-Quran firman Allah surat Al-Jin ayat 16, sebagai berikut:

“Dan sekiranya mereka tetap berjalan lurus di atas jalan itu (agama Islam), niscaya kami akan mencurahkan kepada air yang cukup” (Terjemahan Al-Quran Al Fatih hal 573 tahun 2012).

Dalam surat Al-Jin 16, ajaran tarekat merupakan ajaran agama Islam, bukan ajaran Ulama Salaf (Ulama pertengahan setelah sahabat), sebagaimana anggapan Ulama kecil. Karena ajaran tarekat di titik beratkan kepada *dzikirullah*. *Dzikirullah* ini ialah ajaran yang bersifat khusus, yaitu tidak akan diberikan kepada siapa saja, selama orang tersebut tidak memintanya. Kemudian harus melalui bai'at. Bagi seorang yang telah diberikan *talqin* dzikir wajib untuk mengamalkan nya sesuai dengan petunjuk yang diberikan seorang guru kepada muridnya.

Tarekat dalam bahasa Arab ialah *thariqah* artinya jalan, keadaan, aliran, atau garis pada sesuatu. Tarekat ialah jalan yang ditempuh seorang sufi juga

dapat digambarkan sebagai jalan yang berpangkal syariat, sebab jalan utama disebut *syar'*, sedangkan anak jalan disebut *thariq* (Solihin, Anwar, 2008: 203).

Kegiatan tarekat ialah berupa *bai'at*, *ijazah* atau *kebirqah*, *silsilah*, latihan-latihan, amalan-amalan tarekat, *talqin*, wasiat yang diberikan dan dialihkan seorang guru atau mursyid kepada murid-muridnya. Tarekat Qodiriyah harus melalui dua proses, yaitu proses permulaan dan proses perjalanan. Sedangkan tarekat Naqsabandiyah pendiri tarekat tersebut yang senantiasa mengingat Allah secara berkepanjangan, sehingga lafadz "Allah" itu melekat dan terukir dalam qolbunya (Said, 2003: 7).

Tarekat Naqsabandiyah mengutamakan zikir dalam hati atau (dzikir khafi) sedangkan tarekat Qodiriyah dzikir dengan lisan (dzikir zahar). Kedua tarekat ini memiliki keunikan masing-masing dalam berdzikir.

Dalam ajaran tarekat penganut yang mempunyai semangat terhadap tarekat terhadap pa-apa yang dipelajari juga diyakininya. Perilaku dan sikap yang sesuai, yaitu tepat sasaran sebagaimana tindakan manusia lainnya, dalam memperhatikan kondisi psiko-sosial lingkungannya di samping, tentu saja factor ajaran tarekat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada jamaah TQN yang ada di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi, menggunakan penelitian kuantitatif dengan menghitung perolehan sampel yang di ambil. Jumlah sampel sebanyak 30 responden. Jumlah tersebut merupakan hasil dari populasi dengan jumlah 120 populasi. Jadi, dengan jumlah populasi 120, maka yang di ambil hanya 25% atau 30 responden.

Agar dapat memperoleh data respon jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN ini, maka penulis membuat pernyataan dari setiap point yang diteliti lalu melakukan penyebaran angket kepada sampel sebagai data pokok yang penting untuk melakukan penyusunan data penelitian. Dalam proses penelitian ini, peneliti menggunakan rumus presentase dan skala likert karena rumus ini sesuai dengan penelitian yang diteliti.

Adapun yang terdapat dalam angket ini terdiri dari tiga bagian dengan jumlah 15 pernyataan. Bagian pertama pernyataan mengenai perhatian jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN berjumlah lima pernyataan, dan bagian kedua pernyataan mengenai pemahaman terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN berjumlah lima pernyataan, dan bagian yang ketiga pernyataan mengenai penerimaan jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN.

Agar dapat mengelola data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert untuk mengolah data pada proses penelitian. Karena dengan skala likert dirasa sesuai dengan penelitian yang diambil oleh peneliti. Dalam pengertiannya, skala likert ialah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan

respon seseorang atau sekelompok orang dalam fenomena sosial.

Respon merupakan proses terjadinya komunikasi dan komunikator, ketika akan dilakukan nya proses dakwah yang dilakukan. Karena dengan adanya respon menjadi tolak ukur untuk mengetahui apakah baik atau tidak proses dakwah oleh KH Aspuri melalui TQN yang dilakukan di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari. Sebagai upaya untuk mendekati diri kepada Allah dengan adanya dakwah melalui TQM ini bagi jamaah, khususnya para santri. Dan hal yang menjadi tanggapan atau respon tanggapan ialah seluruh jamaa Respon merupakan proses terjadinya komunikasi dan komunikator, ketika akan dilakukan nya proses dakwah yang dilakukan. Karena dengan adanya respon menjadi tolak ukur untuk mengetahui apakah baik atau tidak yang mengikuti kegiatan TQN ini. Agar mudah mengetahui respon jamaah pada dakwah KH Aspuri melalui TQN di pondok Pesantren Ibnu Ajhari, peneliti akan mengukur dari perhatian, pemahaman, dan penerimaan.

Maka peneliti menyebar angket kepada 30 responden pada angket tersebut terdapat pernyataan dan pertanyaan yang berkaitan dengan perhatian, pemahaman, dan penerimaan.

### **Perhatian Jamaah Terhadap Dakwah KH Aspuri melalui TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi**

Indikator pertama dari penelitian yaitu perhatian yang mencakup lima pernyataan dan pertanyaan, hal ini lebih menekankan pada perhatian jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN. Apa yang di perhatikan oleh kita terjadi pada faktor-faktor situasional dan personal.

Perhatian merupakan proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi muncul dalam kesadaran ketika stimulus lainnya melemah. Perhatian terjadi apabila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita untuk mengkonsentrasikan diri kita melalui alat indera lain (Rakhmat, 2013: 50).

Perhatian merupakan salah satu aktivitas jiwa yang dapat didefinisikan sebagai proses pemutusan terhadap fakta-fakta pengalaman pengabaian yang lain (Nur'aini, : 2017: 25).

Perhatian juga merupakan reaksi umum dari organisme dan kesadaran yang menyebabkan bertambahnya aktivitas, daya konsentrasi dan pembatasan kesadaran terhadap suatu objek. Kemudian perhatian juga sangat dipengaruhi oleh perasaan dan suasana hati, dan ditentukan oleh kemauan (Riad, 2017: 32).

Setelah menghitung perolehan respon jamaah, kemudian hasil data yang dihitung akan dimasukkan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:



Tabel 1. Kegiatan dakwah KH Aspuri melalui TQN (Tarekat Qodariyah Naqsabandiyah) yang diadakan di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi merupakan kegiatan yang positif dan bermanfaat

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	26 orang	130	86,7 %
Setuju	4	4 orang	16	13,3 %
Ragu	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	146	100 %

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari tabel di atas, ternyata 86,6 % responden menyatakan sangat setuju pada kegiatan positif dalam dakwah KH. Aspuri melalui TQN. Artinya hampir seluruhnya jamaah setuju dengan diadakannya dakwah melalui TQN merupakan kegiatan yang positif dan bermanfaat bagi mereka. Kemudian 13,4 % responden menyatakan setuju dengan adanya kegiatan dakwah melalui TQN merupakan kegiatan yang positif dan bermanfaat. Artinya sebagian kecil jamaah yang setuju.

Dapat disimpulkan dari keseluruhan perhitungan ke-satu rata-rata jamaah dalam kegiatan dakwah KH. Aspuri melalui TQN sangat setuju dengan dengan kegiatan tersebut. Artinya memang kegiatan TQN merupakan kegiatan yang bermanfaat dan positif untuk jamaah.

Setelah menghitung perolehan respon jamaah, maka hasil data yang dihitung akan di masukan ke tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Sebelum memulai kegiatan TQN KH Aspuri selalu menyampaikan materi tentang tauhid agar dapat menumbuhkan ketaatan dan akhlakul karimah

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	22 orang	110	73.3%
Setuju	4	8 orang	32	26,7%
Ragu	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	142	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari perhitungan tabel di atas, ternyata 73,3% jamaah Sangat Setuju terhadap materi yang di sampaikan oleh KH Aspuri, artinya jamaah hampir seluruhnya sangat setuju. Kemudian 26,3% Setuju dengan materi yang di sampaikan oleh KH Aspuri, artinya sebagian kecil yang menyetujui materi yang di sampaikan KH Aspuri tentang tauhid.

Dari perhitungan di atas, dapat di simpulkan bahwa rata-rata respon jamaah setuju pada materi yang di sampaikan sebelum melakukan kegiatan TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 3. Hadir dan antusias dalam kegiatan TQN yang di pimpin oleh KH Aspuri di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	8 orang	40	26,7%
Setuju	4	16 orang	64	53,3%
Ragu	3	5 orang	15	16,7%
Tidak Setuju	2	1 orang	2	3,3%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	121	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Berdasarkan tabel di atas, 26,7% responden menjawab sangat setuju. Artinya, sebagian kecil dari jumlah jamaah yang hadir dan antusias pada kegiatan dakwah KH Aspuri melalui TQN. Dan 53,3% responden menjawab setuju, artinya lebih dari sedikit jamaah yang ikut hadir serta antusias pada kegiatan TQN tersebut. Kemudian 16,7% jamaah menjawab ragu, maksudnya sebagian kecil jamaah yang ikut hadir serta antusias dalam kegiatan TQN tersebut. Selanjutnya 3,3% jamaah menjawab tidak setuju, tentunya sangat sedikit responden yang ikut hadir serta antusias dalam pelaksanaan kegiatan TQN.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden , maka data hasil perhitungan akan di masukan ke dalam tabel tabulasi data sebagai berikut:

Tabel 4. Dakwah KH Aspuri melalui TQN merupakan kegiatan mendekatkan diri kepada Allah SWT

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	22 orang	110	73,3%
Setuju	4	8 orang	32	26,7%

Ragu	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	142	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari tabel di atas, responden menjawab sangat setuju dengan nilai 73,3%. Artinya sebagian besar jamaah sangat setuju dengan dakwah yang di lakukan KH Aspuri melalui TQN. Selanjutnya 26,7% responden menjawab setuju. Berarti dari keseluruhan jamaah sebagian kecil jamaah setuju dakwah KH Aspuri melalui TQN.

Sesudah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil yang diperoleha akan di masukan ke tabel tabulasi data, yaitu:

Tabel 5. Perasaan simpati kepada sosok KH Aspuri dari kesederhanaan

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	23 orang	115	76,7%
Setuju	4	7 orang	28	23,3%
Ragu	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	143	<b>100%</b>

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Berdasarkan hasil perolehan tabel di atas, responden menjawab sangat setuju berjumlah 76,7%, berarti hampir dari keseluruhan jumlah responden yang setuju dengan kesederhanaan KH Aspuri. Selanjutnya, 23,3% jawaban responden setuju pada sosok kesederhanaan KH Aspuri.

Dapat disimpulkan nilai rata-rata, jamaah dengan dakwah melalui TQN setuju dengan penampilan sosok kederhanaan KH Aspuri tersebut. Artinya, jamaah memang setuju dengan keserhanaan KH Aspuri dalam penyebaran dakwahnya.

### **Pemahaman Jamaah terhadap Dawkah KH Aspuri melalui TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi**

Pemahaman terhadap dakwah KH Aspuri oleh jamaah di TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari. Hal ini sangat penting, karena pemahaman merupakan arahan bahwa paham atau tidaknya jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui

TQN. karena dengan berdakwah melalui TQN merupakan proses untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Maka dari itu, agar dapat mengetahui seberapa jauh pemahaman jamaah terhadap Dakwah KH Aspuri melalui TQN. Kemudian akan di perhitungkan data dan tabel mengenai pemahaman jamaah terhadap dakwah yang di gunakan.

Dengan terjadinya proses pemahaman, dibagi dua macam untuk memahaminya, yaitu: secara mekanis, dan teologis. Adapun secara mekanis, yaitu untuk menghafal dengan cara mekanis dan tidak menghiraukan artinya, sedangkan secara teologis yaitu menghafal untuk mengenal dan memperhatikan artinya (Rakhmat, 2017: 28-29).

Adapun pemahaman ialah sebagai pengaruh yang disebabkan adanya respon yang memberikan wawasan tentang kehidupan bathiniyah atau kehidupan psikis sendiri, sehingga bias dijadikan pelajaran untuk proses pembentukan watak dan kepribadian sendiri (Rosidah, 2016: 29).

Pemahaman (comperhention) adalah bagaimana seseorang mempertahankan, membedakan, menduga (estimates), menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan (Suharsimi, 2009: 118).

Hasil perhitungan soal ke-satu :

Sangat Setuju Frekuensi = 10

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 6. Zikir yang di Pimpin KH Aspuri Mudah dipahami dalam Kehidupan Sehari-hari

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	10	50	33,3%
Setuju	4	12	48	40%
Ragu	3	6	18	20%
Tidak Setuju	2	2	4	6,7%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30	120	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari hasil tabel di atas, hasil yang di peroleh sebesar 33,3% pada jawaban sangat setuju, kemudian 40% setuju, selanjutnya 20%, artinya sebagian kecil jamaah yang mudah memahami dakwah KH Aspuri melalui TQN dalam kehidupan sehari-hari. Dan 6,7% responden menjawab ragu. Artinya, jamaah berpendapat bahwa sangat sedikit jamaah yang memahami TQN dalam

kehidupan sehari-hari.

Kesimpulannya perhitungan rata-rata perolehan nilai, jamaah dari keseluruhan berpendapat setuju dengan zikir yang di pimpin oleh KH Aspuri mudah di pahami dalam kehidupan sehari-hari oleh jamaah.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 7. Memahami TQN merupakan proses membersihkan jiwa dan menjaga diri hawa nafsu untuk melepaskan diri dari bentuk ujub, riya, takabur, dan sebagainya

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	19 orang	95	63,3%
Setuju	4	11 orang	44	36,7%
Ragu	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	139	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari hasil tabel di atas, respon yang di berikan jamaah sebanyak 63,3% sangat setuju. Artinya, sebagian besar jamaah sangat setuju dengan. Responden yang menjawab setuju sebanyak 36,7%, pemahaman jamaah terhadap TQN sebagai penyucian jiwa dan menjaga diri dari hawa nafsu, rendah karena jamaah kurang paham terhadap pengertian TQN.

Dapat disimpulkan bahwa rata-rata jamaah TQN terhadap dakwah KH Aspuri, mereka kebanyakan memahami bahwa TQN merupakan proses penyucian jiwa serta menjaga diri dari perbuatan ujub, riya, dan takabur.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 8. Memahami bahwa TQN merupakan proses memperbaiki adab murid kepada guru ke arah yang lebih baik

Aletrnatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	21 orang	105	70%
Setuju	4	9 orang	26	30%
Ragu	3	0	0	0%
Sangat Setuju	2	0	0	0%

Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	131	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari hasil penelitian di atas, responden menjawab sangat setuju dengan nilai 70%. Hal ini terlihat sebagian besar responden yang menjawab TQN sebagai proses memperbaiki adab murid terhadap guru. Dan responden yang menjawab setuju sebanyak 30%, pemahaman jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN merupakan proses memperbaiki adab murid terhadap guru.

Dapat disimpulkan rata-rata jamaah dalam penyebaran dakwah melalui TQN, mereka memahami setelah mengikuti kegiatan TQN merasa ada perubahan sikap atau adab terhadap guru menjadi lebih baik.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 9. Mengetahui dan memahami bahwa isi dalam TQN merupakan jalan menuju Allah SWT melalui tahapan/maqamat

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	15 orang	75	50%
Setuju	4	14 orang	44	46,7%
Ragu	3	1 orang	3	3,3%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	122	100%

Sumber data : Hasil perolehan angket 29 Juni 2019

Dari hasil penelitian tabel di atas, respon yang di peroleh adalah sebagian besar. Hal ini terlihat keseluruhan responden menjawab sangat setuju sebanyak 50%, dan sebagian kecil responden menjawab setuju sebanyak 46,7%. Artinya, jamaah memahami bahwa TQN merupakan jalan menuju Allah Swt melalui tahapan/maqamat. Kemudian responden yang menjawab ragu sebanyak 3,3%. Hal ini terlihat ada beberapa responden yang mengaku kurang memahami arti TQN ini.

Dapat disimpulkan rata-rata, keseluruhan jamaah setuju dan memahami bahwa TQN merupakan jalan menuju Allah Swt melalui tahapan/maqamat.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 10. Memahami TQN ialah orang-orang yang berijtihad dalam ketaatannya kepada Allah SWT

Alet/rntif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	12 orang	60	40%
Setuju	4	18 orang	72	60%
Ragu	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	132	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari hasil tabel penelitian di atas, respon yang diberikan jamaah ialah sebagian kecil ialah 40%, responden yang menjawab sangat setuju. Artinya, jamaah sebagian kecil yang memahami TQN ialah orang-orang yang berjihad di jalan Allah Swt. Kemudian, jamaah yang menjawab setuju sebanyak 60%, menurut para jamaah sebagian besar mereka menjawab setuju, karena kebanyakan mereka mengerti bahwa TQN ialah orang-orang yang berijtihad di jalan Allah.

Kesimpulannya bahwa rata-rata, jamaah dalam dakwah KH Aspuri setuju dengan adanya TQN untuk orang-orang yang berijtihad di jalan Allah.

### **Penerimaan Jamaah terhadap Dakwah KH Aspuri melalui TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi**

Penerimaan ialah sejauh mana jamaah menerima, dan mendukung terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN. Berikut ini meliputi bagaimana penerimaan jamaah terhadap dakwah melalui kegiatan TQN.

Penerimaan merupakan kemampuan penghubung dengan orang lain tanpa menilai dan tanpa berusaha mengendalikan. Menerima juga sikap yang melihat perilaku jamaah terhadap pelaku dakwah (Rakhmat, 2013: 129).

Dalam penelitian ini, Penerimaan adalah perubahan sikap dari keputusan yang menuju kepada tujuan sikap yang diharapkan. Berhasil atau tidaknya pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat digolongkan dalam nilai tinggi, moderat, dan rendah (Tarwiyah, 2016: 101)

Dalam arti sempit penerimaan merupakan pandangan atau kecenderungan mental. Penerimaan juga sangat dibutuhkan oleh kesesuaian kebutuhan informasi, sikap kesetujuan, suasana perasaan, baik komunikastor maupun komunikasi (Rosidah, 2016: 30).

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 11. Saya merasa dengan mengikuti kegiatan TQN merubah diri saya menjadi lebih baik dan menambah kedekatan diri kepada Allah Swt

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	19 orang	95	63,3
Setuju	4	9 orang	36	30%
Ragu	3	2 orang	6	6,7%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	131	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Hasil tabel penelitian di atas, respon yang di berikan jamaah cukup tinggi. Dapat dilihat sebesar 63,3% yang berpendapat sangat setuju, artinya mereka menerima kegiatan TQN dapat merubah dirinya ke arah yang lebih baik lagi. Kemudian jamaah yang menjawab setuju ialah 30%, artinya sebagian kecil yang merasa dirinya belum berubah menjadi lebih baik. Selanjutnya 6,7% responden yang menjawab ragu, berarti sangat sedikit jamaah yang merasa dengan mengikuti kegiatan dakwah TQN ini belum merubah dirinya menjadi lebih baik dan masih belum merasa bertambah kedekatannya kepada Allah Swt.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 12. Dakwah melalui TQN yang di pimpin oleh KH Aspuri dapat menimbulkan dampak positif bagi saya

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	20 orang	100	66,7%
Setuju	4	10 orang	80	33,3%
Ragu	3	0	0	0%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	180	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari hasil tabel di atas, jamaah yang menjawab sangat setuju sebanyak 66,7%, dan jamaah yang menjawab setuju sebanyak 33,3%. Artinya dari



keseluruhan responden setuju dengan proses dakwah yang di pimpin oleh KH Aspuri dapat menimbulkan dampak yang positif bagi mereka.

Dapat disimpulkan rata-rata, jamaah keseluruhan menjawab sangat setuju dengan proses dakwah melalui TQN tersebut. Artinya memang baik dakwah TQN diikuti oleh jamaah.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 13. Dakwah melalui TQN yang di pimpin oleh KH Aspuri dapat menimbulkan dampak positif bagi jamaah

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	16 orang	80	53,3%
Setuju	4	12 orang	48	40%
Ragu	3	2 orang	6	6,7%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	134	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari tabel di atas, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 53,3%, dan jamaah yang menjawab setuju 40%. Artinya, sebagian besar jamaah yang menyetujui dakwah melalui TQN dapat menimbulkan dampak positif bagi jamaah. Selanjutnya responden yang menjawab ragu sebanyak 6,7%. Artinya, sangat sedikit jamaah yang berpendapat TQN menimbulkan dampak positif bagi jamaah.

Kesimpulan rata-rata jumlah jamaah dari keseluruhan menjawab setuju, artinya memang berdampak baik bagi jamaah proses dakwah yang di pimpin oleh KH Aspuri melalui TQN ini.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 14. Kegiatan TQN merupakan salah satu cara efektif dalam penyebaran dakwah

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	13 orang	65	43,3%
Setuju	4	15 orang	60	50%
Ragu	3	2 orang	6	6,7%

Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%
Jumlah		30 orang	131	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari tabel penelitian di atas, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 43,% dan yang menjawab setuju sebanyak 50%. Artinya, sebagian besar responden menjawab setuju pada kegiatan TQN merupakan salah satu cara yang efektif dalam penyebaran dakwah. Selanjutnya jamaah yang menjawab ragu sebanyak 6,7%, artinya sangat sedikit jamaah yang menerima bahwa TQN merupakan sebagian dari dakwah.

Jadi, kesimpulan rata-rata jamaah dari keseluruhan menjawab setuju bahwa dakwah ialah merupakan cara yang efektif dalam penyebaran dakwah.

Setelah menghitung perolehan jawaban dari responden, kemudian data hasil perhitungan di atas akan di masukan ke dalam tabel tabulasi sebagai berikut:

Tabel 1.21 Dengan mengikuti kegiatan TQN saya dapat dengan mudah mengamalkan nya dalam kehidupan sehari-hari

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai (X)	Frekuensi (F)	FX	Jumlah
Sangat Setuju	5	9 orang	45	30%
Setuju	4	15 orang	60	50%
Ragu	3	3 orang	9	10%
Tidak Setuju	2	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	1	3 orang	3	10%
Jumlah		30 orang	117	100%

Sumber data : Hasil pengolahan angket 29 Juni 2019

Dari tabel di atas, ternyata responden menjawab sangat setuju sebanyak 30%, dan 50% menjawab setuju. Artinya, sebagian besar mereka setuju mengikuti kegiatan TQN dan mengamalkan nya dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian 10% mereka menjawab ragu, dan 10% menjawab sangat tidak setuju. Hal ini terlihat kurangnya jamaah yang mudah menerima bahkan mengamalkan nya dalam kehidupan sehari-hari.

Dapat diartikan rata-rata jamaah dalam proses kegiatan dakwah yang di pimpin KH Aspuri melalui TQN, kemudian jamaah mudah mengamalkan nya dalam kehidupan sehari-hari kebanyakan berpendapat setuju.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian skripsi yang berjudul “Respon Jamaah terhadap Dakwah KH Aspuri melalui TQN (Tarekat Qodiriyah Naqsabandiyah) (Penelitian di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi). Dapat disimpulkan sebagai berikut:

Perhatian jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari, sebagian besar memperhatikan. Hal ini, karena dakwah yang disampaikan KH Aspuri mengajak jamaah agar senantiasa mendekatkan diri kepada Allah Swt. Mereka juga sangat antusias hadir dalam pelaksanaan TQN setiap minggunya.

Pemahaman jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi, sebagian besar jamaah kurang memahami arti dari TQN tersebut. Artinya, kebanyakan dari mereka hanya memahami bahwa itu zikir dan tidak semua jamaah mendalami makna dari TQN tersebut.

Penerimaan jamaah terhadap dakwah KH Aspuri melalui TQN di Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi, menunjukkan lebih dari setengah dapat menerima dakwah melalui TQN. Menurut responden, dakwah ini juga sesuai yang dibutuhkan jamaah, dan dapat menimbulkan dampak yang positif dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya; mengacu pada beberapa penjelasan yang telah dikemukakan. Dalam penelitian ini terdapat beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian tersebut: untuk jamaah TQN Pondok pesantren Ibnu Ajhari Bekasi diharapkan dapat menambah semangat dalam pelaksanaan TQN. Hal tersebut juga salah satu misi dakwah Islam melalui zikir; penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada Pondok Pesantren Ibnu Ajhari Bekasi; untuk penelitian selanjutnya semoga dapat dimanfaatkan oleh peneliti selanjutnya sebagai sebuah rujukan untuk meneliti proses dakwah Islam melalui lantunan zikir kepada Allah SWT.

## DAFTAR PUSTAKA

- Enjang dan Aliyudin. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Enjang dan Tajiri, H. (2009). *Etika Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Jamaludin, Opik. (2018). Peran Wakil Talqin dalam Pengembangan Dakwah Tarekat. *Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 18(2), 159-180.
- KBBI. (2012). Terjemahan Al-Quran Al Fatih, tahun 2012
- Nurhasanah, I. (2014). *Pengaruh Tabligh Tarekat Qodiriyah Naqsabandiyah Terhadap Minat Masyarakat dalam Mengikuti Dzikir Qodiriyah Naqsabandiyah*, Komunikasi Penyiaran Islam, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung.

D. Munawaroh, D. Suherdiana, dan Nase

- Nur'aini, L. (2016). *Respon Jamaah Terhadap Gaya Busana dan Pesan Dakwah Ustadz Evie Effendi di Masjid Al-Huda Cikutra Bandung*. Skripsi, Komunikasi Penyiaran Islam, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Riad, M. (2017). *Respon Jamaah Terhadap Pengajian Bandung Kuping di Masjid Al-Futubat*. S Komunikasi Penyiaran Islam, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Rosidah, I. (2016). *Respon Masyarakat Terhadap Tayangan Berita Islamu Masa Kini di TranTV*, Komunikasi Penyiaran Islam, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Saepudin, A. (2015). *Respon Jamaah Terhadap Pengajian KH. M Muhyiddin Abdul Qodir Al-Manafi dalam Meningkatkan Ibadah Mahdoh*. Skripsi, Komunikasi Penyiaran Islam, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Said, F. (2003). *Hakikat tarekat naqsabandiyah*. Jakarta: PT Pustaka Al-Husna Baru.
- Solihin, A.R. (2008). *Ilmu Tasawuf*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suherdiana, Dadan. (2009). Model Dakwah Fardiyah Tarekat Qodiriyah wa Naqsabandiyah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(14), 689-698.
- Tarwiyah, S dan Fatoni, Uwes. (2016). Respon Netizen Terhadap Dakwah Bi-al-Qalam K.H. Muhammad Arifin Ilham di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 87-104.
- Uharsimi, Arikunto. (2009). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan (edisi revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.



## Program Fajar Indah Sebagai Media Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat

Faisal Akbar<sup>1</sup>, Syamsuddin RS<sup>2</sup>, Dadan Anugrah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

<sup>2</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : faisalakbar254@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode Program Fajar Indah yang ada di Radio Citra Progo dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat, mengetahui klasifikasi *da'i* pengisi program Fajar Indah, serta pesan dakwah dari program Fajar Indah. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data digunakan penafsiran logika yang dihubungkan dengan konteks Komunikasi Penyiaran Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Citra Progo dalam program Fajar Indah menggunakan metode ceramah dengan pembawaan *da'i* yang santai ketika siaran. Adapun klasifikasi *da'i* dalam siaran dakwah ini, dapat dilihat dari wawasan keilmuan penyiar dalam menguasai Al Quran dan Hadist sebagai sumber hukum Islam dan kedisiplinan untuk menjalankan tugas sebagai *da'i* penyiar radio. Dalam siaran Program Fajar Indah terdapat pesan dakwah berupa materi Aqidah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Allah, mengimani rukun Iman dan rukun Islam, serta materi Akhlak yang diperintahkan oleh Allah dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, materi Ibadah yang menyampaikan tatacara beribadah kepada Allah meliputi hukum pernikahan, hukum bertetangga, shodaqoh, sholat, puasa dan menyampaikan materi tentang hari-hari besar umat Islam.

**Kata Kunci:** Radio; Dakwah; Masyarakat.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the methods of the Beautiful Fajar Program on Radio Citra Progo in improving people's religious understanding, knowing the classification of preachers for the Fajar Indah program, and preaching messages from the Fajar Indah program. This study uses qualitative research with descriptive methods. Data collection in this study uses observation, interview and documentation techniques. Data analysis used the interpretation of*

*logic connected with the context of Islamic Broadcast Communication. The results showed that Citra Progo Radio in the Fajar Indah program used a lecture method with a relaxed nature when broadcasting. The da'i classification in this da'wah broadcast, can be seen from the broadcaster's scientific insights in mastering the Qur'an and Hadith as a source of Islamic law and discipline to carry out their duties as radio broadcast preachers. In the broadcast of the Fajar Indah Program there is a da'wah message in the form of Aqeedah material to increase public trust in God, faith in the pillars of faith and pillars of Islam, as well as moral material ordered by God and exemplified by the Prophet Muhammad, the material of worship which conveys the procedure of worship to God including marriage law, neighborly law, shodaqoh, prayer, fasting and delivering material about the Muslim holidays.*

*Keywords: Radio; Da'wah; The community.*

## **PENDAHULUAN**

Masyarakat pada zaman sekarang ini, hidupnya mengalami ketergantungan kepada media. Setiap orang sudah hampir memiliki alat komunikasi yang bisa mendapatkan informasi dengan mudah, entah itu informasi yang negatif atau pun informasi yang positif. Radio termasuk salah satu media komunikasi massa yang memiliki kemampuan menembus kuat terhadap jarak frekuensi yang dimilikinya. Dibandingkan dengan media elektronik lainnya, radio termasuk murah, mudah dimiliki oleh para *mad'u*, dan memiliki keunggulan tersendiri serta memiliki daya tarik yang memikat pendengar. Karena itu, dakwah melalui radio dengan demikian memiliki pengaruh yang kuat terhadap penerima pesan.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perubahan sosial serta tingkan intelektual pada saat ini, artinya agama Islam yang selalu mendorong umat muslim untuk senantiasa aktif melakukan dakwah. Maju mundurnya umat Islam sangatlah bergantung dan berpegang erat dengan kegiatan dakwah, dapat disimpulkan bahwa dakwah menepati posisi yang tertinggi dan mulai dalam kemajuan agama Islam. Tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan yang disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi kemunduran dakwah Islam dalam kemajuan era globalisasi sekarang ini.

Menonton atau mendengarkan radio, orang bisa menerima informasi tanpa henti. Proses komunikasi berlangsung tanpa henti. Meskipun kita juga yang mengatur kapan akan melakukan proses komunikasi dan transfer informasi melalui media komunikasi massa tersebut. Internet sebagai media komunikasi yang baru, bahkan lebih bebas lagi tidak pernah putus sepanjang waktu informasi yang disediakannya pun relative tidak terbatas. Justru yang terbatas adalah waktu dan umur kita untuk memanfaatkannya. Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang menggunakan media massa. Sementara itu, media massa juga merupakan suatu sistem sosial yang sudah melembaga. Artinya, ia tidak berdiri sendiri, ia bergantung kepada banyak faktor, seperti faktor kebutuhan informasi dan komunikasi masyarakat, faktor struktur sosial, faktor kebijakan, dan factor

ekonomi. semuanya turut menentukan proses dalam perjalanan media (Yusup, 2014: 29).

Beberapa faktor penting yang harus dipikirkan untuk menata ulang pesan-pesan dakwah dalam kemasan program keagamaan yang menarik. Faktor itu berupa frekuensi, durasi, jam penayangan, dan penonjolan aspek-aspek edukasi keIslaman. Dikemas menjadi program radio yang baik, berdasarkan pertimbangan atas nilai-nilai keIslaman, menjadi bagian dari strategi berdakwah melalui radio untuk mencapai efek yang optimal di tengah kalangan masyarakat pendengar radio.

Terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya pertama, Iis Sumiati (2006) Penelitian yang dibuat oleh Iis Sumiati, menggunakan metode ceramah yang ditampilkan metode ceramahnya terdiri dari metode ceramah impromptu, metode ceramah manuscript dan metode gabungan dari impromptu dan manuscript yang kesemuanya di sesuaikan dengan sipat dan kerakter dari kemasan siaran dakwah yang dipakai. Kedua, Rini Andriani (2015) dengan menggunakan metode penelitian studi fenomenologi, dia mengatakan dituliskan karya ilmiah pelaksanaan kode etik jurnalistik yang benar dapat dilihat dari (1) pelaksanaan kode etik jurnalis secara professional, dan (2) pelaksanaan kode etik secara tidak professional. Seorang wartawan yang professional adalah mereka yang memiliki kemampuan untuk melaksanakan kode etik jurnalis agar menciptakan wartawan yang professional dalam dunia kerjanya seperti mampu melapaorkan dan membuat informasi sesuai dengan fakta, tidak mengikuti wartawan gadungan, mempersiapkan segala sesuatunya sebelum menjalankan tugasnya seperti mempersiapkan pertanyaan, mental, dan fisik serta mampu mematuhi dan memegang teguh kode etik jurnalistik ketiga, Siti Patimah Nurrohmah (2016) Pada hasil penelitian tersebut mendeskripsikan tentang analisis isi pesan dakwah pada Rubik Muslimah dalam website [www.umatmuhammad.com](http://www.umatmuhammad.com) dapat disimpulkan berdasarkan jenis pesan dakwah lebih dominan jenis pesan yang dikutip dari ayat Al Qur'an yang menjadi sumber utama ajaran Islam yang merupakan pesan utama yang harus disampaikan. Kemudian tentang katagori isi dari hasil penelitian tersebut mendeskripsikan juga bahwa pesan dakwah dengan muatan akidah akhlak tablig dominan dibandingkan dengan pesan dakwah yang berkaitan dengan muatan akidah syariah.

Tujuan dalam penelitian ini Memberikan pemahaman bagi para penyiar radio dan mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, yang memperhatikan perkembangan radio pada zaman sekarang, bisa menjadikan rujukan perkembangan keilmuwan kedepannya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi khasanah keilmuwan komunikasi dan penyiaran Islam yang berkaitan dengan dakwah Islam di radio.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan sistematis fakta atau fenomena tertentu secara faktual dan cermat, dengan menggunakan metode ini strategi pengembangan dakwah di Radio Citra Progo FM akan dipaparkan secara analisis dalam tinjauan beberapa aspek. Dalam proses pengumpulan data metode deskriptif lebih menitik beratkan pada observasi lapangan dan suasana alamiah (*naturalistic setting*) dengan mengamati gejala-gejala, mencatat, mengkatagorikan dan sedapat mungkin menghindari pengaruh kehadiran untuk menjaga keaslian gejala yang diamati.

## **LANDASAN TEORITIS**

Radio merupakan media elektromagnetik termurah baik pemancar maupun penerimanya. Berarti terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun radio dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional. Sehingga dapat disimpulkan radio merupakan hasil dari perkembangan teknologi yang memungkinkan untuk menyampaikan informasi melalui suara ditransmisi secara serempak melalui gelombang elektromagnetik diudara.

Menurut Effendy (1990: 119) terkait tujuan stasiun radio bahwa; pertama radio memberikan gambaran yang lebih lengkap, lebih mendalam, lebih langsung dan dari tangan pertama (*primecur*) terdapat peristiwa-peristiwa yang bernilai berita (*News worthy*); kedua membina masyarakat kearah terbentuknya pendapat umum yang sehat, kritis dan membangun; ketiga menjadikan masyarakat *well informed* sehingga dapat mengikuti segala kebijakan politik pemerintah.

Pada pertengahan tahun 1930 Edwin Howard Armstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM) penemuan Edwin berbeda dengan yang digunakan pada masa itu yaitu menggunakan frekuensi AM (*Amplitudo Modulasi*), Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus jernih dan bebas dari gangguan siaran. Jenis radio berdasarkan frekuensinya terbagi menjadi dua jenis, yaitu AM (*Amplitudo modulasi*) dan FM (*Frekuensi Modulasi*) dengan jarak tempuh dan keunggulan yang berbeda-beda pada tingkat kegunaannya. (2) Berdasarkan Penyelenggara pertama; radio milik Negara Stasiun penyiaran publik adalah merupakan radio berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara yang bersifat independen nertal tidak komersial dan berfungsi memberi layanan pada masyarakat (*Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 2005*). Radio republik Indonesia merupakan stasiun radio milik pemerintah Indonesia didirikan pada tanggal 11 september 1945. Kedua; Radio swasta merupakan radio yang tergolong dalam stasiun penyiaran swasta, didirikan dengan modal awal yang seluruhnya dimiliki oleh warga Negara atau badan hukum yang berbentuk perseroan terbatas (*Mutiara, 2012: 96*).



Ketentuan undang-undang bahwa stasiun penyiaran swasta merupakan sebuah lembaga yang bersifat komersial dan stasiun penyiaran swasta bertujuan untuk mencari keuntungan dari hasil penayangan iklan atau usaha lainnya yang berhubungan dengan proses penyiaran. Ketiga; Radio komunitas merupakan radio yang bersifat independen tidak komersial daya pancar rendah luas jangkauan wilayah terbatas dan hanya untuk melayani kepentingan komunitasnya (Rachmiate, 2007: 78).

Pengertian radio komunitas yang disampaikan dapat memiliki artian karakteristik yang sangat berbeda dengan siaran radio komersial terutama pada aspek kepemilikan yang dimiliki oleh suatu komunitas, aspek pengawasan serta tujuan dan fungsinya. radio komunitas merupakan salah satu media yang menjadi alternatif untuk meningkatkan sumber informasi bagi masyarakat yang berada pada komunitasnya. Berdasarkan Program. Pertama, Program Informasi Jenis radio berdasarkan program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada pendengar. Daya tarik program ini adalah informasi yang dijual kepada pendengar dengan demikian program informasi tidak hanya sebatas program berita tetapi segala bentuk penyiaran penyiaran informasi termasuk *talk show* (perbincangan) misalnya wawancara dengan artis orang terkenal atau dengan siapapun yang dapat memberikan daya tarik kepada para pendengar.

Kedua, Program Hiburan Jenis radio berdasarkan program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur pendengar dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan dalam program hiburan merupakan hal penting untuk menarik pendengar untuk mendengarkan radio tersebut. Produksi adalah proses pembuatan atau disebut juga dengan proses yang akan memberikan hasil (Hasan, 2001:896). Produksi audio merupakan produksi untuk membuat program audio yang dirancang untuk diperdengarkan kepada pendengar. Program audio ini direkam dan biasanya disimpan dialat penyimpan berupa kaset.

Pendengar radio merupakan sasaran paling utama, siaran radio dapat dikatakan efektif apabila penyiar dapat mengambil perhatian para pendengarnya dan pendengarpun mengerti, seta tergerak hatinya untuk melakukan yang disampaikan oleh penyiarinya (Kusnawan, 2004: 53). Dalam hal ini penting diadakan penelitian mengenai yang diinginkan pendengar dengan memberikan beberapa pertanyaan diantaranya; jam berapa biasanya mereka bangun, sarapan pagi, berangkat kerja, pulang kerja, penerangan yang mereka butuhkan, pendidikan yang mereka butuhkan, serta sejumlah pertanyaan lain menyangkut kebiasaan, kesenangan, dan keinginan pendengar.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan adiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara (Fauzi, 2016:96).

Pembagian Menurut Unsur Acara Siaran Berdasarkan unsur acara siaran, bahan siaran dibagi menjadi dua golongan; pertama Siaran kata ialah segala bahan siaran yang pokok dan isinya dilukiskan dengan kata-kata; kedua seni suara adalah segala bentuk kesenian yang pokok isinya dilukiskan dengan musik (Effendy, 1990: 126).

Disebutkan bahwa yang dimaksud dengan seni suara ialah segala kesenian yang bentuknya disampaikan dengan pesan yang terkandung dalam musik. Terhadap istilah seni suara yang ditafsirkan secara berbeda-beda, terdapat yang mengartikan suara sebagai terjemah dari nada (*tone*), ada pula yang menafsirkan sebagai terjemahan dari suara (*voice*). Maka disamping suara itu (seni suara) terdapat pula istilah seni bunyinya (bunyinya terjemahan dari *tone*) dan seni tatabuhan (tatabuhan adalah suara instrument). Serta terdapat yang memberikan *toon-kunst* atau musik.

Produksi program siaran radio adalah keterampilan dalam memadukan wawasan, kreatifitas dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi, produksi merupakan kunci dalam aktivitas di radio siaran. Tahap pelaksanaan produksi dilakukan berdasarkan semua kegiatan materi siaran yang telah disiapkan, pelaksanaannya dari awal siaran hingga akhir siaran. Proses produksi juga terbagi menjadi *on air* atau yang disiarkan secara langsung dan *off air* atau rekaman suara siaran. Pada umumnya stasiun radio sendiri memproduksi program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir tidak pernah melibatkan pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan keterampilan sehingga menghasilkan program yang menarik didengar.

Teknik *Ad libitum* yaitu siaran tanpa menggunakan naskah. Jadi, penyiar berbicara santai, *enjoy*, tanpa beban atau tanpa tekanan, sesuai dengan selernya. Rumusnya yaitu berbicara dengan senang hati, sesukanya, sesuai keinginannya dan tentu bukan berbicara seenaknya, akan tetapi ada rambu-rambu atau kaidah siaran yang harus dipatuhi. Sedangkan, pada teknik *script reading* yaitu siaran dengan bantuan naskah dimana dengan cara membaca naskah yang sudah disiapkan, baik oleh penyiar sendiri maupun oleh orang lain (*script writer*). Dengan kata lain, dalam teknik ini penyiar melakukan siaran dengan cara membacakan naskah siaran yang sudah disusunnya sendiri dengan bantuan *script writer*.

Dakwah secara etimologi dapat diartikan sebagai seruan, ajakan atau undangan. Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk (masdar) dari kata kerja (da'a) (yad'uu) kata dakwah ini sudah umum dipakai oleh bahasa Indonesia secara harfiah, kata dakwah disa diterjemahkan menjadi seruan, ajakan (Bisri, 2009:18). Dengan perilaku kita yang sering mengingatkan teman-teman disekitar agar memperoleh kehidupan kebahagiaan di dunia dan di akhirat sudah termasuk mengajak dan menyeru.

Ada beberapa hal yang berkaitan dengan penyempitan pemahaman makna dakwan yang sudah dikembangkan selama ini. Pemahaman tersebut dapat ditegaskan, pertama, Dakwah iyalah Identik dengan tablig, ceramah dan khitobah. Tablig merupakan satu diantara jenis pendekatan dakwah (komunikasi dakwah) dengan pesan-pesan agama melalui lisan *khithabah*, tulisan *kitabab*, dan aksi simulasi, seperti drama, sinetron, atau film *I'lam*. Kedua, dalam pelaksanaannya melibatkan sejumlah unsur sebagai suatu system, yaitu *da'i*, *mad'u* pesan yang bersumber pada *Al-Quran* dan sunah, serta tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk kebahagiaan manusia, baik di dunia dan akhirat. Ketiga, objek dakwah *mad'u* meliputi individu, keluarga dan masyarakat luas. *Keempat*, secara implisit definisi tersebut mengisyaratkan bahwa dakwah harus diorganisasikan dengan baik (Sukayat, 2015: 9).

Media dakwah (washilah ad-da'wah, media, chanel). Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif, penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan media dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektifitas kegiatan dakwah media-media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah antara lain: media tradisional, media cetak, media *broadcasting*, media film, media, visual, internet maupun media elektronik lainnya (Amin, 2009: 14).

Media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang diartikan secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Sedangkan dalam bahasa inggris *media* diartikan sebagai bentuk dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini alhi komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator pada konumikan (Aziz. 2009: 403).

Penulis berpendapat bahwasanya media adalah alat teknologi informasi untuk mencapai suatu tujuan serta mempermudah pengguna media menyampaikan pesan yang dapat digunakan dalam pembelajaran. Secara spesipik Yang dimaksud dengan media adalah Radio, televisi, buku, media cetak dan sebagainya. Dengan media dakwah adalah segala sesuatu yang dipergunakan dalam penyampaian materi atau pesan dakwan kepada *mad'u*, pada zaman moderen seperti ini dengan teknologi yang semakin canggih pastinya para *da'i*

dituntut untuk mengikuti zaman dan dituntut untuk berinovasi dalam berdakwah. Media adalah segala sesuatu yang dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai satu tujuan tertentu. Sedangkan dakwah adalah mengajak, menyeru, kejalan Allah yang melibatkan unsur-unsur penyeru, dakwah ini dapat berupa barang atau alat, orang tempat dan kondisi keadaan tertentu, untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri.

Melaksanakan dakwah, penggunaan sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan selalui siaran radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Efektivitas dan efisiensi ini juga akan didukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran (Amin, 2009: 119).

Media radio adalah media yang mampu menjangkau pendengar yang jumlahnya relatif amat banyak, heterogen, anonim, terpecah, serta bagi komunikator yang menyebarkan pesannya bersifat abstrak. Media tersebut meliputi pers, televisi, dan film dengan ciri utama menimbulkan keserempakan serta keserentakan pendengar takala diterpa pesan-pesan yang disebarkan kepadanya (Effendy, 1992: 62).

Media radio pada dasarnya adalah media yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan atau yang dipergunakan dalam suatu komunikasi dimana pesan yang ingin disalurkan untuk kepentingan umum kemajuan teknologi, saat ini membuat orang-orang berkomunikasi tidak hanya menggunakan media tradisional. Mereka telah mengenal dan memanfaatkan kemampuan teknologi diantaranya, televisi, film, dan media massa lainnya (Saepuloh, 2009: 657-688).

Proses komunikasi atau mengirimkan pesan, pesan dakwah harus dikemas dengan semenarik mungkin hingga menjadi pusat perhatian para pendengar yang mendengarkan sebab media adalah pesan. disini kemasan atau media lebih penting dari pesan yang akan disampaikan. Hal ini tentu berlaku pula dalam aktivitas dakwah yang juga merupakan bagian dari proses komunikasi (Sihabudin, 2019:69).

Menurut Aziz (2009: 216) menyebutkan juga ada dua macam *da'i*: *pertama* Secara umum adalah setiap muslim yang *mukalaf* (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat yang sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah untuk menyampaikan Islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat; *kedua* Secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi di bidang agama Islam, yaitu ulama dan sebagainya.

Secara ideal, *da'i* adalah orang mukmin yang menjadikan Islam sebagai agama, Al-Qur'an sebagai pedomannya, Nabi Muhammad sebagai Rasulullah. Sebagai pemimpin dan teladan baginya, ia benar-benar mengamalkan dalam tingkahlaku dan perjalanan hidupnya, kemudian ia menyampaikna Islam yang

meliputi akidah, syariah, dan akhlak kepada seluruh manusia. Definisi ini menurut *da'i* untuk mengamalkan ajaran Islam sebelum menyampaikan kepada orang lain. Untuk mengamalkan secara sempurna, *da'i* tentu telah memiliki penghayatan yang mendalam tentang ajaran Islam. Penghayatan ini juga dipengaruhi oleh pengetahuan dan wawasannya tentang ajaran Islam.

Idealnya *da'i* banyak diutarakan oleh para ulama. Aboebakar Atjeh berpendapat yang dikutip Aziz (2009: 217). Membuat beberapa syarat bagi *da'i*, yaitu beriman dan percaya sungguh-sungguh akan kebenaran Islam yang akan disampaikan. Menyampaikan dengan lisannya sendiri dan dengan amal perbuatan. Dakwah yang disampaikan bukan atas dasar rasa fanatik (*ta'assub*) kaum dan golongan, pesan yang disampaikan berdasarkan dengan kebenaran lengkap atas dasar yang tidak ragu-ragu dan rela mengorbankan jiwanya di jalan Allah SWT.

Mengenai *da'i* sebagai subjek dakwah, menurut Abdul Munir Mulkam yang dikutip Rohman (2017: 31) sekurang-kurangnya dapat dibedakan dalam tiga ragam atau jenis, yaitu pelaksana, perencana dan pengelola dakwah. Ketiganya dapat dikategorikan *da'i*. Dapat dianalogikan pelaksanaan dakwah adalah *muballigh* sebagai penyampai materi dakwah. Perencana dakwah adalah individu yang menyusun rancangan program atau kegiatan dakwah, tahapan yang harus dilalui, di mana dan kapan kegiatan dakwah dilaksanakan, sedangkan pengelola adalah yang mengatur siapa yang dipilih sebagai *muballigh* sesuai objek, dan alat yang dipakai, metode apa, bagaimana pesan dan cara menyampaikannya. Dengan demikian, ketiga unsur *da'i* itu memegang peranan, fungsi dan kontribusi yang sangat besar terhadap keberhasilan dakwah.

Ketiga unsur *da'i* tersebut harus berjalan seiring sesuai dengan tugas dan wewenangnya. Maka bagi *da'i* harus memiliki kompetensi yang cukup. Sejumlah pemahaman, pengetahuan, penghayatan dan perilaku serta keterampilan tertentu yang harus dimiliki bagi seorang *da'i* agar mereka dapat melakukan fungsinya dengan memadai. Menurut Rohman (2017: 33) ada dua kategori kompetensi *da'i* yaitu kompetensi substantif dan metodologis yaitu sebagai berikut.

Secara fungsional *da'i* adalah pemimpin, yakni yang memimpin masyarakat dalam mengembalikan pada potensi bertuhan atau memimpin kepada jalan Tuhan (Amin, 2006: 173). Oleh karena itu, seorang *da'i* sudah seharusnya memiliki sifat-sifat kepemimpinan. Kepemimpinan bagi seorang juru dakwah sebagai seni untuk mempengaruhi *mad'u*, dengan bakat dan keterampilan tersebut sangat berguna dalam menjalankan tugasnya mengembangkan motif-motif dan motif pembawaan dalam dirinya atau motif yang berasal dari masyarakat lingkungan, maupun motif yang berasal dari ajaran agama, menjadi perilaku yang diinginkan oleh peran dakwah yang disampaikan.

Beberapa definisi tentang pemahaman telah diungkapkan oleh para ahli. Sudjana (2012: 44) berpendapat bahwa pemahaman adalah hasil yang didapat dari belajar, misalnya peserta didik dapat menjelaskan yang dapat dari hasil belajar di sekolahnya dengan susunan kalimat yang dirangkai sendiri apa yang dibaca atau didengarnya, memberi contoh lain dari yang telah dicontohkan guru dan menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain.

Penulis berpendapat tentang pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami segala sesuatu yang telah diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengerti tentang sesuatu dan dapat dilihat dari berbagai segi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seorang siswa dikatakan memahami sesuatu apabila dia dapat memberikan penjelasan atau memberi uraian kepada temannya yang lebih rinci tentang hal yang dipelajari dengan menggunakan bahasa sendiri, lebih baik lagi apabila siswa dapat memberikan contoh atau mensinergikan yang dipelajari dengan permasalahan disekitarnya. Pemahaman adalah kemampuan individu untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah diketahui atau diingat, Dengan kata lain memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi (Anas. 2012: 50).

Menurut Glock dan Strak yang dikutip (Djamaludin, 2011: 105). Ada lima macam dimensi keagamaan, *pertama* dimensi keyakinan (ideologis), *kedua* dimensi peribadahan atau peraktek agama (ritualistik), *ketiga* dimensi penghayatan (eksperiensial), *keempat* dimensi pengalaman, *kelima* dimensi pengetahuan agama (intelektual).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT. Radio Swara Duta Citra Irama sebuah perusahaan jasa yang bergerak dibidang radio siaran swasta niaga, nama radio siaran adalah Radio Citra 99,4 FM Sumedang. Awal mulanya Radio ini bernama radio kompas yang menggunakan gelombang frekuensi metode transmisi sistem amplitudo modulasi (AM) pada tahun 1967 yang didirikan oleh bapak H. Dudung Antapura bertempat tinggal di jalan Entje Aziz Bandung.

Pada tahun 1971, stasiun radio ini pindah lokasi ke jalan merdeka tepatnya di gedung panti karya. Seiring dengan persaingan dan perkembangan radio siaran di bandung tepatnya pada tahun 1979 stasiun radio ini berpindah lagi ke jl mayor Abdurahman No 251 Sumedang, pada tahun itu pihak radio mendapatkan pemasukan dari pihak luar walaupun hanya sebatas ongkos ganti pemakaian listrik. Setelah kepindahan stasiun radio ke wilayah Sumedang banyak pihak yang ingin mempromosikan produk mereka melalui media radio jasa tersebut. Lalu pada tahun 2015 tepatnya pada tanggal 01 Oktober Radio Citra 99,4 FM melakukan perubahan manajemen diantaranya pergantian direktur utama dari H.Dadang Antapura kepada M.Agung Anugrah. bersamaan dengan perpindahan

lokasi dari Jl. Mayor Abdurahman No. 251 Sumedang ke Jl. Anggrek No. 83 Sumedang dan dengan nama yang baru yaitu Radio Citra Progo 99,4 FM (Dokumentasi, 01 juli 2019).

Maka peneliti melakukan penelitian pada Program Radio Citra Progo 99,4 FM Sumedang yang beralamat di Jln. Anggrek No. 83 Kelurahan Situ, kecamatan Sumedang Utara. Peneliti menjadikan Program Radio Citra Prago sebagai objek penelitian dengan pertimbangan: *pertama*, Radio Citra Prago yang bergerak di bidang jasa atau bisa di katakan radio swasta niaga, *kedua*, sebagai radio yang membawakan acara dalam Program Fajar Indah Pagi di Radio Citra Progo FM, serta memiliki visi dan misi mengenai penyebaran ajaran Islam dikalangan masyarakat, *ketiga*, menurut peneliti Radio Citra Progo tentang bagai mana berdakwah di era moderen, *keempat*, dengan memanfaatkan media massa sebagai media dakwah. Dari beberapa pertimbangan tersebut maka peneliti menjadikan program Fajar Indah di Radio Citra Progo sebagai objek penelitian karya tulis ilmiah skripsi.

PT. Radio Swara Duta Citra Irama sebuah perusahaan jasa yang bergerak dibidang radio siaran swasta niaga, nama radio siaran adalah Radio Citra 99,4 FM Sumedang. Awal mulanya Radio ini bernama radio kompas yang menggunakan gelombang frekuensi metode transmisi sistem amplitudo modulasi (AM) pada tahun 1967 yang didirikan oleh bapak H. Dudung Antapura bertempat tinggal di jalan Entje Aziz Bandung.

pada tahun 2015 tepatnya pada tanggal 01 Oktober Radio Citra 99,4 FM melakukan perubahan manajemen diantaranya pergantian direktur utama dari H. Dadang Antapura kepada M. Agung Anugrah, SE.Ak. bersamaan dengan perpindahan lokasi dari Jl. Mayor Abdurahman No. 251 Sumedang ke Jl. Anggrek No. 83 Sumedang dan dengan nama yang baru yaitu Radio Citra Progo 99,4 FM (Dokumentasi, 01 juli 2019).

Pesan dakwah yang diangkat biasanya seputar topik keagamaan yang terjadi di lingkungan masyarakat sehari-hari serta melibatkan pendengaran dengan menghubungi melalui telepon itu pun untuk yang ingin bertanya maupun memberikan masukan saran mengenai topik pembahasan yang sedang disiarkan (Dokumentasi, 01 juli 2019).

Penelitian ini merupakan studi komunikasi karena melibatkan salah satu media komunikasi massa yaitu radio. Dan berdasarkan elemen proses komunikasi, penelitian ini berupaya untuk meneliti mengenai proses produksi pesan yang melibatkan strategi kreatif dengan banyaknya program yang disajikan oleh stasiun Radio Citra Progo, juga salah satunya untuk menarik pendengaran supaya para *mad'u* (pendengar) mampu menerima informasi, edukasi dan hiburan dari stasiun radio dengan kemasan yang membuat daya tarik semua kalangan.

Mengenai fungsi radio mengenai tukar menukar informasi, data dan fakta

fungsinya dalam setiap sistem sosial. Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial. Masyarakat sebagai objek siaran, masyarakat yang menjadi sasaran dakwah dilihat dari beberapa segi sosiologis berupa masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan dan masyarakat marginal (Ilaihi. 2010: 36).

Program siaran produksi Fajar Indah, sebelum melangkah ketahap pelaksanaan dalam keberlangsungan suatu program, maka diperlukan tahap perencanaan yang baik dan yang bertanggung jawab atas jalannya program tersebut yang diatur oleh *Program Director*.

Melaksanakan dakwah, penggunaan sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan selalui siaran radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Efektivitas dan efesensi ini juga akan terdukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran (Amin, 2009: 119).

Hakikatnya dakwh Islam merupakan aktualisasi Imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia, dengan menggunakan cara tertentu (Hafidhuddin, 1998: 67).

Materi pesan dakwah pada rogram Fajar Indah di Radio Citra Progo disampaikan oleh narasumber yang berkompeten di bidangnya seperti KH. Aep Sobandi dan KH. Ate Sulaikan karena beliau merupakan tokoh masyarakat yang berupaya ceramahnya dapat diserap oleh para *mad'u* (pendengar) radio, beliau juga mempunyai massa tersendiri. Ceramah-ceramah beliau pun tidak ingin menginggung politik atau golongan masyarakat tertentu (Observasi, 01 juli 2019).

Program Fajar Indah mengudara setiap pukul 05.00 s. d 06.00 WIB memiliki format acara dakwah monolog. namu ketika waktu siaran masih pajang maka selalu diada segmen tanya jawab bagi *mad'u* yang kurang paham atau ada pertanyaan seputar materi yang sedang dibahas. Materi disampaikan selama 1 jam tanpa diselinyi iklan, insert atau sebagainya.

Program Fajar Indah merupakan program harian yang mengudara setiap hari Senin s/d Minggu. Mulai pukul 05.00 WIB – 06.00 WIB. Namun dalam pelaksanaannya program Fajar Indah selalu mengudara sekirat 30 menit dikarnakan melihat kesibukan *da'i* (pengisi acara) yang sekaligus salah satu dosen di universitas yang ada di Sumedang.

Program Fajar Indah adalah program unggulan yang disiarkan Radio Citra Progo 99,4 FM Sumedang dengan ini peneliti mendeskripsikan program tersebut.



Tabel 3.24 Format Program Fajar Indah

NO	ITEM	ARAHAN
1	Arti judul	Fajar Indah
2		Acara dakwah Islam dengan metode ceramah atau obrolan tentang keislaman dan bersilaturahmi antara <i>mad'u</i> (pendengar), program ini disiarkan selama 1 jam dengan pembicara tetap yaitu Drs. Aep Sobandi dan Ustad Ate. Untuk pembicara biasanya membahas seputar topik keagamaan yang terjadi sehari-hari serta melibatkan <i>mad'u</i> (pendengar) melalui telepon baik yang bertanya maupun semberikan saran mengenai topik yang sedang dibahas.
3	Jenis acara	Dakwah keislaman
4	Karakter acara	Santai
5	Karakter penyiar	Dewasa, mengayomi, santun, berwawasan, pengetahuan keagamaan luas dan komunikatif
6	Sifat penyiaran	Siaran langsung
7	Jam siaran	Pagi pukul 05.00 s.d 06.00 WIB
8	Jumlah penyiar	1 orang
9	Objek bicara	Kupasan tentang akhlak dan aqidah yang berkenaan dengan keseharian <i>mad'u</i> (pendengar). Salam silaturahmi antar <i>mad'u</i> (pendengar). Tanya jawab dan masukan saran antara pembicara dengan <i>mad'u</i> (pendengar)
10	Tempo bicara	Santai
11	Sumber materi	Al Quran, hadist, internet, majalah dan koran.
12	Naskah/skrip	Skrip materi utama disiapkan oleh staf yang bertugas sedangkan materi pendamping oleh <i>scrip writer</i> .
13	Karakter materi	Referensi keagamaan dan sosial masyarakat
14	Arsip	Naskah pointers dan rekaman
15	Cabang produk	-
16	Lagu	Jenis : Religi Nuansa : dewasa dan Islami <i>Beat : middle to slow</i>

17	Jumlah lagu	2 lagu
18	Penempatan lagu	Diawal dan diakhir program
19	<i>Station identity</i>	<i>Jingle</i>
20	Menerima telepon	Ya
21	Jumlah iklan	9 (1 <i>interval</i> )
22	Penempatan iklan	Disesuaikan oleh <i>traffic</i>
23	Sasaran <i>mad'u</i> (pendengar)	Dewasa
24	Respon <i>mad'u</i> (pendengar)	Telepon, Fax, email, SMS, Website, facebook
25	<i>Off air</i>	.....(terjadwal)
26	Tindakan kritis	Bila penyiar tidak hadir dipastikan memutar rekaman terjadwal  Bila suatu kondisi <i>force majeure</i> mengakibatkan acara ini harus mulai di tengah renggang waktu sesuaikan  Bila suatu kondisi iklan tidak dapat diputar konsultasikan perubahannya segera dengan <i>marketing manager</i>
27	Batas wewenang	Materi siaran ( <i>referensi</i> ) dalam bentuk pointers ditentukan oleh PD dan <i>explore</i> oleh penyiar
28	<i>Controlling</i>	Pengarahan rutin harian dan pengarahan kasuistis <i>quality control</i>
29	Evaluasi acara	Rapat <i>manager</i> dan Rapat program mingguan

Acara dakwah Islam dengan menggunakan metode ceramah dan pembahasan pesan dakwah tentang seputar keIslaman hingga bersilaturahmi dengan *mad'u* (pendengar), program ini disiarkan selama 1 jam dengan pembicara tetap yaitu Aep Sobandi dan Ate Sulaiman maupun dengan pembicara yang lain. Untuk pesan dakwah yang diangkat biasanya seputar topik keagamaan yang terjadi di lingkungan masyarakat sehari-hari serta melibatkan pendengan dengan menghubungi melalui telepon itu pun untuk yang ingin bertanya maupun memberikan masukan saran mengenai topik pembahasan yang sedang disiarkan (Dokumentasi, 01 juli 2019).

### **Klifikasi Da'i dalam Program Fajar Indah**

Klasifikasi *da'i* yang dilakukan Radio Cintra Progo dalam melaksanakan siaran dakwah diprogram Fajar Indah, dengan melandasi dan melatar belakangi kemampuan dalam menguasai ajaran Islam dan tantangan zaman. Dengan

bermacam-macam latar belakang *mad'u* (pendengar), itu menuntut *da'i* untuk berperan sebagai orang yang bisa mengetahui keadaan *mad'u* (pendengar) dalam pemahaman pesan dakwah dengan menerapkan komunikasi persuasif melalui aspek-aspek pendekatan pengajian rutin, karena salah satu cara agar mencapai sasaran *mad'u* (pendengar).

Pembahasan klasifikasi *da'i* ini sangat membantu dalam kegiatan siaran dakwah. Dan harus dipersiapkan oleh *da'i* yang ingin berdakwah di media Radio Citra Progo, karena dengan menerapkan sistem klasifikasi *da'i* pelaksanaan aktifitas siaran dakwah akan lebih terarah dan akan banyak membantu tercapainya tujuan siaran yang bernuasa keagamaan. Ada kriteria *da'i* dalam perencanaan kegiatan siaran keagamaan yang didesain supaya tercapainya tujuan program Fajar Indah.

*Da'i* adalah orang yang melakukan dakwah, ia disebut juga pendakwah. Dalam ilmu komunikasi pendakwah adalah komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan komunikasi (*massage*) kepada orang lain. karena dakwah dapat melalui tulisan, lisan dan perbuatan. *da'i* dapat bersifat individu ketika dakwah dilakukan secara perorangan dan dapat juga kelompok atau lembaga (Aziz, 2009: 216).

Seorang *da'i* (penyiar) sudah seharusnya beriman kepada Allah, seorang ahli ibadah, pandai bersyukur dan memiliki hati yang tulus, tidak mementingkan kepribadiannya tetapi semua itu untuk kepentingan umat. Karna *da'i* biasa dipandang sebagai tokoh masyarakat maka *da'i* minimal memiliki sifat-sifat di atas (Rohman, 2017: 33).

Sikap yang harus dimiliki seorang *da'i* minimalnya adalah berakhlak mulia, menjadi teladan bagi umat, disiplin serta bijaksana dalam memutuskan suatu permasalahan, sehingga dalam mengambil keputusan hukum agama tidak menimbulkan kontropersi dikalangan masyarakat. Seperti yang telah disampaikan (Rachmiate, 2007:85).

Hal terpenting Radio Citra Progo dalam menyiarkan program Fajar Indah agar tujuan siaran dapat tercapai. Dengan adanya klasifikasi *da'i* untuk menunjang kegiatan yang harus dilakukan pada tahap perencanaan dalam program Fajar Indah, klasifikasi *da'i* meliputi Secara umum adalah harus menguasai ajaran agama Islam serta secara khusus harus siap ditempatkan diwaktu siaran yang tidak ditentukan.

Dengan penelitian yang dilakukan penulis di Radio Citra Progo. Penulis menemukan beberapahal yang amat penting untuk ditiru oleh media radio lainnya. Ternyata dengan penelusuran penulis di media tersebut terdapat pengajian mingguan yang intense diadakan oleh *crew* Radio Citra Progo. Dalam melaksanakan kegiatan pengajian rutin, *da'i* diupayakan memiliki ketekunan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* (pendengar). karena dengan

melihat kondisi *mad'u*. *da'i* bisa berhati-hati supaya pesan dakwah yang disampaikan tidak kontropersi dikalangan masyarakat maka dari itu *da'i* selalu merancang dan mempersiapkan sedemikian rupa materi dakwah sebelum melakukan pengajian tersebut.

### **Pesan Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat**

Seperti yang telah disampaikan Djalaludin. (2011:105) di BAB II. Sebagai makhluk sosial manusia pasti tidak akan lepas dari yang namanya berinteraksi atau berkomunikasi, dalam hal ini merupakan sesuatu yang lazim dilakukan oleh seluruh makhluk hidup seperti halnya kegiatan yang dilakukan oleh *da'i* dan *mad'u* (pendengar) dalam memberikan pemahaman pesan dakwah di media Radio Citra Progo yang merupakan bentuk dari komunikasi dimana *da'i* (penyiar) menyampaikan pesan dakwahnya.

Maka *da'i* harus dapat memilah dan memilih media yang cocok untuk menyampaikan materi dakwah supaya tujuan dari dakwah itu sendiri tersampaikan kepada *mad'u*, tentunya dengan pemilih yang tepat dengan menggunakan prinsip-prinsip pemilihan media (Amin, 2009: 76).

Radio Citra Progo memiliki format siaran dakwah monolog. Dakwah monolog merupakan penyampaian materi dakwah dengan menggunakan metode ceramah atau bisa dikatakan komunikasi satu arah yang hanya menampilkan seorang *da'i* (penyiar). *Mad'u* (pendengar) hanya mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan, dalam siaran program Fajar Indah tidak di selingi iklan, lagu maupun insert dan lainnya.

Asep Syaifu Romli (2009: 74). berpendapat bahwa format radio disebut *Programming Format* merupakan acuan program siaran sebuah stasiun radio. Format radio yang menjadi acuan gaya siaran dan membentuk “kepribadian udara” (*on air personality*) para penyiarinya. Program siaran radio tersebut dari program reguler atau harian (*daily program*) dan program khusus mingguan (*special program/ weekly program*).

Denagn terjadinya persaingan program siaran, tentu saja harus mendapatkan perhatian secara khusus bagi merek yang menggeluti media massa radio. Dalam artian supaya terus meningkatkan program siarannya. Itupun kalau tidak ingin di tinggal *mad'u* (pendengar)nya. Dari hasil penelitian di pogram ini. Seharusnya Radio Citra Progo tidak hanya memiliki satu format siaran saja yang bernuansa keagamaan, melainkan berbagai macam format agar siaran tidak monoton.

Isi materi yang disampaikan di program Fajar Indah memiliki tema utama yaitu tentang aqidah (keimanan), akhlak dan ibadah. Pada dasarnya penyampaian materi pesan dakwah bermacam-macam di Radio Citra Progo, yang pada umumnya disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi masyarakat seperti ketika bulan *Ramadhan* maka topik yang di bahas adalah seputar tentang bulan suci

*Ramadhan*, begitu pula dengan hari besar Islam lainnya, baik bulan *rajab*, bulan *syawal*, maupun tentang peristiwa *isra miraj*.

## **PENUTUP**

Pada program siaran Fajar Indah ini metode yang digunakan adalah metode ceramah dengan cara siaran langsung (*on air*). Adapun pemutaran kaset rekaman ceramah *da'i* terkenal atau *da'i* lokal, dilakukan apabila *da'i* (penyiar) berhalangan hadir, dipastikan memutar rekaman terjadwal untuk siaran (*off air*). Dalam program siaran Fajar Indah disajikan *stimulus-respon* antara narasumber dengan *mad'u* (pendengar), bisa berhubungan langsung satu sama lain. *Mad'u* bisa menanyakan langsung materi yang belum jelas kepada narasumber dengan menggunakan media telepon. Halitu digunakan sebagai selingan ketika masih ada waktu yang tersisa dalam siaran langsung (*on air*).

Pesan dakwah yang disiarkan dalam program Fajar Indah memiliki tiga materi pokok diantaranya materi aqidah untuk meningkatkan keimanan kepada Allah, mengimani rukun iman dan rukun Islam. Materi tentang akhlak yang diperintahkan Allah dan yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dan materi Ibadah yaitu menyampaikan tata cara beribadah kepada Allah yang meliputi hukum pernikahan, hukum bertetangga, sholat, zakat, ibadah haji, puasa dan menyampaikan materi tentang hari-hari besar umat Islam. Serta isi pesan dakwah yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi *mad'u* hingga dioptimalkan memenuhi kebutuhan masyarakat dari segi pemahaman keagamaan dan kehidupan sosial.

Jika menganalisis hasil penelitian Radio Citra Progo hendaknya memperbanyak program siaran dakwah supaya tidak terpakai pada program yang sudah ada. Dengan menambahkan Salah satunya seperti subuh mengaji, curhat bareng ustadz, wara wiri mengaji dan lain sebagainya. Hendaknya diupayakan dari pihak Radio Citra Progo mendatangkan *da'i* (penyiar) baru yang lebih muda supaya memberikan materi siaran dan metode dakwah yang kekinian dengan sosusi yang sesuai dengan tantangan zaman saat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amin, S. M. (2006). *Metode Dakwah Cetakan II*. Jakarta: kencana
- Amin, S. M. (2009). *Metode Dakwah Cetakan III*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Anas. (2012). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andriani, R. (2015). *Pemahaman Wartawan Radio Rese 102,3 FM Bandung Terhadap Kode Etik Jurnalistik Tentang Pencairan dan Pengelolaan Berita*. Bandung: Universitar Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Aziz, A. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group

F Akbar, RS. Syamsuddin, D. Anugrah

Djamaludin, A. (2011). Psikologi Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Effendy, O. U. (1990). *Radio siaran teori dan praktek*. Bandung: Mandar Maju

Hafidhuddin H. (1998). *Dakwah Actual*. Jakarta: Gema Insani Press.

Hasan. (2009). *Filsafat Dakwah*. Surabaya: Dakwah Digital Press.

Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kusnawan, A. (2004). *Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press

Kusnawan, A. (2016). *Teknik Menulis Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Patimah, S. N. (2016). *Pesan Dakwah dalam Website www.umatmuhammad.com*. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

R, Atie. (2007). *Radio komunitas*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Rohman, D. A. (2017). *Perkembangan Dakwah Jamiyah Dalam Menwujudkan Islam Kaffah*. Sumedang: Anugrah

S, Iis. 2006. *Peran Radio Shipa 94.7 FM Sebagai Radio Siaran dalam*

*Melaksanakan Dakwah Islamiyah*. Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati Bandung

Saepuloh, S. (2009). *Model Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh. dalam Jurnal Ilmu Dakwah*. 4(14), 657-688.

Sihabudin, D. (2019). *Komunikasi Dakwah Pada Masyarakat Adat Dukuh Garut dalam jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(9): 69.

S, Fauzi. (2016). *Model Radio Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat. dalam jurnal tabligh komunikasi dan penyiaran islam*. 1 (2): 89-110.

Samsul, A. M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.

S, Suryo. (2002). *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sudrajat, N. (2012). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja

S, Tata. (2015). *Ilmu Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.



## Program Fajar Indah Sebagai Media Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat

Faisal Akbar<sup>1</sup>, Syamsuddin RS<sup>2</sup>, Dadan Anugrah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

<sup>2</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : faisalakbar254@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode Program Fajar Indah yang ada di Radio Citra Progo dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat, mengetahui klasifikasi *da'i* pengisi program Fajar Indah, serta pesan dakwah dari program Fajar Indah. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data digunakan penafsiran logika yang dihubungkan dengan konteks Komunikasi Penyiaran Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Citra Progo dalam program Fajar Indah menggunakan metode ceramah dengan pembawaan *da'i* yang santai ketika siaran. Adapun klasifikasi *da'i* dalam siaran dakwah ini, dapat dilihat dari wawasan keilmuan penyiar dalam menguasai Al Quran dan Hadist sebagai sumber hukum Islam dan kedisiplinan untuk menjalankan tugas sebagai *da'i* penyiar radio. Dalam siaran Program Fajar Indah terdapat pesan dakwah berupa materi Aqidah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Allah, mengimani rukun Iman dan rukun Islam, serta materi Akhlak yang diperintahkan oleh Allah dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, materi Ibadah yang menyampaikan tatacara beribadah kepada Allah meliputi hukum pernikahan, hukum bertetangga, shodaqoh, sholat, puasa dan menyampaikan materi tentang hari-hari besar umat Islam.

**Kata Kunci:** Radio; Dakwah; Masyarakat.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the methods of the Beautiful Fajar Program on Radio Citra Progo in improving people's religious understanding, knowing the classification of preachers for the Fajar Indah program, and preaching messages from the Fajar Indah program. This study uses qualitative research with descriptive methods. Data collection in this study uses observation, interview and documentation techniques. Data analysis used the interpretation of*

*logic connected with the context of Islamic Broadcast Communication. The results showed that Citra Progo Radio in the Fajar Indah program used a lecture method with a relaxed nature when broadcasting. The da'i classification in this da'wah broadcast, can be seen from the broadcaster's scientific insights in mastering the Qur'an and Hadith as a source of Islamic law and discipline to carry out their duties as radio broadcast preachers. In the broadcast of the Fajar Indah Program there is a da'wah message in the form of Aqeedah material to increase public trust in God, faith in the pillars of faith and pillars of Islam, as well as moral material ordered by God and exemplified by the Prophet Muhammad, the material of worship which conveys the procedure of worship to God including marriage law, neighborly law, shodaqoh, prayer, fasting and delivering material about the Muslim holidays.*

*Keywords: Radio; Da'wah; The community.*

## **PENDAHULUAN**

Masyarakat pada zaman sekarang ini, hidupnya mengalami ketergantungan kepada media. Setiap orang sudah hampir memiliki alat komunikasi yang bisa mendapatkan informasi dengan mudah, entah itu informasi yang negatif atau pun informasi yang positif. Radio termasuk salah satu media komunikasi massa yang memiliki kemampuan menembus kuat terhadap jarak frekuensi yang dimilikinya. Dibandingkan dengan media elektronik lainnya, radio termasuk murah, mudah dimiliki oleh para *mad'u*, dan memiliki keunggulan tersendiri serta memiliki daya tarik yang memikat pendengar. Karena itu, dakwah melalui radio dengan demikian memiliki pengaruh yang kuat terhadap penerima pesan.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perubahan sosial serta tingkan intelektual pada saat ini, artinya agama Islam yang selalu mendorong umat muslim untuk senantiasa aktif melakukan dakwah. Maju mundurnya umat Islam sangatlah bergantung dan berpegang erat dengan kegiatan dakwah, dapat disimpulkan bahwa dakwah menepati posisi yang tertinggi dan mulai dalam kemajuan agama Islam. Tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan yang disebabkan oleh faktor-faktor yang mempengaruhi kemunduran dakwah Islam dalam kemajuan era globalisasi sekarang ini.

Menonton atau mendengarkan radio, orang bisa menerima informasi tanpa henti. Proses komunikasi berlangsung tanpa henti. Meskipun kita juga yang mengatur kapan akan melakukan proses komunikasi dan transfer informasi melalui media komunikasi massa tersebut. Internet sebagai media komunikasi yang baru, bahkan lebih bebas lagi tidak pernah putus sepanjang waktu informasi yang disediakannya pun relative tidak terbatas. Justru yang terbatas adalah waktu dan umur kita untuk memanfaatkannya. Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang menggunakan media massa. Sementara itu, media massa juga merupakan suatu sistem sosial yang sudah melembaga. Artinya, ia tidak berdiri sendiri, ia bergantung kepada banyak faktor, seperti faktor kebutuhan informasi dan komunikasi masyarakat, faktor struktur sosial, faktor kebijakan, dan factor



ekonomi. semuanya turut menentukan proses dalam perjalanan media (Yusup, 2014: 29).

Beberapa faktor penting yang harus dipikirkan untuk menata ulang pesan-pesan dakwah dalam kemasan program keagamaan yang menarik. Faktor itu berupa frekuensi, durasi, jam penayangan, dan penonjolan aspek-aspek edukasi keIslaman. Dikemas menjadi program radio yang baik, berdasarkan pertimbangan atas nilai-nilai keIslaman, menjadi bagian dari strategi berdakwah melalui radio untuk mencapai efek yang optimal di tengah kalangan masyarakat pendengar radio.

Terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya pertama, Iis Sumiati (2006) Penelitian yang dibuat oleh Iis Sumiati, menggunakan metode ceramah yang ditampilkan metode ceramahnya terdiri dari metode ceramah impromptu, metode ceramah manuscript dan metode gabungan dari impromptu dan manuscript yang kesemuanya di sesuaikan dengan sipat dan kerakter dari kemasan siaran dakwah yang dipakai. Kedua, Rini Andriani (2015) dengan menggunakan metode penelitian studi fenomenologi, dia mengatakan dituliskan karya ilmiah pelaksanaan kode etik jurnalistik yang benar dapat dilihat dari (1) pelaksanaan kode etik jurnalis secara professional, dan (2) pelaksanaan kode etik secara tidak professional. Seorang wartawan yang professional adalah mereka yang memiliki kemampuan untuk melaksanakan kode etik jurnalis agar menciptakan wartawan yang professional dalam dunia kerjanya seperti mampu melapaorkan dan membuat informasi sesuai dengan fakta, tidak mengikuti wartawan gadungan, mempersiapkan segala sesuatunya sebelum menjalankan tugasnya seperti mempersiapkan pertanyaan, mental, dan fisik serta mampu mematuhi dan memegang teguh kode etik jurnalistik ketiga, Siti Patimah Nurrohmah (2016) Pada hasil penelitian tersebut mendeskripsikan tentang analisis isi pesan dakwah pada Rubik Muslimah dalam website [www.umatmuhammad.com](http://www.umatmuhammad.com) dapat disimpulkan berdasarkan jenis pesan dakwah lebih dominan jenis pesan yang dikutip dari ayat Al Qur'an yang menjadi sumber utama ajaran Islam yang merupakan pesan utama yang harus disampaikan. Kemudian tentang katagori isi dari hasil penelitian tersebut mendeskripsikan juga bahwa pesan dakwah dengan muatan akidah akhlak tablig dominan dibandingkan dengan pesan dakwah yang berkaitan dengan muatan akidah syariah.

Tujuan dalam penelitian ini Memberikan pemahaman bagi para penyiar radio dan mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, yang memperhatikan perkembangan radio pada zaman sekarang, bisa menjadikan rujukan perkembangan keilmuan kedepannya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi khasanah keilmuan komunikasi dan penyiaran Islam yang berkaitan dengan dakwah Islam di radio.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan sistematis fakta atau fenomena tertentu secara faktual dan cermat, dengan menggunakan metode ini strategi pengembangan dakwah di Radio Citra Progo FM akan dipaparkan secara analisis dalam tinjauan beberapa aspek. Dalam proses pengumpulan data metode deskriptif lebih menitik beratkan pada observasi lapangan dan suasana alamiah (*naturalistic setting*) dengan mengamati gejala-gejala, mencatat, mengkatagorikan dan sedapat mungkin menghindari pengaruh kehadiran untuk menjaga keaslian gejala yang diamati.

## **LANDASAN TEORITIS**

Radio merupakan media elektromagnetik termurah baik pemancar maupun penerimanya. Berarti terdapat ruang untuk lebih banyak stasiun radio dan lebih banyak pesawat penerima dalam sebuah perekonomian nasional. Sehingga dapat disimpulkan radio merupakan hasil dari perkembangan teknologi yang memungkinkan untuk menyampaikan informasi melalui suara ditransmisi secara serempak melalui gelombang elektromagnetik diudara.

Menurut Effendy (1990: 119) terkait tujuan stasiun radio bahwa; pertama radio memberikan gambaran yang lebih lengkap, lebih mendalam, lebih langsung dan dari tangan pertama (*primecur*) terdapat peristiwa-peristiwa yang bernilai berita (*News worthy*); kedua membina masyarakat kearah terbentuknya pendapat umum yang sehat, kritis dan membangun; ketiga menjadikan masyarakat *well informed* sehingga dapat mengikuti segala kebijakan politik pemerintah.

Pada pertengahan tahun 1930 Edwin Howard Armstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan frekuensi modulasi (FM) penemuan Edwin berbeda dengan yang digunakan pada masa itu yaitu menggunakan frekuensi AM (Amplitudo Modulasi), Radio FM memiliki kualitas suara yang lebih bagus jernih dan bebas dari gangguan siaran. Jenis radio berdasarkan frekuensinya terbagi menjadi dua jenis, yaitu AM (Amplitudo modulasi) dan FM (Frekuensi Modulasi) dengan jarak tempuh dan keunggulan yang berbeda-beda pada tingkat kegunaannya. (2) Berdasarkan Penyelenggara pertama; radio milik Negara Stasiun penyiaran publik adalah merupakan radio berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara yang bersifat independen nertal tidak komersial dan berfungsi memberi layanan pada masyarakat (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 2005). Radio republik Indonesia merupakan stasiun radio milik pemerintah Indonesia didirikan pada tanggal 11 september 1945. Kedua; Radio swasta merupakan radio yang tergolong dalam stasiun penyiaran swasta, didirikan dengan modal awal yang seluruhnya dimiliki oleh warga Negara atau badan hukum yang berbentuk perseroan terbatas (Mutiara, 2012: 96).

Ketentuan undang-undang bahwa stasiun penyiaran swasta merupakan sebuah lembaga yang bersifat komersial dan stasiun penyiaran swasta bertujuan untuk mencari keuntungan dari hasil penayangan iklan atau usaha lainnya yang berhubungan dengan proses penyiaran. Ketiga; Radio komunitas merupakan radio yang bersifat independen tidak komersial daya pancar rendah luas jangkauan wilayah terbatas dan hanya untuk melayani kepentingan komunitasnya (Rachmiate, 2007: 78).

Pengertian radio komunitas yang disampaikan dapat memiliki artian karakteristik yang sangat berbeda dengan siaran radio komersial terutama pada aspek kepemilikan yang dimiliki oleh suatu komunitas, aspek pengawasan serta tujuan dan fungsinya. radio komunitas merupakan salah satu media yang menjadi alternatif untuk meningkatkan sumber informasi bagi masyarakat yang berada pada komunitasnya. Berdasarkan Program. Pertama, Program Informasi Jenis radio berdasarkan program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada pendengar. Daya tarik program ini adalah informasi yang dijual kepada pendengar dengan demikian program informasi tidak hanya sebatas program berita tetapi segala bentuk penyiaran penyiaran informasi termasuk *talk show* (perbincangan) misalnya wawancara dengan artis orang terkenal atau dengan siapapun yang dapat memberikan daya tarik kepada para pendengar.

Kedua, Program Hiburan Jenis radio berdasarkan program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur pendengar dalam bentuk musik, lagu, cerita dan permainan dalam program hiburan merupakan hal penting untuk menarik pendengar untuk mendengarkan radio tersebut. Produksi adalah proses pembuatan atau disebut juga dengan proses yang akan memberikan hasil (Hasan, 2001:896). Produksi audio merupakan produksi untuk membuat program audio yang dirancang untuk diperdengarkan kepada pendengar. Program audio ini direkam dan biasanya disimpan dialat penyimpan berupa kaset.

Pendengar radio merupakan sasaran paling utama, siaran radio dapat dikatakan efektif apabila penyiar dapat mengambil perhatian para pendengarnya dan pendengarpun mengerti, seta tergerak hatinya untuk melakukan yang disampaikan oleh penyiarinya (Kusnawan, 2004: 53). Dalam hal ini penting diadakan penelitian mengenai yang diinginkan pendengar dengan memberikan beberapa pertanyaan diantaranya; jam berapa biasanya mereka bangun, sarapan pagi, berangkat kerja, pulang kerja, penerangan yang mereka butuhkan, pendidikan yang mereka butuhkan, serta sejumlah pertanyaan lain menyangkut kebiasaan, kesenangan, dan keinginan pendengar.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan adiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut seperti molekul udara (Fauzi, 2016:96).

Pembagian Menurut Unsur Acara Siaran Berdasarkan unsur acara siaran, bahan siaran dibagi menjadi dua golongan; pertama Siaran kata ialah segala bahan siaran yang pokok dan isinya dilukiskan dengan kata-kata; kedua seni suara adalah segala bentuk kesenian yang pokok isinya dilukiskan dengan musik (Effendy, 1990: 126).

Disebutkan bahwa yang dimaksud dengan seni suara ialah segala kesenian yang bentuknya disampaikan dengan pesan yang terkandung dalam musik. Terhadap istilah seni suara yang ditafsirkan secara berbeda-beda, terdapat yang mengartikan suara sebagai terjemah dari nada (*tone*), ada pula yang menafsirkan sebagai terjemahan dari suara (*voice*). Maka disamping suara itu (seni suara) terdapat pula istilah seni bunyinya (bunyinya terjemahan dari *tone*) dan seni tatabuhan (tatabuhan adalah suara instrument). Serta terdapat yang memberikan *toon-kunst* atau musik.

Produksi program siaran radio adalah keterampilan dalam memadukan wawasan, kreatifitas dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi, produksi merupakan kunci dalam aktivitas di radio siaran. Tahap pelaksanaan produksi dilakukan berdasarkan semua kegiatan materi siaran yang telah disiapkan, pelaksanaannya dari awal siaran hingga akhir siaran. Proses produksi juga terbagi menjadi *on air* atau yang disiarkan secara langsung dan *off air* atau rekaman suara siaran. Pada umumnya stasiun radio sendiri memproduksi program siarannya. Hal ini menyebabkan stasiun radio hampir tidak pernah melibatkan pihak luar dalam proses produksinya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan keterampilan sehingga menghasilkan program yang menarik didengar.

Teknik *Ad libitum* yaitu siaran tanpa menggunakan naskah. Jadi, penyiar berbicara santai, *enjoy*, tanpa beban atau tanpa tekanan, sesuai dengan selernya. Rumusnya yaitu berbicara dengan senang hati, sesukanya, sesuai keinginannya dan tentu bukan berbicara seenaknya, akan tetapi ada rambu-rambu atau kaidah siaran yang harus dipatuhi. Sedangkan, pada teknik *script reading* yaitu siaran dengan bantuan naskah dimana dengan cara membaca naskah yang sudah disiapkan, baik oleh penyiar sendiri maupun oleh orang lain (*script writer*). Dengan kata lain, dalam teknik ini penyiar melakukan siaran dengan cara membacakan naskah siaran yang sudah disusunnya sendiri dengan bantuan *script writer*.

Dakwah secara etimologi dapat diartikan sebagai seruan, ajakan atau undangan. Kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk (masdar) dari kata kerja (da'a) (yad'uu) kata dakwah ini sudah umum dipakai oleh bahasa Indonesia secara harfiah, kata dakwah disa diterjemahkan menjadi seruan, ajakan (Bisri, 2009:18). Dengan perilaku kita yang sering mengingatkan teman-teman disekitar agar memperoleh kehidupan kebahagiaan di dunia dan di akhirat sudah termasuk mengajak dan menyeru.

Ada beberapa hal yang berkaitan dengan penyempitan pemahaman makna dakwan yang sudah dikembangkan selama ini. Pemahaman tersebut dapat ditegaskan, pertama, Dakwah iyalah Identik dengan tablig, ceramah dan khitobah. Tablig merupakan satu diantara jenis pendekatan dakwah (komunikasi dakwah) dengan pesan-pesan agama melalui lisan *khithabah*, tulisan *kitabab*, dan aksi simulasi, seperti drama, sinetron, atau film *I'lam*. Kedua, dalam pelaksanaannya melibatkan sejumlah unsur sebagai suatu system, yaitu *da'i*, *mad'u* pesan yang bersumber pada *Al-Quran* dan sunah, serta tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk kebahagiaan manusia, baik di dunia dan akhirat. Ketiga, objek dakwah *mad'u* meliputi individu, keluarga dan masyarakat luas. *Keempat*, secara implisit definisi tersebut mengisyaratkan bahwa dakwah harus diorganisasikan dengan baik (Sukayat, 2015: 9).

Media dakwah (washilah ad-da'wah, media, chanel). Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif, penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan media dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektifitas kegiatan dakwah media-media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah antara lain: media tradisional, media cetak, media *broadcasting*, media film, media, visual, internet maupun media elektronik lainnya (Amin, 2009: 14).

Media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang diartikan secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Sedangkan dalam bahasa inggris *media* diartikan sebagai bentuk dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini alhi komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator pada konumikan (Aziz. 2009: 403).

Penulis berpendapat bahwasanya media adalah alat teknologi informasi untuk mencapai suatu tujuan serta mempermudah pengguna media menyampaikan pesan yang dapat digunakan dalam pembelajaran. Secara spesipik Yang dimaksud dengan media adalah Radio, televisi, buku, media cetak dan sebagainya. Dengan media dakwah adalah segala sesuatu yang dipergunakan dalam penyampaian materi atau pesan dakwan kepada *mad'u*, pada zaman moderen seperti ini dengan teknologi yang semakin canggih pastinya para *da'i*

dituntut untuk mengikuti zaman dan dituntut untuk berinovasi dalam berdakwah. Media adalah segala sesuatu yang dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai satu tujuan tertentu. Sedangkan dakwah adalah mengajak, menyeru, kejalan Allah yang melibatkan unsur-unsur penyeru, dakwah ini dapat berupa barang atau alat, orang tempat dan kondisi keadaan tertentu, untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri.

Melaksanakan dakwah, penggunaan sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan selalui siaran radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Efektivitas dan efisiensi ini juga akan didukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran (Amin, 2009: 119).

Media radio adalah media yang mampu menjangkau pendengar yang jumlahnya relatif amat banyak, heterogen, anonim, terpecah, serta bagi komunikator yang menyebarkan pesannya bersifat abstrak. Media tersebut meliputi pers, televisi, dan film dengan ciri utama menimbulkan keserempakan serta keserentakan pendengar takala diterpa pesan-pesan yang disebarkan kepadanya (Effendy, 1992: 62).

Media radio pada dasarnya adalah media yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan atau yang dipergunakan dalam suatu komunikasi dimana pesan yang ingin disalurkan untuk kepentingan umum kemajuan teknologi, saat ini membuat orang-orang berkomunikasi tidak hanya menggunakan media tradisional. Mereka telah mengenal dan memanfaatkan kemampuan teknologi diantaranya, televisi, film, dan media massa lainnya (Saepuloh, 2009: 657-688).

Proses komunikasi atau mengirimkan pesan, pesan dakwah harus dikemas dengan semenarik mungkin hingga menjadi pusat perhatian para pendengar yang mendengarkan sebab media adalah pesan. disini kemasan atau media lebih penting dari pesan yang akan disampaikan. Hal ini tentu berlaku pula dalam aktivitas dakwah yang juga merupakan bagian dari proses komunikasi (Sihabudin, 2019:69).

Menurut Aziz (2009: 216) menyebutkan juga ada dua macam *da'i*: *pertama* Secara umum adalah setiap muslim yang *mukalaf* (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat yang sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah untuk menyampaikan Islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat; *kedua* Secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi di bidang agama Islam, yaitu ulama dan sebagainya.

Secara ideal, *da'i* adalah orang mukmin yang menjadikan Islam sebagai agama, Al-Qur'an sebagai pedomannya, Nabi Muhammad sebagai Rasulullah. Sebagai pemimpin dan teladan baginya, ia benar-benar mengamalkan dalam tingkahlaku dan perjalanan hidupnya, kemudian ia menyampaikna Islam yang

meliputi akidah, syariah, dan akhlak kepada seluruh manusia. Definisi ini menurut *da'i* untuk mengamalkan ajaran Islam sebelum menyampaikan kepada orang lain. Untuk mengamalkan secara sempurna, *da'i* tentu telah memiliki penghayatan yang mendalam tentang ajaran Islam. Penghayatan ini juga dipengaruhi oleh pengetahuan dan wawasannya tentang ajaran Islam.

Idealnya *da'i* banyak diutarakan oleh para ulama. Aboebakar Atjeh berpendapat yang dikutip Aziz (2009: 217). Membuat beberapa syarat bagi *da'i*, yaitu beriman dan percaya sungguh-sungguh akan kebenaran Islam yang akan disampaikan. Menyampaikan dengan lisannya sendiri dan dengan amal perbuatan. Dakwah yang disampaikan bukan atas dasar rasa fanatik (*ta'assub*) kaum dan golongan, pesan yang disampaikan berdasarkan dengan kebenaran lengkap atas dasar yang tidak ragu-ragu dan rela mengorbankan jiwanya di jalan Allah SWT.

Mengenai *da'i* sebagai subjek dakwah, menurut Abdul Munir Mulkam yang dikutip Rohman (2017: 31) sekurang-kurangnya dapat dibedakan dalam tiga ragam atau jenis, yaitu pelaksana, perencana dan pengelola dakwah. Ketiganya dapat dikategorikan *da'i*. Dapat dianalogikan pelaksanaan dakwah adalah *muballigh* sebagai penyampai materi dakwah. Perencana dakwah adalah individu yang menyusun rancangan program atau kegiatan dakwah, tahapan yang harus dilalui, di mana dan kapan kegiatan dakwah dilaksanakan, sedangkan pengelola adalah yang mengatur siapa yang dipilih sebagai *muballigh* sesuai objek, dan alat yang dipakai, metode apa, bagaimana pesan dan cara menyampaikannya. Dengan demikian, ketiga unsur *da'i* itu memegang peranan, fungsi dan kontribusi yang sangat besar terhadap keberhasilan dakwah.

Ketiga unsur *da'i* tersebut harus berjalan seiring sesuai dengan tugas dan wewenangnya. Maka bagi *da'i* harus memiliki kompetensi yang cukup. Sejumlah pemahaman, pengetahuan, penghayatan dan perilaku serta keterampilan tertentu yang harus dimiliki bagi seorang *da'i* agar mereka dapat melakukan fungsinya dengan memadai. Menurut Rohman (2017: 33) ada dua kategori kompetensi *da'i* yaitu kompetensi substantif dan metodologis yaitu sebagai berikut.

Secara fungsional *da'i* adalah pemimpin, yakni yang memimpin masyarakat dalam mengembalikan pada potensi bertuhan atau memimpin kepada jalan Tuhan (Amin, 2006: 173). Oleh karena itu, seorang *da'i* sudah seharusnya memiliki sifat-sifat kepemimpinan. Kepemimpinan bagi seorang juru dakwah sebagai seni untuk mempengaruhi *mad'u*, dengan bakat dan keterampilan tersebut sangat berguna dalam menjalankan tugasnya mengembangkan motif-motif dan motif pembawaan dalam dirinya atau motif yang berasal dari masyarakat lingkungan, maupun motif yang berasal dari ajaran agama, menjadi perilaku yang diinginkan oleh peran dakwah yang disampaikan.

Beberapa definisi tentang pemahaman telah diungkapkan oleh para ahli. Sudjana (2012: 44) berpendapat bahwa pemahaman adalah hasil yang didapat dari belajar, misalnya peserta didik dapat menjelaskan yang dapat dari hasil belajar di sekolahnya dengan susunan kalimat yang dirangkai sendiri apa yang dibaca atau didengarnya, memberi contoh lain dari yang telah dicontohkan guru dan menggunakan petunjuk penerapan pada kasus lain.

Penulis berpendapat tentang pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami segala sesuatu yang telah diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengerti tentang sesuatu dan dapat dilihat dari berbagai segi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seorang siswa dikatakan memahami sesuatu apabila dia dapat memberikan penjelasan atau memberi uraian kepada temannya yang lebih rinci tentang hal yang dipelajari dengan menggunakan bahasa sendiri, lebih baik lagi apabila siswa dapat memberikan contoh atau mensinergikan yang dipelajari dengan permasalahan disekitarnya. Pemahaman adalah kemampuan individu untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah diketahui atau diingat, Dengan kata lain memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi (Anas. 2012: 50).

Menurut Glock dan Strak yang dikutip (Djamaludin, 2011: 105). Ada lima macam dimensi keagamaan, *pertama* dimensi keyakinan (ideologis), *kedua* dimensi peribadahan atau peraktek agama (ritualistik), *ketiga* dimensi penghayatan (eksperiensial), *keempat* dimensi pengalaman, *kelima* dimensi pengetahuan agama (intelektual).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT. Radio Swara Duta Citra Irama sebuah perusahaan jasa yang bergerak dibidang radio siaran swasta niaga, nama radio siaran adalah Radio Citra 99,4 FM Sumedang. Awal mulanya Radio ini bernama radio kompas yang menggunakan gelombang frekuensi metode transmisi sistem amplitudo modulasi (AM) pada tahun 1967 yang didirikan oleh bapak H. Dudung Antapura bertempat tinggal di jalan Entje Aziz Bandung.

Pada tahun 1971, stasiun radio ini pindah lokasi ke jalan merdeka tepatnya di gedung panti karya. Seiring dengan persaingan dan perkembangan radio siaran di bandung tepatnya pada tahun 1979 stasiun radio ini berpindah lagi ke jl mayor Abdurahman No 251 Sumedang, pada tahun itu pihak radio mendapatkan pemasukan dari pihak luar walaupun hanya sebatas ongkos ganti pemakaian listrik. Setelah kepindahan stasiun radio ke wilayah Sumedang banyak pihak yang ingin mempromosikan produk mereka melalui media radio jasa tersebut. Lalu pada tahun 2015 tepatnya pada tanggal 01 Oktober Radio Citra 99,4 FM melakukan perubahan manajemen diantaranya pergantian direktur utama dari H.Dadang Antapura kepada M.Agung Anugrah. bersamaan dengan perpindahan



lokasi dari Jl. Mayor Abdurahman No. 251 Sumedang ke Jl. Anggrek No. 83 Sumedang dan dengan nama yang baru yaitu Radio Citra Progo 99,4 FM (Dokumentasi, 01 juli 2019).

Maka peneliti melakukan penelitian pada Program Radio Citra Progo 99,4 FM Sumedang yang beralamat di Jln. Anggrek No. 83 Kelurahan Situ, kecamatan Sumedang Utara. Peneliti menjadikan Program Radio Citra Prago sebagai objek penelitian dengan pertimbangan: *pertama*, Radio Citra Prago yang bergerak di bidang jasa atau bisa di katakan radio swasta niaga, *kedua*, sebagai radio yang membawakan acara dalam Program Fajar Indah Pagi di Radio Citra Progo FM, serta memiliki visi dan misi mengenai penyebaran ajaran Islam dikalangan masyarakat, *ketiga*, menurut peneliti Radio Citra Progo tentang bagai mana berdakwah di era moderen, *keempat*, dengan memanfaatkan media massa sebagai media dakwah. Dari beberapa pertimbangan tersebut maka peneliti menjadikan program Fajar Indah di Radio Citra Progo sebagai objek penelitian karya tulis ilmiah skripsi.

PT. Radio Swara Duta Citra Irama sebuah perusahaan jasa yang bergerak dibidang radio siaran swasta niaga, nama radio siaran adalah Radio Citra 99,4 FM Sumedang. Awal mulanya Radio ini bernama radio kompas yang menggunakan gelombang frekuensi metode transmisi sistem amplitudo modulasi (AM) pada tahun 1967 yang didirikan oleh bapak H. Dudung Antapura bertempat tinggal di jalan Entje Aziz Bandung.

pada tahun 2015 tepatnya pada tanggal 01 Oktober Radio Citra 99,4 FM melakukan perubahan manajemen diantaranya pergantian direktur utama dari H. Dadang Antapura kepada M. Agung Anugrah, SE.Ak. bersamaan dengan perpindahan lokasi dari Jl. Mayor Abdurahman No. 251 Sumedang ke Jl. Anggrek No. 83 Sumedang dan dengan nama yang baru yaitu Radio Citra Progo 99,4 FM (Dokumentasi, 01 juli 2019).

Pesan dakwah yang diangkat biasanya seputar topik keagamaan yang terjadi di lingkungan masyarakat sehari-hari serta melibatkan pendengaran dengan menghubungi melalui telepon itu pun untuk yang ingin bertanya maupun memberikan masukan saran mengenai topik pembahasan yang sedang disiarkan (Dokumentasi, 01 juli 2019).

Penelitian ini merupakan studi komunikasi karena melibatkan salah satu media komunikasi massa yaitu radio. Dan berdasarkan elemen proses komunikasi, penelitian ini berupaya untuk meneliti mengenai proses produksi pesan yang melibatkan strategi kreatif dengan banyaknya program yang disajikan oleh stasiun Radio Citra Progo, juga salah satunya untuk menarik pendengaran supaya para *mad'u* (pendengar) mampu menerima informasi, edukasi dan hiburan dari stasiun radio dengan kemasan yang membuat daya tarik semua kalangan.

Mengenai fungsi radio mengenai tukar menukar informasi, data dan fakta

fungsinya dalam setiap sistem sosial. Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial. Masyarakat sebagai objek siaran, masyarakat yang menjadi sasaran dakwah dilihat dari beberapa segi sosiologis berupa masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan dan masyarakat marginal (Ilaihi. 2010: 36).

Program siaran produksi Fajar Indah, sebelum melangkah ketahap pelaksanaan dalam keberlangsungan suatu program, maka diperlukan tahap perencanaan yang baik dan yang bertanggung jawab atas jalannya program tersebut yang diatur oleh *Program Director*.

Melaksanakan dakwah, penggunaan sangatlah efektif dan efisien. Melalui radio, suara dapat dipancarkan ke berbagai daerah yang jaraknya tidak terbatas. Jika dakwah dilakukan selalui siaran radio maka akan mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Efektivitas dan efesensi ini juga akan terdukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran (Amin, 2009: 119).

Hakikatnya dakwh Islam merupakan aktualisasi Imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia, pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural, dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia, dengan menggunakan cara tertentu (Hafidhuddin, 1998: 67).

Materi pesan dakwah pada rogram Fajar Indah di Radio Citra Progo disampaikan oleh narasumber yang berkompeten di bidangnya seperti KH. Aep Sobandi dan KH. Ate Sulaikan karena beliau merupakan tokoh masyarakat yang berupaya ceramahnya dapat diserap oleh para *mad'u* (pendengar) radio, beliau juga mempunyai massa tersendiri. Ceramah-ceramah beliau pun tidak ingin menginggung politik atau golongan masyarakat tertentu (Observasi, 01 juli 2019).

Program Fajar Indah mengudara setiap pukul 05.00 s. d 06.00 WIB memiliki format acara dakwah monolog. namu ketika waktu siaran masih pajang maka selalu diada segmen tanya jawab bagi *mad'u* yang kurang paham atau ada pertanyaan seputar materi yang sedang dibahas. Materi disampaikan selama 1 jam tanpa diselinyi iklan, insert atau sebagainya.

Program Fajar Indah merupakan program harian yang mengudara setiap hari Senin s/d Minggu. Mulai pukul 05.00 WIB – 06.00 WIB. Namun dalam pelaksanaannya program Fajar Indah selalu mengudara sekirat 30 menit dikarnakan melihat kesibukan *da'i* (pengisi acara) yang sekaligus salah satu dosen di universitas yang ada di Sumedang.

Program Fajar Indah adalah program unggulan yang disiarkan Radio Citra Progo 99,4 FM Sumedang dengan ini peneliti mendeskripsikan program tersebut.

Tabel 3.24 Format Program Fajar Indah

NO	ITEM	ARAHAN
1	Arti judul	Fajar Indah
2		Acara dakwah Islam dengan metode ceramah atau obrolan tentang keislaman dan bersilaturahmi antara <i>mad'u</i> (pendengar), program ini disiarkan selama 1 jam dengan pembicara tetap yaitu Drs. Aep Sobandi dan Ustad Ate. Untuk pembicara biasanya membahas seputar topik keagamaan yang terjadi sehari-hari serta melibatkan <i>mad'u</i> (pendengar) melalui telepon baik yang bertanya maupun semberikan saran mengenai topik yang sedang dibahas.
3	Jenis acara	Dakwah keislaman
4	Karakter acara	Santai
5	Karakter penyiar	Dewasa, mengayomi, santun, berwawasan, pengetahuan keagamaan luas dan komunikatif
6	Sifat penyiaran	Siaran langsung
7	Jam siaran	Pagi pukul 05.00 s.d 06.00 WIB
8	Jumlah penyiar	1 orang
9	Objek bicara	Kupasan tentang akhlak dan aqidah yang berkenaan dengan keseharian <i>mad'u</i> (pendengar). Salam silaturahmi antar <i>mad'u</i> (pendengar). Tanya jawab dan masukan saran antara pembicara dengan <i>mad'u</i> (pendengar)
10	Tempo bicara	Santai
11	Sumber materi	Al Quran, hadist, internet, majalah dan koran.
12	Naskah/skrip	Skrip materi utama disiapkan oleh staf yang bertugas sedangkan materi pendamping oleh <i>scrip writer</i> .
13	Karakter materi	Referensi keagamaan dan sosial masyarakat
14	Arsip	Naskah pointers dan rekaman
15	Cabang produk	-
16	Lagu	Jenis : Religi Nuansa : dewasa dan Islami <i>Beat : middle to slow</i>

17	Jumlah lagu	2 lagu
18	Penempatan lagu	Diawal dan diakhir program
19	<i>Station identity</i>	<i>Jingle</i>
20	Menerima telepon	Ya
21	Jumlah iklan	9 (1 <i>interval</i> )
22	Penempatan iklan	Disesuaikan oleh <i>traffic</i>
23	Sasaran <i>mad'u</i> (pendengar)	Dewasa
24	Respon <i>mad'u</i> (pendengar)	Telepon, Fax, email, SMS, Website, facebook
25	<i>Off air</i>	.....(terjadwal)
26	Tindakan kritis	Bila penyiar tidak hadir dipastikan memutar rekaman terjadwal  Bila suatu kondisi <i>force majeure</i> mengakibatkan acara ini harus mulai di tengah renggang waktu sesuaikan  Bila suatu kondisi iklan tidak dapat diputar konsultasikan perubahannya segera dengan <i>marketing manager</i>
27	Batas wewenang	Materi siaran ( <i>referensi</i> ) dalam bentuk pointers ditentukan oleh PD dan <i>explore</i> oleh penyiar
28	<i>Controlling</i>	Pengarahan rutin harian dan pengarahan kasuistis <i>quality control</i>
29	Evaluasi acara	Rapat <i>manager</i> dan Rapat program mingguan

Acara dakwah Islam dengan menggunakan metode ceramah dan pembahasan pesan dakwah tentang seputar keIslaman hingga bersilaturahmi dengan *mad'u* (pendengar), program ini disiarkan selama 1 jam dengan pembicara tetap yaitu Aep Sobandi dan Ate Sulaiman maupun dengan pembicara yang lain. Untuk pesan dakwah yang diangkat biasanya seputar topik keagamaan yang terjadi di lingkungan masyarakat sehari-hari serta melibatkan pendengan dengan menghubungi melalui telepon itu pun untuk yang ingin bertanya maupun memberikan masukan saran mengenai topik pembahasan yang sedang disiarkan (Dokumentasi, 01 juli 2019).

### **Klifikasi Da'i dalam Program Fajar Indah**

Klasifikasi *da'i* yang dilakukan Radio Cintra Progo dalam melaksanakan siaran dakwah diprogram Fajar Indah, dengan melandasi dan melatar belakang kemampuan dalam menguasai ajaran Islam dan tantangan zaman. Dengan

bermacam-macam latar belakang *mad'u* (pendengar), itu menuntut *da'i* untuk berperan sebagai orang yang bisa mengetahui keadaan *mad'u* (pendengar) dalam pemahaman pesan dakwah dengan menerapkan komunikasi persuasif melalui aspek-aspek pendekatan pengajian rutin, karena salah satu cara agar mencapai sasaran *mad'u* (pendengar).

Pembahasan klasifikasi *da'i* ini sangat membantu dalam kegiatan siaran dakwah. Dan harus dipersiapkan oleh *da'i* yang ingin berdakwah di media Radio Citra Progo, karena dengan menerapkan sistem klasifikasi *da'i* pelaksanaan aktifitas siaran dakwah akan lebih terarah dan akan banyak membantu tercapainya tujuan siaran yang bernuasa keagamaan. Ada kriteria *da'i* dalam perencanaan kegiatan siaran keagamaan yang didesain supaya tercapainya tujuan program Fajar Indah.

*Da'i* adalah orang yang melakukan dakwah, ia disebut juga pendakwah. Dalam ilmu komunikasi pendakwah adalah komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan komunikasi (*massage*) kepada orang lain. karena dakwah dapat melalui tulisan, lisan dan perbuatan. *da'i* dapat bersifat individu ketika dakwah dilakukan secara perorangan dan dapat juga kelompok atau lembaga (Aziz, 2009: 216).

Seorang *da'i* (penyiar) sudah seharusnya beriman kepada Allah, seorang ahli ibadah, pandai bersyukur dan memiliki hati yang tulus, tidak mementingkan kepribadiannya tetapi semua itu untuk kepentingan umat. Karna *da'i* biasa dipandang sebagai tokoh masyarakat maka *da'i* minimal memiliki sifat-sifat di atas (Rohman, 2017: 33).

Sikap yang harus dimiliki seorang *da'i* minimalnya adalah berakhlak mulia, menjadi teladan bagi umat, disiplin serta bijaksana dalam memutuskan suatu permasalahan, sehingga dalam mengambil keputusan hukum agama tidak menimbulkan kontropersi dikalangan masyarakat. Seperti yang telah disampaikan (Rachmiate, 2007:85).

Hal terpenting Radio Citra Progo dalam menyiarkan program Fajar Indah agar tujuan siaran dapat tercapai. Dengan adanya klasifikasi *da'i* untuk menunjang kegiatan yang harus dilakukan pada tahap perencanaan dalam program Fajar Indah, klasifikasi *da'i* meliputi Secara umum adalah harus menguasai ajaran agama Islam serta secara khusus harus siap ditempatkan diwaktu siaran yang tidak ditentukan.

Dengan penelitian yang dilakukan penulis di Radio Citra Progo. Penulis menemukan beberapahal yang amat penting untuk ditiru oleh media radio lainnya. Ternyata dengan penelusuran penulis di media tersebut terdapat pengajian mingguan yang intense diadakan oleh *crew* Radio Citra Progo. Dalam melaksanakan kegiatan pengajian rutin, *da'i* diupayakan memiliki ketekunan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* (pendengar). karena dengan

melihat kondisi *mad'u*. *da'i* bisa berhati-hati supaya pesan dakwah yang disampaikan tidak kontropersi dikalangan masyarakat maka dari itu *da'i* selalu merancang dan mempersiapkan sedemikian rupa materi dakwah sebelum melakukan pengajian tersebut.

### **Pesan Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat**

Seperti yang telah disampaikan Djalaludin. (2011:105) di BAB II. Sebagai makhluk sosial manusia pasti tidak akan lepas dari yang namanya berinteraksi atau berkomunikasi, dalam hal ini merupakan sesuatu yang lazim dilakukan oleh seluruh makhluk hidup seperti halnya kegiatan yang dilakukan oleh *da'i* dan *mad'u* (pendengar) dalam memberikan pemahaman pesan dakwah di media Radio Citra Progo yang merupakan bentuk dari komunikasi dimana *da'i* (penyiar) menyampaikan pesan dakwahnya.

Maka *da'i* harus dapat memilah dan memilih media yang cocok untuk menyampaikan materi dakwah supaya tujuan dari dakwah itu sendiri tersampaikan kepada *mad'u*, tentunya dengan pemilih yang tepat dengan menggunakan prinsip-prinsip pemilihan media (Amin, 2009: 76).

Radio Citra Progo memiliki format siaran dakwah monolog. Dakwah monolog merupakan penyampaian materi dakwah dengan menggunakan metode ceramah atau bisa dikatakan komunikasi satu arah yang hanya menampilkan seorang *da'i* (penyiar). *Mad'u* (pendengar) hanya mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan, dalam siaran program Fajar Indah tidak di selingi iklan, lagu maupun insert dan lainnya.

Asep Syaifu Romli (2009: 74). berpendapat bahwa format radio disebut *Programming Format* merupakan acuan program siaran sebuah stasiun radio. Format radio yang menjadi acuan gaya siaran dan membentuk “kepribadian udara” (*on air personality*) para penyiarinya. Program siaran radio tersebut dari program reguler atau harian (*daily program*) dan program khusus mingguan (*special program/ weekly program*).

Denagn terjadinya persaingan program siaran, tentu saja harus mendapatkan perhatian secara khusus bagi merek yang menggeluti media massa radio. Dalam artian supaya terus meningkatkan program siarannya. Itupun kalau tidak ingin di tinggal *mad'u* (pendengar)nya. Dari hasil penelitian di pogram ini. Seharusnya Radio Citra Progo tidak hanya memiliki satu format siaran saja yang bernuansa keagamaan, melainkan berbagai macam format agar siaran tidak monoton.

Isi materi yang disampaikan di program Fajar Indah memiliki tema utama yaitu tentang aqidah (keimanan), akhlak dan ibadah. Pada dasarnya penyampaian materi pesan dakwah bermacam-macam di Radio Citra Progo, yang pada umumnya disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi masyarakat seperti ketika bulan *Ramadhan* maka topik yang di bahas adalah seputar tentang bulan suci

*Ramadhan*, begitu pula dengan hari besar Islam lainnya, baik bulan *rajab*, bulan *syawal*, maupun tentang peristiwa *isra miraj*.

## **PENUTUP**

Pada program siaran Fajar Indah ini metode yang digunakan adalah metode ceramah dengan cara siaran langsung (*on air*). Adapun pemutaran kaset rekaman ceramah *da'i* terkenal atau *da'i* lokal, dilakukan apabila *da'i* (penyiar) berhalangan hadir, dipastikan memutar rekaman terjadwal untuk siaran (*off air*). Dalam program siaran Fajar Indah disajikan *stimulus-respon* antara narasumber dengan *mad'u* (pendengar), bisa berhubungan langsung satu sama lain. *Mad'u* bisa menanyakan langsung materi yang belum jelas kepada narasumber dengan menggunakan media telepon. Halitu digunakan sebagai selingan ketika masih ada waktu yang tersisa dalam siaran langsung (*on air*).

Pesan dakwah yang disiarkan dalam program Fajar Indah memiliki tiga materi pokok diantaranya materi aqidah untuk meningkatkan keimanan kepada Allah, mengimani rukun iman dan rukun Islam. Materi tentang akhlak yang diperintahkan Allah dan yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dan materi Ibadah yaitu menyampaikan tata cara beribadah kepada Allah yang meliputi hukum pernikahan, hukum bertetangga, sholat, zakat, ibadah haji, puasa dan menyampaikan materi tentang hari-hari besar umat Islam. Serta isi pesan dakwah yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi *mad'u* hingga dioptimalkan memenuhi kebutuhan masyarakat dari segi pemahaman keagamaan dan kehidupan sosial.

Jika menganalisis hasil penelitian Radio Citra Progo hendaknya memperbanyak program siaran dakwah supaya tidak terpakai pada program yang sudah ada. Dengan menambahkan Salah satunya seperti subuh mengaji, curhat bareng ustadz, wara wiri mengaji dan lain sebagainya. Hendaknya diupayakan dari pihak Radio Citra Progo mendatangkan *da'i* (penyiar) baru yang lebih muda supaya memberikan materi siaran dan metode dakwah yang kekinian dengan sosusi yang sesuai dengan tantangan zaman saat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amin, S. M. (2006). *Metode Dakwah Cetakan II*. Jakarta: kencana
- Amin, S. M. (2009). *Metode Dakwah Cetakan III*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Anas. (2012). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andriani, R. (2015). *Pemahaman Wartawan Radio Rese 102,3 FM Bandung Terhadap Kode Etik Jurnalistik Tentang Pencairan dan Pengelolaan Berita*. Bandung: Universitar Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Aziz, A. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group

F Akbar, RS. Syamsuddin, D. Anugrah

Djamaludin, A. (2011). Psikologi Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Effendy, O. U. (1990). *Radio siaran teori dan praktek*. Bandung: Mandar Maju

Hafidhuddin H. (1998). *Dakwah Actual*. Jakarta: Gema Insani Press.

Hasan. (2009). *Filsafat Dakwah*. Surabaya: Dakwah Digital Press.

Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kusnawan, A. (2004). *Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press

Kusnawan, A. (2016). *Teknik Menulis Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Patimah, S. N. (2016). *Pesan Dakwah dalam Website www.umatmuhammad.com*. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

R, Atie. (2007). *Radio komunitas*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Rohman, D. A. (2017). *Perkembangan Dakwah Jamiyah Dalam Menwujudkan Islam Kaffah*. Sumedang: Anugrah

S, Iis. 2006. *Peran Radio Shipa 94.7 FM Sebagai Radio Siaran dalam*

*Melaksanakan Dakwah Islamiyah*. Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati Bandung

Saepuloh, S. (2009). *Model Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh*. dalam *Jurnal Ilmu Dakwah*. 4(14), 657-688.

Sihabudin, D. (2019). *Komunikasi Dakwah Pada Masyarakat Adat Dukuh Garut dalam jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 19(9): 69.

S, Fauzi. (2016). *Model Radio Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat*. dalam *jurnal tabligh komunikasi dan penyiaran islam*. 1 (2): 89-110.

Samsul, A. M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.

S, Suryo. (2002). *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sudrajat, N. (2012). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja

S, Tata. (2015). *Ilmu Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.





## Analisis Wacana Kritis Terhadap Film Munafik 2

Megandini Al Fiqri<sup>1\*</sup>, Sitty Sumijati<sup>1</sup>, Asep Shodiqin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : megandinialfiqri@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis teks, Kognisi Sosial, dan Konteks Sosial yang ada dalam Film Munafik 2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis Teun A Van Dijk. Sasaran penelitian ini adalah Film Munafik 2. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan menonton film, mengklasifikasikan wacana dan menganalisis data-data yang ada. Setelah dilakukan analisis terhadap Film Munafik 2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Film Munafik 2 ditinjau dari analisis teks secara umum film ini mengangkat tema kemunafikan yang disampaikan menggunakan bahasa melayu dengan majas yang beragam. Sedangkan kognisi sosial film ini berisi informasi Islam. Diantaranya informasi akidah, informasi syariat dan informasi akhlak Islam. Adapun konteks Film ini yakni adanya alur cerita yang disajikan secara *plot twist* bahkan *Plot hole* serta dialog yang disampaikan cenderung terlalu eksplisit dan kontras.

**Kata Kunci :** Analisis; Film; Munafik 2.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is determine how the analysis of texts, social cognition, and social context in Film Munafik 2 . This study used a qualitative approach with the method of Critical Discourse Analysis of Teun A Van Dijk. The target of this research is Film Munafik 2. The data collection technique is done by watching the movie, classifying discourses and analyzing existing data. After analyzing film Munafik 2. The results of this study indicate that film Munafik 2 in terms of text analysis this film generally raises the theme of hypocrisy delivered using Malay language with a variety of majas. While the social cognition of this film contains Islamic information. Among them is aqidah, law, and Islamic morals information. The context of this film is the existence of a plot that is presented in a plot twist and even plot holes and the dialogue that is delivered tends too explicit and contrasting.*

**Keywords :** Analysis; Film; Munafik 2.

## PENDAHULUAN

Dakwah masa kini dilakukan secara dinamis menggunakan berbagai media dan metode yang beragam. Dakwah sebagai cara yang mudah untuk mengubah suatu keadaan masyarakat menjadi lebih baik. Dalam pengertian Syari'ah, meskipun zaman dan perkembangan teknologi berkembang sangat pesat, dakwah harus selalu ada. (Muhaemin, 2017: 341-342)

Saat ini dakwah tidak disampaikan diatas mimbar saja. Kecanggihan teknologi dan perkembangan masyarakat yang homogen dan heterogen membuat segala hal yang bisa dijadikan alat atau sarana dakwah maka itu disebut media. Berdasarkan jenisnya, ada tiga media yang digunakan sebagai perantara dakwah. Yakni media audio, visual, dan audiovisual. Diantara semuanya media audio visual merupakan media yang paling menarik. Selain bisa melihat tayangannya penonton pun bisa mendengar apa dibicarakan pada media tersebut. Dari beberapa produk Audio Visual yang paling efektif adalah Film. (Nursyamsi. Y.F., 2018: 92)

Film sebagai media dakwah memiliki nilai plus diantara media-media lainnya. Film sebagai media dakwah yang efektif, karena nasihat-nasihatnya diberikan kepada penonton secara halus dan menyentuh lubuk hati tanpa merasa didakwahi. Hal ini sesuai dengan ajaran Allah SWT bahwa untuk menyampaikan dakwah, lebih baik dilakukan menggunakan *'Perkataan yang halus'*, yaitu pesan yang disampaikan dengan benar, menyentuh, dan membekas dalam hati (Kusnawan 2004: 95)

Film menjadi salah satu alat transmisi informasi media massa melalui komunikasi massa. Ditinjau dari segi fungsinya, film memiliki kesatuan fungsi dengan media massa

Sebagai bentuk komunikasi massa, film dikelola menjadi suatu komoditi. didalamnya memang kompleks, dari produser, pemain, hingga seperangkat kesenian lain yang sangat mendukung seperti musik, seni rupa, teater, dan seni suara. Semua unsur tersebut terkumpul menjadi komunikator dan bertindak sebagai agen transformasi budaya. (Baskin, 2003: 7)

.Menurut Alexis S Tan Film sebagai komunikasi massa memiliki fungsi pertama, Informasi (To inform), yakni menginformasikan kepada khalayak perihal peristiwa baik yang bersifat lokal, regional, nasional, maupun internasional. Kedua, Mengedukasi (To educate), yakni mendidik atau memberikan pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Ketiga, Mengajak (To persue), yakni mempersuasi khalayak dalam pengambilan keputusan, pengadopsian nilai, perilaku, dan aturan yang sesuai dan diterima masyarakat. Dan terakhir, menghibur (To entertain), yakni menghibur khalayak khususnya penonton, memberikan kesenangan dan kepuasan kepada khalayak. (Nurdin, 2009: 65)

Film memberikan pengaruh yang kuat pada penontonnya. Pada saat menonton film, manusia mengalami keadaan yang disebut dalam Psikologi sebagai gejala psikologis. (Kusnawan 2004: 93)

Secara umum orang yang sedang menonton film kerap menyamakan kondisinya dengan salah seorang pemeran yang ada dalam film tersebut. Penonton dapat merasakan apa yang dialami oleh salah satu tokoh film tersebut, bahkan, mereka juga merasa seakan-akan mengalami sendiri adegan-adegan dalam film. (Enjang, 2004: 93)

Film juga mempunyai banyak elemen-elemen yang tersusun menjadi susunan yang menarik. elemen-elemen yang berhubungan dengan alat kelamin, perbuatan yang melanggar hukum, percintaan, kekerasan, rasialisme dan sejarah adalah elemen-elemen cerita yang bisa menyentuh hati penonton, yang bisa membuat penonton takjub, yang bisa membuat penonton tertawa terbahak-bahak, menangis terisak-isak, bisa membuat penonton dongkol, marah, terharu, iba, bangga, gembira, tegang dan lain-lain. Maka diambillah riwayat-riwayat dari buku-buku, kisah-kisah dari sejarah, cerita nyata kehidupan sehari-hari, atau fiksi untuk kemudian diproduksi menjadi sebuah film. (Effendy, 2003: 212)

Oleh karena itu, film adalah sarana komunikasi yang ampuh, bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk informasi dan edukasi. (Effendi: 2003).

Produksi film di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, dan disukai oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, sampai orang tua. Film yang berada di pasaran tersebut memiliki beragam konten yang memiliki nilai positif maupun negatif. Produk Film positif terutama film yang berisi konten Islami dan memiliki nilai dakwah diminati para pecinta film Islami. (Soleh, 2019: 17)

Film bermuatan ajaran Islam tidak harus selalu *bergenre* religi saja. film yang mengangkat nilai-nilai universal dan humanistik pun bisa dimanifestasikan dalam proses pembuatan film dakwah. Untuk menyampaikan misi Islam, bisa saja dikemas dalam jenis Film genre apapun; asalkan tujuannya jelas, pesan-pesan dakwahpun dapat tersampaikan dengan baik.

Film Munafik 2 merupakan salah satu contoh media dakwah yang dikemas dengan menarik dalam genre horror religi. Film garapan Syamsul Yusof ini berhasil mengambil perhatian masyarakat sehingga menjadi film terlaris sepanjang masa di Malaysia. Film ini juga mendapatkan respon positif di Indonesia. Film ini terinspirasi dari kisah para Nabi dalam memperjuangkan agama Islam. Kemunculannya ditengah banyaknya Film-film lainnya yang diproduksi menarik untuk dianalisis karena film ini mengusung tema dakwah Islam. Selain itu alur dan dialog dalam film ini mampu membuat penonton menangis lantaran adegan-adegan yang ada dalam film ini ciamik dan menyentuh.

Hal menarik lainnya dalam film ini yaitu karena menggunakan nama ‘*munafik*’ sebagai judul yang notabeneanya digunakan masyarakat Islam. Film ini juga sarat akan muatan pesan dakwah. Tak sedikit masyarakat yang mengatakan bahwa film ini memotivasi penonton untuk lebih mendekatkan diri pada Tuhan. Film ini tidak hanya layak menjadi tontonan, akan tetapi dalam film ini pun mengandung tuntunan yang dapat dimanifestasikan dalam bentuk perbuatan.

Dalam penelitian analisis wacana kritis (AWK) Teun A Van Dijk; Penelitian ini difokuskan pada 3 elemen; yaitu: analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang ada dalam film *Munafik 2*. Sedangkan teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi dan studi dekumentasi. Adapun jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif, penulis menonton film *Munafik 2* di bioskop dan mengunduh video film *Munafik 2* di youtube yang menampilkan adegan-adegan pemain film *Munafik 2* sebagai bahan analisis.

## LANDASAN TEORITIS

Analisis wacana kritis Film *Munafik 2* memiliki dua landasan penting yakni landasan teoritis dan konseptual. Pada penelitian ini ada beberapa teori dan konsep yang dijadikan kajian penelitian diantaranya teori fungsi film, jenis-jenis film, unsur-unsur dakwah, dan media dakwah. Adapun konsep yang digunakan diantaranya konsep dakwah dan Analisis wacana kritis Teun A Van Dijk.

Secara bahasa kata dakwah memiliki arti: Memanggil; Menyeru; Menegaskan atau membela sesuatu; perkataan atau perbuatan untuk menarik manusia kepada sesuatu; dan memohon dan meminta, atau do’a. (Abdul Aziz, 1997: 26).

Secara Istilah kata Dakwah memiliki makna yang berdekatan dengan *ta’lim*, *tadzhib*, dan *tashwir*. Meskipun setiap konsep tersebut memiliki maksud serta obyek yang berbeda, namun substansinya sama yaitu menyebarkan ajaran Islam kepada manusia, baik yang berkaitan dengan *dirasah Islamiyah* ataupun sejarahnya.

*Ta’lim* dalam bahasa Indonesia memiliki arti mengajar, maksudnya memberi pelajaran kepada orang lain, aktivitas ini bersifat promotif yaitu menambah pengetahuannya, sedangkan sasarannya adalah orang yang masih kurang pengetahuannya. *Tadzhib* dalam bahasa Indonesia memiliki arti mengingatkan maksudnya memberi nasihat supaya selalu mengingat kewajibannya sebagai orang Islam. Karena aktivitas ini bertujuan untuk membetulkan yang salah, atau membetulkan tingkah laku yang tidak baik disebabkan pengaruh lingkungan keluarga, sosial budaya yang kurang baik. sedangkan *Tashwir* dalam bahasa Indonesia memiliki arti menggambarkan sesuatu pada alam pikiran seseorang, tujuannya meningkatkan pemahaman akan sesuatu melalui penggambaran atau penjelasan. aktivitas ini bersifat persuasif, yaitu menanamkan ajaran agama kepada manusia, sehingga mereka terpengaruh dan mengikutinya. (Wahidin Saputra, 2012: 4)

Elemen-elemen yang harus ada dalam kegiatan dakwah yakni, *Da'i*, *mad'u*, *maudu'*, *wasilah*, dan pesan dakwah. Pembahasan lanjutannya difokuskan pada *Wasilah* (Media dakwah).

Media dakwah merupakan elemen penting bagi proses kelangsungan dakwah. Media dakwah adalah alat perantara penyampai pesan atau saluran pesan yang menghubungkan *da'i* dan *mad'u*. Media dakwah berdasarkan jenisnya terdiri dari tiga jenis; pertama, media tradisional, misalnya: gema, bedug, rebana dan lain lain; kedua, media modern, yakni: mencakup media audio, visual atau audiovisual seperti radio, buku, dan film. serta ketiga, perpaduan media tradisional dan modern. Misalnya, ceramah yang ditayangkan di televisi. (Enjang AS & Aliyudin, 2009: 95)

Pada dasarnya film adalah bentuk media informasi kepada penonton. Film memiliki kebebasan dalam menyampaikan informasi atau pesan-pesan dari sebuah tayangan kepada penontonnya. Kebebasan dalam hal ini adalah film bisa menyampaikan pesan dengan lugas dan jujur. Pada bagian lainnya film juga sering disertai dengan kecenderungan tertentu, misalnya ingin menjelaskan suatu tema pokok. Dengan tujuan ingin menyampaikan informasi, umumnya film digolongkan menjadi dua elemen penting yaitu film fiksi dan non fiksi. Gambaran cerita film menyajikan kepada penonton sebuah cerita dan mengandung elemen elemen yang menyentuh rasa manusia. Film yang bersifat audiovisual, yang dapat disajikan kepada penonton dalam bentuk gambar yang dapat dilihat dengan suara, yang dapat didengar dan merupakan suatu sajian yang sudah matang dan siap disantap. (Marsefio Luhukay, 2008:124-134)

Model penelitian teori analisis Wacana Kritis Teun A Van Dijk merupakan jenis analisis yang paling banyak digunakan dalam penelitian. Model ini sering disebut sebagai “kognisi sosial”, dalam hal ini penelitian tidak hanya terfokus pada teks akan tetapi pengamatan juga difokuskan pada bagaimana suatu teks dibuat. Proses pembuatan film dan pendekatan ini melibatkan suatu proses yang disebut kognisi sosial. (Darma, 2014: 124)

Analisis Van Dijk dijelaskan memiliki tiga elemen, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Van Dijk menggabungkan ketiga bagian wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis. Pada analisis teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur tulisan dan strategi wacana dipakai untuk menegaskan suatu cerita tertentu. Kognisi sosial menjelaskan proses induksi pesan berita yang melibatkan kognisi individu dari seseorang. Sedangkan aspek ketiga yaitu konteks sosial yakni menjelaskan bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah (Darma, 2014: 126).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Film *Munafik 2* (2018) adalah film horor Malaysia dan merupakan sekuel kedua dari Film *Munafik* yang disutradarai oleh Syamsul Yusof. Film ini ditayangkan pada tahun 2016. Durasi film ini 121 menit. Diperankan oleh Aktor Malaysia seperti Syamsul Yusof, Maya Karin, Fizz Fairuz, Nasir Bilal Khan, Mawi, Fauzi Nawawi, Roslan Salleh, Ku Faridah, Nur Zara Sofia, dan Aktris Indonesia Weni Panca.

Film ini ditayangkan pada 30 Agustus 2018 di Malaysia dan 26 September 2018 di Indonesia. Film ini diproduksi oleh Skop production dengan estimasi biaya RM. 2.8 Milyar.

Cerita ini dibuat terinspirasi dari kisah para nabi. Film ini menjelaskan bagaimana rintangan yang dihadapi para nabi dan sahabatnya dalam menyampaikan ajaran Islam, memperjuangkan dan menyebarkan agama Islam. Ide utama dalam menulis cerita film ini juga dari Al Quran dan al Hadits. Bahkan salah satu nama pemainnya diadaptasi dari nama paman Nabi Abu Jahal disebut Abu Jar.

Singkatnya cerita film ini sequel kedua setelah Film *Munafik* pertama. Cerita dimulai dua tahun setelah peristiwa kematian istri dan putranya di film *Munafik*, Ustadz Adam (Syamsul Yusof) kini melanjutkan hidup dengan tenang sambil mencoba berdamai dengan masa lalunya. Ustadz Adam melanjutkan kariernya sebagai seorang *Da'i* dan menjalankan keinginannya untuk menolong orang-orang yang terkena gangguan syaitan di mana-mana. Ujian pada episode sebelumnya memberikan pengajaran kepadanya untuk selalu rendah hati kepada Allah SWT. Akan tetapi karena ia merasa bersalah atas kematian Maria, ia sering bermimpi buruk bahkan diteror langsung oleh hantu Maria. Ia dihantui oleh ingatan cerita masa lalu tentang kematian Maria. Adam juga kerap didatangi oleh seorang wanita misterius yang banyak bertanya tentang *Tauhid*, *Qada* dan *Qadar* sang Pencipta. Pada waktu yang sama di desa yang berbeda ada seorang perempuan bernama Sakinah (Maya Karin) dan putrinya, Aina yang mencoba menolak ajaran sesat Abu Jar

Sakinah terpaksa harus menjaga ayahnya yang memiliki penyakit aneh dan tidak diketahui di hutan belantara jauh dari pedesaan. Kehidupan Sakinah yang buruk menjadikan hidupnya dan anaknya penuh tekanan. Dia beberapa kali diganggu oleh Jin kiriman Abu Jar. Sakinah yakin apa yang dia alami berasal dari kiriman Abu Jar, seorang dukun yang berpura pura menjadi pemuka agama, pelopor aliran sesat di desa yang sama. Abu Jar mempunyai banyak pengikut dan orang-orang di desanya pun takut kepadanya. Sakinah atau siapa pun yang masih berpegang teguh pada ajaran Islam yang benar dan tidak mengikuti perintahnya adalah lawan Abu Jar.

Abu Jar memohon bantuan syaitan dan jin untuk membinasakan semua orang yang tidak mengikuti ajarannya. Hal tersebut membuat Sakinah berusaha menemui Ustadz Adam yang berasal dari desa Seberang untuk membantu ayahnya yang sakit dan membenarkan akidah orang-orang yang ada di desanya. Kedatangan Ustadz Adam ke desa tersebut telah diketahui oleh Abu Jar dan membuat kemarahan Abu Jar semakin meningkat. Adam bukan hanya geram dengan apa yang terjadi pada Ayah Sakinah tetapi juga dengan ritual keagamaan buatan Abu Jar yang menyimpang. Ia membengkokkan akidah kaum Muslim di desa tersebut. Saat itu Abu Jar dengan tipu muslihatnya memfitnah Ustadz Adam agar dapat dibunuh olehnya. Tidak hanya itu, untuk melaksanakan niat baiknya keselamatan keluarga Ustadz Adam pun terancam.

Pada model Analisis wacana kritis Teun A Van Dijk penelitian Film Munafik 2 ini difokuskan pada tiga analisis; yakni teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hal tersebut selaras dengan tujuan dan fokus penelitian ini. Adapun pembahasannya adalah sebagai berikut:

### **Analisis Teks**

Pada Analisis Teks penelitian difokuskan pada susunan teks dan wacana yang digunakan untuk menjelaskan suatu tema tertentu. sedangkan pembahasan analisis teks menggunakan tiga tahapan, yakni: Struktur makro, Suprastruktur, dan Struktur mikro.

Pada struktur Makro, ide pokok yang diangkat dalam film ini sesuai dengan judulnya 'Munafik 2' dasar cerita film berdasarkan lika liku perjalanan dakwah seorang da'i menghadapi orang-orang munafik (berpura-pura mengikuti ajaran Islam tapi sebenarnya memungkirinya) dan berbagai macam cobaan yang datang silih berganti. Secara umum Film ini mengandung informasi Islam dan ajakan pada penonton untuk mengidentifikasi Keimanan yang terpatritri dalam diri.

Dalam Suprastruktur penelitian difokuskan pada unsur semantik atau korelasi antara struktur wacana dengan kerangka teks. Hal utama yang diamati adalah bagian dan urutan film yang dikemas dalam teks/naskah film yang utuh.

Film ini terdiri dari 47 scene. yakni sebagai berikut:

- Scene 1: Ustadz Adam mengejar hantu (Maria) yang ada dalam bangunan tua.
- Scene 2: Ayah Ustadz Adam memberi wejangan tentang dakwah.
- Scene 3: Sakinah menangisi Ayahnya yang sakit dan ia menyuapi Aina.
- Scene 4: Ustadz Adam ceramah di Masjid.
- Scene 5: Abu Jar dan pengikutnya akan membakar hidup-hidup Rahman.
- Scene 6: Rahim bertemu Azhar di tepi sungai.
- Scene 7: Sakinah bertemu Abu Jar di persimpangan jalan hutan.

Scene 8: Adam bermimpi bertemu Maria di bangunan tua untuk kedua kalinya.

Scene 9: Ustadz Adam bercerita kepada Azman tentang mimpinya.

Scene 10: Abu Jar melakukan ritual keagamaan yang sesat bersama pengikutnya.

Scene 11: Ayah Sakinah kerasukan Syaithan kemudian muncul Syaithan menyerupai Aina.

Scene 12: Sakinah minta tolong ke Azhar untuk melawan sihir Abu Jar

Scene 13: Iblis datang temui Ustadz Adam di rumahnya dan bertanya tentang berbagai hal kepadanya.

Scene 14: Azhar datang ke rumah Ustadz Adam untuk memint abnatuan melawan sihir Abu Jar.

Scene 15: Aina diculik Abu Jar.

Scene 16: Ustadz Adam izin pada ibunya untuk pergi ke kampung Sakinah.

Scene 17: Ustadz Adam pergi ke rumah Sakinah bersama Azman dan Azhar melewati sungai.

Scene 18: Ustadz Adam, Azhar, dan Azman datang ke rumah Sakinah

Scene 19: Sakinah kesurupan lalu berlari ke hutan dan menaiki pohon disusul oleh Adam, Azman, dan Azhar.

Scene 20: Abu Jar merendam tengkorak ke dalam air kemudian meminum air yang masuk ke dalam tengkorak tersebut.

Scene 21: Ustadz Adam *ta'ziah* ke Ayah Sakinah

Scene 22: Ustadz Adam didatangi Abu Jar di tepi sungai

Scene 23: Sakinah diganggu Syaithan saat dzikir

Scene 24: Ustadz Adam diganggu Iblis saat perjalanan pulang di sungai.

Scene 25: Ustadz Adam sakit dan mengigau di rumahnya.

Scene 26: Abu Jar akan membunuh Aina di depan pengikutnya.

Scene 27: Sakinah dan Aina bersembunyi di gua.

Scene 28: Ustadz Adam dirasuki Syaithan dan hilang dari rumahnya

Scene 29: Sakinah meninggalkan gua kemudian mencari Aina palsu ke Hutan

Scene 30: Adam kembali bermimpi Maria untuk ketiga kalinya

Scene 31: Adam terbangun di sungai kemudian berdialog dengan Iblis

Scene 32: Sakinah dan Aina dikejar Abu Jar dan pengikutnya.

Scene 33: Sakinah dipukuli Abu Jar dan pengikutnya di hutan.

Scene 34: Ustadz Adam kembali ke rumah dan sedih ibunya mati.

Scene 35: Sakinah diperkosa Abu Jar dan pengikutnya sedangkan Sakinah disekap di penjara.

Scene 36: Ustadz Adam mendakwahi orang-orang yang disesatkan Abu Jar.



- Scene 37: Pengikut Abu Jar melaporkan kegiatan dakwah Ustadz Adam ke Abu Jar
- Scene 38: Abu Jar mendatangi Ustadz Adam yang sedang mendakwahi Warga desa yang mengikuti ajaran sesat Abu Jar.
- Scene 39: Azhar mengantar Ustadz Adam pulang
- Scene 40: Abu Jar menyusul Ustadz Adam kemudian memukulnya hingga pingsan
- Scene 41: Rahim cemas Ustadz Adam di rumahnya.
- Scene 42: Ustadz Adam disekap dalam peti mati dan ia menemukan mayat-mayat yang disimpan di bangunan tua.
- Scene 43: Umar menyarankan Abu Jar untuk membunuh Ustadz Adam
- Scene 44: Rahim dan Azhar masuk ke bangunan tua dan menemukan Ustadz Adam kesurupan.
- Scene 45: Ustadz Adam difitnah Abu Jar, Sakinah, dan Azman.
- Scene 46: Ustadz Adam diseret Abu Jar dan pengikutnya dengan tali tambang.
- Scene 47: Ustadz Adam digantung di atas bangunan tua.

Tabel 1. Pengamatan Suprastruktur film Munafik 2

HAL YANG DIAMATI	PENGAMATAN
Adegan Pembuka	Ustadz Adam Berlari kesana kemari membawa lampu petromak mencari hantu 'Maria' di bangunan tua. Tiba-tiba lampu petromaknya berubah menjadi kepala buntung. Kemudian Ustadz Adam kaget membaca Tau'dz A'udzubillahiminassaytoonirrajiim(2x)
Alur Cerita	Ustadz Adam seorang pendakwah diminta bantuan untuk mengobati Ayah Sakinah yang sakit karena disihir. Ustadz Adam juga berupaya untuk meluruskan akidah warga kampung yang ikut aliran sesat Abu Jar. Disisi lain Abu Jar sangat membenci Ustadz Adam dan ingin mencelakakannya.
Penyelesaian Masalah	Ustadz Adam mendatangi kampung tersebut meruqyah Ayah Sakinah dan mulai berdakwah di desa tersebut. Naasnya Ustadz Adam difitnah dan dianiaya oleh Abu Jar .
Adegan Penutup	Ustadz Adam dalam keadaan berdarah dan luka di seluruh tubuhnya digantung di atas bangunan tua oleh Abu Jar. Kemudian Ustadz Adam memohon ampunan dan perlindungan pada Allah agar diselamatkan. Tak lama kemudian terjadilah gempa yang menewaskan Abu Jar dan pengikutnya.

Pada Tabel 1 dijelaskan kronologi cerita dimulai dengan adegan Ustadz Adam berlari kesana kemari membawa lampu petromak mencari hantu ‘Maria’ di bangunan tua. Tiba-tiba lampu petromaknya berubah menjadi kepala buntung. Kemudian ia kaget dan membaca Tau’dz “A’udzubillahiminassaytoonirrajiim”.

Alur Film ini bercerita tentang Ustadz Adam seorang pendakwah diminta bantuan untuk mengobati Ayah Sakinah yang sakit karena disihir. Ustadz Adam juga berupaya untuk meluruskan akidah warga kampung yang ikut aliran sesat Abu Jar. Disisi lain Abu Jar sangat membenci Ustadz Adam dan ingin mencelakakannya.

Penyelesaian Masalah dalam film ini dimulai saat Ustadz Adam mendatangi kampung tersebut meruqyah Ayah Sakinah dan mulai berdakwah di desa tersebut. Naasnya Ustadz Adam difitnah dan dianiaya oleh Abu Jar .

Adegan film ditutup dengan kemenangan Ustadz Adam. Saat itu Ustadz Adam dalam keadaan berdarah dan luka di seluruh tubuhnya digantung di atas bangunan tua oleh Abu Jar. Kemudian Ustadz Adam memohon ampunan dan perlindungan pada Allah agar diselamatkan. Tak lama kemudian terjadilah gempa yang menewaskan Abu Jar dan pengikutnya.

Pada struktur mikro penelitian difokuskan pada analisis semantik, susunan kalimat, stilistik, dan retorik. Keempat elemen yang diamati tersebut meliputi latar, maksud, pola kalimat, koherensi, kata ganti, kosakata, Grafis, dan penggunaan kata yang ada dalam film Munafik 2.

Ditinjau dari sisi semantik, ungkapan kata yang ada pada dialog film menunjukkan tiga informasi Islam yang ingin ditekankan. Yaitu; informasi akidah, informasi syariat, dan informasi akhlak Islam.

Ditinjau dari sudut Sintaksis bentuk kalimat yang dipilih dalam film Munafik 2 menggunakan unsur-unsur kalimat sempurna sesuai dengan kaidahnya. Terdiri Subject, Predikat, Object, dan keterangan (S+P+O+K). Misalnya pada Scene 46: Abu Jar berkata kepada Ustadz Adam “aku tidak ingin mendengar kamu ceramah disini”

#### Aku tidak ingin mendengar kamu ceramah disini

S                      P                      O                      K

Adapun Stilistik Film Munafik 2 pengamatan difokuskan pada pilihan kata yang digunakan dalam dialog film. Karena film ini berasal dari Malaysia maka dialog dalam Film Munafik 2 menggunakan bahasa Melayu Malaysia.

Secara retorik pengamatan difokuskan pada elemen metafora. pengamatan ditunjukkan pada gaya bahasa (majas) yang digunakan oleh pemain film Munafik 2. Ada beberapa majas yang digunakan dalam film Munafik 2 diantaranya majas perbandingan, sindiran, penegasan, dan Pertentangan.

Tabel 2. Majas yang digunakan dalam film Munafik 2

Jenis Majas	Contoh kalimat
Majas Metafora	Inilah <b>Fir'aun</b> di zaman ini!
Majas Hiperbola	Cari petunjuk di dalam jiwamu! Agama Hidup dalam <b>darah daging</b> Adam
Depersonifikasi	Allah samakan <b>Ulama</b> yang mengharapkan kemewahan dunia seperti <b>Anjing</b> .
Sarkasme	Menjadi istri atau budak pemuas hawa nafsu Syaithanmu?
Satire	Tuhan dekat dengan kamu? Kita juga dekat. Jadi apa bedanya? Bagaimana kamu bisa bilang dekat dengan Tuhan? Apa kamu bisa melihat Tuhanmu?  Oh ini rupanya Ustadz Adam! Biasa aja orangnya. Tidak memakai sorban. Tetapi malah mengaku mengikuti Sunah Rasulullah. Sepengetahuan aku yang namanya Ustadz itu akan mati matian mengikuti perintah Nabi-Nya. Ahli Sunnah wal Jamaah apa kamu ini?
Sinisme	Kebenaran apa? kamu hanya membawa kesesatan. Ilmu yang kamu dapatkan itu dari Syaithan, bukan dari Tuhan.
Repetisi	Allah samakan ulama yang mengharapkan kemewahan dunia seperti <b>Anjing</b> . Perumpamaan ulama seperti ini, sama seperti <b>Anjing</b> . Naudzubillah  Aku <b>tidak akan pernah</b> sudi ikut ajaran kamu! <b>Tidak akan pernah!</b>  Aku akan pastikan kamu akan menyesal <b>seumur hidup</b> kamu Adam! <b>SEUMUR HIDUPMU!</b>
Klimaks	Talbis Iblis, Iblis jika ingin menyesatkan manusia, ia akan melakukan Talbis. Talbis itu <i>Izharul Bathil Fiisuratil Haq</i> . Membenarkan pekerjaan yang salah. Perkara yang Bathil, dikira pekerjaan yang benar.
Retoris	Siapa kamu berani berbicara tentang dalil agama? kamu seharusnya hormati aku. Malah tiba-tiba muncul di desa ku. Sudah berapa banyak Hadist yang kamu hafal? Seribu? Dua Ribu?  Sayidina Umar sahabatnya Nabi pun sendiri pernah mengatakan jika kalian lihat aku menyeleweng, maka tegurlah aku. Itu kata sayidina Umar. Apalagi ini hanya Abu Jar yang sudah jelas ke Kufurannya. kita bukan jahiliyah.

Eksklamasio	Allahu Akbar! Aku Tidak akan mengikuti ajaranmu!
-------------	--

Pada Tabel 2 di atas dijelaskan beberapa Majas yang digunakan dalam Film Munafik 2. Misalnya pada kalimat “Inilah *Fir’aun* Zaman ini” pada kata Fir’aun menunjukkan bahwa orang yang bersangkutan sifatnya kejam, sombong, dan jahat. tentu perumpamaan yang digunakan masuk ke jenis Majas Metafora yakni berupa kiasan untuk menggambarkan sesuatu.


Komponen yang diamati dalam analisis teks meliputi unsur topik, bentuk kalimat, leksikon, grafis metafora, skema, latar, detail, dan maksud. Analisis tersebut disusun dalam struktur makro, mikro, dan suprastruktur. (Sobur, 2001: 67)

### Kognisi Sosial

Pada Kognisi Sosial pengamatan difokuskan pada analisis penulis terhadap informasi Islam yang ada dalam Film Munafik 2. Proses kognisi sosial diawali dengan pengamatan ungkapan kata pada dialog film yang menunjukkan tiga informasi Islam yang ingin ditekankan. Yaitu; informasi akidah, informasi syariat, dan informasi akhlak Islam.

Informasi Akidah Islam adalah keseluruhan makna pesan yang disampaikan oleh pemeran adegan dalam film Munafik 2 hal ihwal tentang kepercayaan dasar pada Tuhan atau keterangan pesan yang mengacu pada akidah Islam. Misalnya pada scene 4 dan 5 dalam Film Munafik 2.

Tabel 3. Scene 4 Ustadz Adam berceramah di Masjid

VISUAL	VERBAL
	<p>Ustadz Adam: Talbis Iblis, Iblis jika ingin menyesatkan manusia, ia akan melakukan Talbis.</p> <p>Talbis itu <i>Izharul Bathil Fiisuuratil Haq</i>.</p> <p>Membenarkan pekerjaan yang salah. Perkara yang Bathil, dikira pekerjaan yang benar.</p> <p>Iblis pandai dalam menyesatkan manusia.</p> <p>Akibat itulah ada golongan orang-orang berilmu dan ada orang-orang yang sholeh yang mati terjerumus dalam belitan Iblis.</p> <p>Di dalam Al-Qur’an, Allah telah menguji beberapa kaum. Tetapi kaum yang paling buruk adalah para Ulama yang tidak amanah.</p>

	<p><i>Fa'at Ba'abusyaitoon, Pakaa naaminat Goowin.</i></p> <p>Dia termasuk dikalangan orang orang yang sesat.</p> <p><i>Famasalubu kamasalil kalb</i></p> <p>Allah samakan ulama yang mengharapkan kemewahan dunia seperti Anjing.</p> <p>Perumpamaan ulama seperti ini, sama seperti anjing. Naudzubillah.</p>
--	---

Gambar Sumber: Screenshot Film Munafik 2

Tabel 4. Scene 5 Abu Jar dan pengikutnya akan membakar hidup-hidup Rahman

VISUAL	VERBAL
 <p>Qulhuwallah,huahad...</p>	<p>Rahman: (Abu Jar dan pengikutnya mendatangi Rahman yang berlumuran darah dan tangannya diikat kebelakang dengan Tali tambang) Tobatlah Abu Jar! Takutlah kamu kepada Allah!</p> <p>Sampai kapan kamu terus membunuh semua orang yang mau menegakan agama Allah.</p> <p>Abu Jar: Kamu percaya kepada Allah dan Rasul. Tapi kenapa kamu tidak mau percaya kepada aku dan ajaran ku.</p>
 <p>Aku juga berjihad di jalan Allah...</p>	<p>Aku juga berjihad di jalan Allah</p> <p>Rahman: Kamu ingkar kepada Al Qur'an! Kamu ingkar juga kepada Hadist!</p> <p>Pengikut Abu Jar: Apa yang kamu ketahui Rahman? Kamu ingin menuduh Abu Jar Munafik? Tapi kamu itu yang Munafik!</p> <p>Janganlah kamu melawan Abu Jar, Terima saja ajaran kami Rahman. Atau kamu akan berakhir seperti mayat-mayat itu!</p> <p>Kamu takut kan Rahman?</p> <p>Rahman: Aku hanya takut kepada Allah. kalian semua sudah sesat!</p> <p>Abu Jar: Tidak ada satupun yang bisa menghalangi orang lain untuk jadi pengikut aku.</p>

	<p>Orang seperti kamu harus dimusuhi, dan diperangi! kamu Kafir!</p> <p>Rahman: aku tidak akan pernah sudi ikut ajaran kamu! Tidak akan pernah!</p> <p>Allahu Akbar Lailaaha Illa Allah</p> <p>Qul huwallahu Ahad</p> <p>(Abu Jar melemparkan Obor yang berapi ke tubuh Rahman yang sudah disiram bensin)</p>
--	---

Sumber: Screenshoot Film Munafik 2

Berdasarkan hasil analisis informasi Akidah Islam tertuang dalam beberapa scene dalam film Munafik 2 yang mengandung informasi berupa ajakan untuk Selalu *Dizkerullah* (mengingat Allah) pada kondisi apapun, dimanapun dan kapanpun. Selalu memohon perlindungan pada Allah SWT dari segala marabahaya. Senantiasa berhati hati dan sebisa mungkin menjauhi Talbis. *Tauhidullah*, menjadikan Allah SWT satu-satunya Dzat yang disembah. Mengesakan Allah dalam segala aspek *Rububiyah, Ulubiyah, dan Asma wa Sifat*. Serta tidak menyekutukan-Nya dengan apapun. Takut hanya kepada Allah SWT. Berpegang teguh pada ajaran Allah. Tidak menukar Iman dengan hal apapun. Membangun kesadaran bahwa hidayah itu milik Allah dan Allah dekat dengan hambanya. Serta adanya informasi tentang kemunculan tokoh eskatologi Islam.

Sedangkan hasil analisis lainnya menunjukkan Informasi syariat dalam scene tertentu dalam film Munafik 2. Informasi Syariat Islam adalah keseluruhan makna pesan yang disampaikan oleh pemeran adegan dalam film Munafik 2 hal ihwal yang berkaitan dengan hukum agama, hubungan manusia dengan Tuhan, atau keterangan pesan yang mengacu pada aturan Islam. Misalnya pada Scene 2 dan scene 39 dalam Film Munafik 2.

Tabel 5. Scene 2: Ayah Ustadz Adam memberi wejangan tentang dakwah

VISUAL	VERBAL
	<p>Rahim: (Berbicara kepada istrinya) Syarat seseorang untuk menjadi pemimpin yang membimbing manusia ke jalan Allah adalah SABAR.</p> <p>Hendaklah dia bersabar demi meneruskan perjuangan dan tanggung jawab untuk membela Islam.</p> <p>Menyampaikan pesan dengan KEBENARAN. Dan menyampaikan pesan dengan KESABARAN.</p> <p>Tidaklah mudah untuk menjadi seorang</p>

	<p>PENDAKWAH yang benar-benar IKHLAS dan SABAR. mudah-mudahan Adam bisa Istiqomah.</p> <p>Salmah: Tetapi, aku sebagai ibunya aku cuman takut kejadian dulu terulang lagi.</p> <p>Rasa dengki dan dendam orang lain pada Adam membuat kita kehilangan menantu dan cucu kita.</p>
--	---

Sumber: Screenshoot Film Munafik 2

Tabel 6. Scene 39: Azhar mengantar Ustadz Adam pulang dicegat Abu Jar

VISUAL	VERBAL
	<p>Azhar: Selama ini aku sudah berdosa Adam. Padahal aku tahu kalau ajaran Abu Jar ini sesat. Tapi aku tak berani aku takut untuk membela agama aku sendiri. Aku bukan bermaksud mementingkan diriku sendiri Adam. Tapi?</p> <p>Ustadz Adam: Cukuplah kamu lawan ajaran Abu Jar itu dengan hati saja Azhar. Sebab aku tahu kamu tidak mampu. Tidak apa-apa Azhar. Inshaallah keikhlasan kita yang akan dinilai Allah di akhirat nanti.</p> <p>Azhar: Tetapi melawan kemunkaran hanya dengan hati Adam adalah lemahnya Iman Adam.</p> <p>Ustadz Adam: Memang melawan kemunkaran itu hukumnya wajib bagi setiap umat muslim. Tetapi juga dilihat dari kemampuan dan kekuatan engkau. Bersabarlah Azhar.</p> <p>Azhar: Dulu aku punya istri Adam. Tapi istri aku durhaka kepadaku sebab pengaruh dari ajaran Abu Jar Adam. Disebabkan ia sudah terlalu tergoda. Dia tinggalkan aku sendirian. Hidayah itu memang milik Allah dan Tidak semua orang bisa mendapatkannya. Karena itulah sampai hari ini. Aku terus berdoa Adam sehari-hari. Supaya istri aku mau kembali memeluk agama Islam.</p> <p>Ustadz Adam: Dalam memperjuangkan agama Islam ini tidak semuanya indah Azhar. Tidak semuanya indah.</p>

Gambar Sumber: Screenshoot Film Munafik 2

Analisis dari tabel pada *scene-scene* tersebut menunjukkan bahwa menyampaikan pesan kewajiban dakwah itu wajib terutama jika disampaikan dengan kebenaran dan kesabaran. Menegakkan *Amar ma'ruf dan nahyi munkar*. Qur'an dan Sunnah sebagai Pedoman hidup, Sumber hukum, dan ajaran Islam. serta informasi seputar tingkatan kemampuan dakwah dan kualitas hadits.

Adapun informasi Akhlak Islam dalam film Munafik 2 mengacu pada etika sehari hari. Yaitu makna pesan yang disampaikan oleh pemeran adegan dalam film Munafik 2 hal ihwal yang berkaitan dengan budi pekerti, etika, moral baik-buruk ditinjau dari sisi Islam atau keterangan pesan yang mengacu pada akhlak Islam. Misalnya pada scene 16 Film Munafik 2.

Tabel 7. Scene 16: Adam izin pada ibunya untuk pergi ke kampung Sakinah

Visual	Verbal
	<p>Salmah: Duduklah Adam. Sebelum Adam datang tadi, Ibu sempat memasak makanan kesukaan Adam.</p> <p>Ustadz Adam: Adam minta maaf Ibu. Adam tidak sengaja menyakiti hati Ibu tadi. Selama ini Adam berjihad untuk lawan nafsu Adam sendiri. Nafsu untuk berhenti menolong orang, berhenti untu ruqyah orang. Nafsu untuk berhenti berdakwah pun Adam sudah berusaha untuk istiqomah.</p> <p>Salmah: Ibu Tahu, Adam berusaha untuk mencari hidayah Allah. Samalah seperti Ibu Adam. Untuk mencari hidayah, kadang-kadang ibu keliru juga. Terutama di zaman Fitnah ini nak. Ibu cuman khawatir dengan keselamatan Adam. Ibu tidak kuat kehilangan kamu nak.</p> <p>Ustadz Adam: Demi Tuhan ibu! Sesungguhnya kelebihan yang Allah berikan kepada Adam ini akan dipertanggungjawabkan di akhirat nanti. karena itu Adam tidak mau sia-siakan. Adam hanya minta satu hal saja. Setiap langkah kakinya Adam Ibu doakan terus. Tolonglah Ibu? Izinkan Adam pergi!</p> <p>Azman: Bagaimana Adam? Kalau jadi pergi, kita akan berangkat sekarang sebelum ibumu berubah pikiran lagi.</p> <p>Salmah: Adam, karena Allah-lah ibu izinkan Adam pergi nak. Pokoknya apapun yang</p>



	<p>terjadi. Ibu harapkan kamu harus kembali malam ini juga.</p> <p>Ustadz Adam: Inshaallah Ibu.</p>
--	---

Gambar Sumber: Screenshoot Film Munafik 2

Berdasarkan hasil analisis pada scene 16 mengandung informasi agar Ikhlas dalam beribadah (salah satunya berdakwah). Berbakti dan menghormati Orang tua terutama Ibu. Dan sabar menghadapi cobaan dari Allah SWT. Dan apa yang tertuang dalam scene tersebut merupakan contoh informasi Akhlak Islam.

Asas kognisi sosial sama dengan asas belajar observasional. Dimulai dengan meneliti tingkah laku seseorang yang dihasilkan dari proses *conditioning* (Pembiasaan merespon) dan proses *imitation* (Peniruan) dari figur sebagai contoh bersosialisasi dan moral (Sudjatnika, 2016: 159)

### Konteks Sosial

Konteks sosial pada analisis wacana kritis Teun A Van Dijk memiliki arti yang sama dengan kritik sosial. analogi konteks sosial film Munafik 2 sama halnya dengan penilaian serius hasil karya sineas terhadap film yang diproduksi. komponen yang dinilai berupa baik-buruk sebuah tayangan, kelebihan dan kekurangan Film yang memiliki landasan logis.

Ditinjau dari segi konteks Sosial Film Munafik 2 ini cukup baik. Film ini bergenre horror religi akan tetapi secara umum Film ini disajikan secara ciamik sehingga memantik penonton untuk introspeksi diri. Meskipun demikian ada beberapa hal yang perlu diulas kembali dan menjadi kritik sosial yakni;

Dalam Film tersebut sebagai tokoh Utama protagonist Ustadz Adam diceritakan sebagai tokoh agama yang beriman, pemberani, rajin ibadah, berdakwah, dan sering membantu merukyah orang yang kerasukan. Pada akhir film diceritakan bahwa Adam dirasuki oleh syaithan dan membunuh ibunya sendiri. Hal tersebut tentu berlawanan dengan realitas umum bahwa seorang yang baik, berilmu dan taat beragama pasti selalu dalam lindungan Allah SWT dan jauh dari godaan syaithan yang terkutuk. Akan tetapi pada kenyataannya Ustadz Adam dirasuki sampai membunuh Ibunya sendiri.

Apa yang terjadi pada Ustadz Adam dalam film tersebut sebenarnya mengandung makna pesan tersirat bahwa Orang sehebat Ustadz Adam pun tak lepas dari godaan syaithan yang terkutuk. Realitas tersebut juga menggiring opini yang melekat di masyarakat bahwa banyaknya ibadah seseorang belum bisa menjamin keselamatannya dari segala marabahaya. Pondasi ibadah yang harus dilandasi dengan keikhlasan pun tidak dapat terlihat dari luar melainkan hanya Allah yang Maha Mengetahui. Tidak ada manusia yang luput dari dosa dan kesalahan.

Akan tetapi *Plot Twist* yang disajikan dalam film Munafik 2 secara tidak langsung bahkan menjadi *plot hole* bagi penonton. Meski inti pesan yang ingin disampaikan kepada penonton bahwa keimanan seseorang (Adam) itu fluktuatif. Tetapi tetap saja alur ceritanya terkesan dipaksakan, tak logis, dan tidak sesuai dengan alur cerita yang sudah dibangun sebelumnya.

Selain itu pesan-pesan yang ada dalam film Munafik 2 secara umum merujuk pada informasi Islam. Inti pesannya bagus bisa menjadi *self-reminder* bahan renungan bagi siapa saja yang menontonnya. Hanya saja pesan-pesan yang disampaikan cenderung terlalu eksplicit. Misalnya ada beberapa adegan dialog dalam film ini yang menampilkan Ustadz Adam membaca do'a saat mengobati orang yang kerasukan menggunakan bahasa Arab atau ceramah beliau di depan *mad'u* nya yang secara langsung dan gamblang. Sekilas pesan yang disampaikan jelas, akan tetapi hal tersebut mengurangi efektivitas dakwah dalam media film yang notabenehnya pesan-pesannya disampaikan kepada penonton secara halus dan menyentuh relung hati tanpa merasa digurui. sebaliknya pada beberapa scene tersebut cara berdakwahnya tidak dikemas dengan halus dan kurang sesuai dengan mediumnya.

Karya pustaka yang mengandung kritik adalah sasaran yang menarik untuk dianalisis. Karya tersebut digunakan agar mendapatkan perubahan di beberapa elemen tertentu. Baik di tataran politik, sosial, maupun budaya. Setiap produksi film yang diciptakan, selalu mengandung nasihat dan kritik terhadap masyarakat. (Prakoso, 2012: 3)

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil Analisis wacana kritis pada Film Munafik 2, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Analisis teks dalam film Munafik 2 diuraikan melalui tiga tingkatan yakni: struktur makro, suprastruktur dan struktur mikro. Pada struktur makro tema yang diangkat film Munafik 2 yakni tentang kemunafikan. Secara suprastruktur film ini terdiri dari 47 scene menggunakan alur cerita campuran. Sedangkan pada struktur Mikro, secara semantik film ini mengarahkan pada dakwah Islam menggunakan bahasa melayu dengan majas retorik, repetisi, dan satire.

Pada kognisi sosial menunjukkan banyak informasi Islam dalam Film Munafik 2 yang dapat dijadikan *Uswah hasanah* (Contoh yang baik) bagi penonton. Film Munafik 2 bukan hanya sekadar dijadikan tontonan melainkan tuntunan. Ada 3 Informasi penting yang dapat diambil dalam film Munafik 2 yakni informasi Akidah, informasi Syariat dan informasi Akhlak.

Film Munafik 2 secara umum disuguhkan cukup baik, sehingga memantik penonton untuk introspeksi diri. tetapi ditinjau dari konteks sosial menggunakan alur cerita film *plot twist* ini cenderung menjadi *plot hole* karena alur yang berubah pada akhir cerita. Sehingga memuat paradoks bagi penonton. Yakni dengan adanya alur cerita film yang berlawanan dengan realitas yang ada di masyarakat.

kemudian beberapa pesan yang disampaikan terkesan terlalu eksplisit sehingga tidak sesuai dengan medium film sebagai media dakwah yang disampaikan secara halus dan menyentuh relung hati penonton.

Saran dalam penelitian ini yakni ditujukan khususnya untuk para *Sineas* muda yang memiliki *passion* dalam membuat film khususnya *Sineas* Muslim hendaklah memberikan ruang untuk membuat film yang memiliki manfaat bagi umat Islam dan bisa dijadikan sebagai media dakwah Islam. Film yang dapat dijadikan sarana amar ma'ruf dan nahyi munkar. Film yang menyentuh relung hati penonton dengan cerita segar dan inspiratif. Tingkatkan kreativitas kalian dalam membuat Film Dakwah yang tidak hanya sekedar menjadi tontonan tapi tuntunan.

Sedangkan saran untuk penonton atau penikmat Film. Jadikanlah Film yang bermuatan dakwah sebagai tontonan pilihan. Beri dukungan dan apresiasi pada *Sineas* muda yang memiliki karya film bermuatan dakwah dengan menontonnya di bioskop atau youtube. Serap dan amalkan informasi dan edukasi baik yang ada dalam film. Amati film yang ditonton dan ambil hikmah yang ada dalam film tersebut.

Adapun saran Untuk Peneliti selanjutnya, penelitian seperti ini perlu dibuat lebih baik lagi. Dari segi Latar belakang penelitian, Teori, hingga hasil penelitian perlu dikembangkan lebih mendalam agar penelitian ini dapat menjadi contoh yang baik penelitian lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. A. (2004) *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Baskin, A. (2003) *Membuat Film Indie Itu Gampang*. Bandung: KATARSIS
- Darma, Y A. (2014) *Analisis Wacana Kritis*. Bandung: Refika Aditama
- Effendi, O. U. (2003) *Televisi Siaran dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju
- Effendi, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Enjang AS, Aliyudin. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran
- Kusnawan, A, dkk. (2004). *Komunikasi & Penyiaran Islam*, Bandung: Benang Merah Press
- Kusnawan, A, et, al., (2009). *Dimensi Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran
- Luhukay, M. S. (2008). Analisis Film Artificial Intelligence (AI) Pada Aspek Sosial, Kultural Dan Teknologi. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*: Vol. 2, No. 2, Juli 2008: 124 – 134
- Muhaemin, E. (2017) Dakwah Digital Akademisi Dakwah dalam Ilmu Dakwah: *Academic Journal For Homiletic Studies*, 11 (2), 341-356
- Nursyamsi, Y.F. (2018) Analisis Wacana Pesan Dakwah pada Film Cinta dalam Ukhuwah dalam *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3 (1), 91-110

- Putra, H. (2018) *Munafik* 2, diakses tanggal 24 Oktober 2018  
[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Munafik\\_2](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Munafik_2)
- Saputra, W. (2012) *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Press
- Sobur, A. (2001) *Analisis Teks Media*. Bandung: Rosda
- Soleh, A. (2019). Pola Komunikasi Kelompok pada Komunitas Pecinta Film Islami dalam *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 19 (1), 16-33
- Sudjatnika, T. (2016) Tinjauan Kognisi Sosial terhadap Sosial Budaya dalam *Jurnal al-Tsaqafa*, 13 (01), 159-176



## Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan

Meri Astuti<sup>1\*</sup>, Atjep Mukhlis<sup>1</sup>, Asep Shodiqin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : meriastuti48@gmail.com

### ABSTRAK

Dakwah mengandung pengertian fokus pada penekanan proses pemberian bantuan, penyebaran pesan, pengorganisasian, dan penyebaran sumber daya manusia. Era modern ini berdakwah bukan hanya melalui ceramah dari mimbar saja, melainkan media dakwah sekarang sudah sangat luas, dengan teknologi yang semakin canggih berdakwah. Saat menyampaikan ceramahnya Ustadz Haikal Hassan selalu terlihat bersemangat dan menunjukkan ekspresi wajah yang sesuai dengan setiap apa yang di sampaikan. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ethos phatos dan logos ustadz haikal hassan dengan dalam penelitian ini adalah teori Aristoteles menjelaskan tentang bahwa prinsip retorika terdiri dari *ethos, phatos* dan *logos*. Juga di dukung dengan teori Harold Lasswell menjelaskan *who say what in channel to whom with what effect*. menggunakan metode analisis isi, bertujuan untuk menggunakan pesan atau isi yang tersirat dan tersurat dalam sebuah dokumentasi. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa prinsip retorika yaitu *ethos phatos dan logos* ethos dimiliki oleh Ustadz Haikal Hassan.

Kata kunci : Haikal Hassan, Retorika, Media Sosial

### ABSTRACT

*Da'wah contains a meaning that focuses on emphasizing the process of providing assistance, disseminating messages, organizing, and distributing human resources. This modern era of preaching is not only through lectures from the pulpit, but the media of preaching is now very broad, with increasingly sophisticated technology of preaching. When delivering his lecture, Ustadz Haikal Hassan always looks enthusiastic and shows facial expressions that match what is said. This paper aims to find out how the ethos of phatos and logos ustadz haikal hassan with in this study Aristotle's theory explains that the principle of rhetoric consists of ethos, phatos and logos. Also supported by Harold Lasswell's theory explains who say what in the channel to whom with what effect. Using the content analysis method, it is raining to use the message or the content that is implied and express in a documentation. The results of this*

*study prove that the rhetoric principle of ethos phatos and logos ethos is owned by Ustadz Haikal Hassan*

*Keywords: Haikal Hassan, Rhetoric, Social Media*

## **PENDAHULUAN**

Dakwah mengandung pengertian fokus pada penekanan proses pemberian bantuan, penyebaran pesan, pengorganisasian, dan penyebaran sumber daya manusia. Sistem dalam menjelaskan kebenaran, kebaikan, petunjuk ajaran, menganalisis tantangan, problem kebatilan, urgensi pengalaman aspek pesan, dan profesionalisme. Pada intinya dakwah merupakan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama dakwah. (Hajiri, 2015:17)

Dakwah sendiri memiliki degradasi untuk menunjang keberhasilannya, yang tergantung terhadap beberapa komponen yang sangat berpengaruh yakni *da'i* sebagai orang yang menyampaikan pesan terhadap *mad'u* (komunikator), kemudian *mad'u* sebagai orang yang menerima pesan dari *da'i* (komunikasikan), materi dakwah sebagai pesan yang akan disampaikan oleh *da'i*. Media dakwah yang dijadikan sarana untuk menyampaikan pesan dakwahnya.

Secara bahasa tabligh berasal dari akar kata *b-l-gh* : (*ballagha, yuballighu, tablighan*). Yang berarti menyampaikan atau melaporkan, dalam arti menyampaikan sesuatu kepada orang lain, yang dalam hal ini adalah tabligh berkaitan erat dengan menyampaikan hal hal baik yang mengajak untuk beriman kepada Allah swt. Dalam bahasa Arab seseorang yang menyampaikan tabligh di sebut dengan mubligh.

Dalam pandangan Muhammad A'la Thanvi, seorang leksikograf abad ke 18 di India, membahas tabligh sebagai sebuah istilah dalam ilmu retorika, dalam konsep Islam tabligh merupakan salah satu perintah yang di bebaskan kepada para utusa Allah. (Aliyudin & Enjang, 2009:53)

Dari segi metode, tabligh di bagi menjadi dua macam yaitu melalui lisan (*khitobah*) dan tulisan (*khitabah*), kemudian yang akan penulis bahas adalah khitobah. Khitobah dari segi bahasa berasal dari kata : (*kbatabah, yakhtuba, khuthbah, atau khitabatan*). Berarti :berkutbah, berpidato, meminjau, melamar, bercakap-cakap, mengirim surat. Kemudian secara bahasa juga khitabah diartikan sebagai pengajaran, pembicaraan, dan nasihat. Khitobah bukan hanya sekedar pidato biasa melainkan memiliki pesan yang memiliki nilai Islami yang harus di sampaikan pada khalayak.

Retorika adalah suatu istilah yang secara tradisional yang didasarkan pada suatu bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun dengan baik. Retorika juga diartikan sebagai prinsip-prinsip mengenai komposisi pidato yang persuasif dan efektif, maupun keterampilan yang harus di miliki oleh seorang orator (ahli pidato) (Keraf,2010 : 1)

Retorika tidak bisa dipisahkan dari para mubaligh dalam menyiarkan Agama Islam kepada khalayak umum, yang dengan retorika ini bisa menjadi salah satu penunjang keberhasilan oleh seorang *da'i* dalam menyampaikan pesan bernilai Islam dengan berbagi seni retorika yang bisa membuat *mad'u* tertarik.

Era modern ini berdakwah bukan hanya melalui ceramah dari mimbar saja, melainkan media dakwah sekarang sudah sangat luas, dengan teknologi yang semakin canggih berdakwah bisa menjadi mudah dan praktis. Media dakwah di era globalisasi ini berkembang sangat pesat yaitu melalui, majalah, radio, televisi dan youtube yang sekarang sedang marak di akses dan banyak digunakan oleh khalayak adalah media sosial.

Media sosial menurut Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one to one*). (Nasrullah, 2017 : 14)

Instagram merupakan media yang sangat populer sekarang, banyak orang yang mengaksesnya, karena bisa di akses dimana pun dan kapanpun, dan hampir semua orang baik di desa atau pun kota dan banyak di seluruh dunia juga yang menggunakan Instagram.

Salah satu ustadz yang berdakwah menggunakan Instagram adalah Ustadz Haikla Hassan memiliki nama lengkap Ahmad Haikal bin Hassan bin Umar bin Salim bin Ali bin Syekh Abdullah Baros lahir di Jakarta 22 Oktober 1970. Beliau adalah seorang konsultan perusahaan namun sekarang beliau lebih fokus untuk berdakwah, cara berdakwahnya berbeda dengan ustadz ustadz lainnya, beliau berdakwah dengan cara yang tegas dan frontal namun terlihat lucu yang selalu bisa mengundang gelak tawa para jama'ahnya dengan selalu memakai kacamata hitam andalannya saat bercanda membuat Ustadz Haikal Hassan memiliki daya tarik para jama'ahnya. Selain berdakwah secara langsung Ustadz Haikal Hassan juga berdakwah melalui media sosial yaitu Instagram.

Saat menyampaikan ceramahnya Ustadz Haikal Hassan selalu terlihat bersemangat dan menunjukkan ekspresi wajah yang sesuai dengan setiap apa yang di sampaikan. Banyak materi ceramahnya yang selalu di sambungkan dengan sejarah Islam karena beliau sudah di sebut juga sebagai pakar sejarah Islam, namun selain semua itu Ustadz Haikal Hassan dalam ceramahnya juga memberikan solusi konkrit di serta dengan logika dan permasalahan zaman sekarang.

Seperti pada penelitian Skripsi sebelumnya yang berjudul Retrorika Tabligh Buya Yahya (Studi Deskriptif di Al- Bahjah TV Online). Siti Rosa Farihatul 'ain. Penelitian ini berkaitan dengan penggunaan retorika. Adapun penelitiannya menggunakan metode deskriptif.

Penelitian ini memili beberapa kesamaan dengan dengan beberapa skripsi sebelumnya. Adapun Nama Instagram Ustadz Haikal Hassan adalah

**@haikalhassan\_quote** yang berisi tentang ceramah ceramah beliau, baik itu melalui tulisan atau pun video, selain kegiatan ceramahnya, Ustadz Haikal Hassan yang di panggil dengan sebutan Babeh lahir di Jakarta, di dalam Instagramnya sering berbagi tentang kehidupannya sehari-hari serta opini-opini yang prontal. Dalam video-videonya di Instagram sangat lah menarik dimana cara penyampian beliau yang ceplas ceplos dan selalu membuat suasana menjadi seru namun pesannya tetap tersampaikan.

Dari latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan beberapa masalah dengan fokus penelitian: Bagaimana *etos* ustadz Haikal Hassan dalam instagram **@haikalhassan\_quote**?, Bagaimana *phatos* yang digunakan oleh Ustadz Haikal Hassan dalam instagram **@haikalhassan\_quote** ?, Bagaimana *logos* yang digunakan oleh Ustadz Haikal Hassan dalam instagram **@haikalhassan\_quote** ?

Dalam penelitian ini menggunakan Metode penelitian mengenai retrorika dakwah Ustadz Haikal Hassan, untuk menghasilkan data objektif dalam penelitian ini maka, penulis menggunakan metode *kualitatif* deskriptif. Penelitian kualitatif lebih menghendaki arah bimbingan penyusunan teori substantif yang berasal dari data dan menganalisis peristiwa, yang merupakan sikap atau kegiatan sosial baik secara individu atau pun kelompok. (Syadid, 2009 : 53).

## LANDASAN TEORITIS

Teori yang digunakan secara kerangka secara teorikal, konseptual dan operasional. Secara teoritikal penelitian ini menggunakan teori komunikasi yang dikemukakan Lasswell yakni *who says what in which Channel to whom with what effect*. Model teori Laswell yang di kemukakan pada tahun 1948 menggambarkan bahwa proses komunikasi di bebaskan pada masyarakat beserta fungsinya.

Retorika adalah sebuah seni berbicara yang persusif dan efektif yang harus di miliki seorang orator atau *da'i* yang mengatur tentang kata-kata dan bahasa agar saat berbicara terdapat kesan baik pada *mad'u*. (Maarif, 2015 : 2)

Secara terminologi, retorika adalah seni berbicara di depan khalayk umum atau berpidato menggunakan tata bahasa yang baik, benar, lancar, yang bertujuan untuk mempengaruhi para pendengarnya. Retorika menerangkan sebuah kaidah-kaidah landasan dari sebuah tulisan bersifat prosa yang akan membentuk pidato, orasi, atau pun ceramah yang akhirnya harus mempengaruhi perasaan dan sikap orang. (Muhtadi, 2013 :17).

Istilah retorika dalam pembendaharaan kata bahasa Inggris adalah *rhetoric* yang artinya kepandaian berbicara atau berpidato. Retorika juga merupakan sebuah seni yang menggunakan kata-kata yang mengesankan baik dari lisan maupun tulisan, ataupun berbicara di depan khalayak umum dengan menggunakan pertunjukan atau rekaan. (Suhandang, 2009:25).



Dakwah secara etimologi memiliki arti sebagai ajakan, seruan, dan panggilan. Yang berasal dari bahasa Arab yaitu *da'wah, da'a, yad'u*. Sedangkan secara terminologi tentang dakwah ini memiliki banyak pendapat. Menurut para ahli pada intinya dari semua pendapat para ahli dakwah adalah sebuah proses untuk mendorong, mendukung dan bahkan mengajarkan kepada hal yang lebih baik dari sebelumnya, yaitu Hijrah. (Tajiri, 2015 : 15)

Unsur unsur dalam kegiatan dakwah, mubaligh disebut sebagai seorang komunikator, *maudhu* ( pesan), *Usblub* ( metode), *Wasilab* (media ) dan *mad'u* (objek). Yang dengan itu mubaligh sebagai komunikator yang akan menyampaikan pesan harus memiliki keterampilan retorika yang baik, agar pesan yang disampaikan dapat di terima dengan baik pada objek yang di tuju. Secara operasional.

Dakwah di kelompokkan dalam 3 kategori yang pertama. dakwah *bi Al-Lisan*, yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain lain. Dakwah *bi-lisan* yang mengajak untuk melakukan perintah Allah Swt dan menjauhi laranganNya yang di lakukan dalam bentuk *Al-Hikmah, Al-Mau'idza Al-Hasanah, dan Al-Mujadalah*.

Kata media lebih dikenal sebagai alat dalam melakukan komunikasi, adapun proses terjadinya suatu komunikasi ditentukan oleh tiga bentuk, yaitu: objek, organ dan yang terakhir adalah medium. Sedangkan yang dimaksud dengan sosial yaitu kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya di dekati oleh ranah sosiologi.

Adapun pengertian media sosial setelah mengetahui bagaimana pengetahuan dasar tentang media dan juga sosial, juga diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang apa yang membedakan antara antara media sosial dan media lainnya.

Instagram merupakan media sosial tempat berbagi foto atau video yang paling populer saat ini. Pada awalnya instagram hanya tersedia di aplikasi IOS/iphone/ipad tapi saat ini sudah tersedia untuk berbagai OS yang lain.

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah untuk ikut berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog jejaring sosial forum dan didunia virtual. Media sosial dapat membuat manusia berkamuikasi satu sama lain sekalipun jarak diantara mereka sangat jauh. Falam pencapaian tujuan komunikasi dakwah, maka seorang penyampai dakwah dituntut untuk mampu melakukan inovasi-inovasi dalam mendesain pola dakwah kepada masyarakat atau mad'u, serta seorang dai dituntut untuk cerdas dalam memilih dan memilah media yang akan digunakan dalam melakukan kegiatan dakwah.

Laswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu : pertama, pengawasan lingkungan, yang mengingatkan anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan, kedua, korelasi berbagi bagian terpisah dalam masyarakat yang memproses lingkungan, dan yang ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya. (Mulyana, 2016:69).

Selain teorikal menurut Laswel peneliti juga menggunakan teorikal menurut Aristotles pakar sejarah retorika yang berasal dari Yunani yang memang banyak menyinggung tentang retrorika sehingga beliau di juluki sebagai bapa retorika. Menurut Aristotles retorika tidak lain dari pada” kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada”. Yang dalam tahap itu juga pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan (argumen) yang sesuai dengan kebutuhan khalayak. (Rakhmat, 2012:7).

Peneliti menggunakan dua teori yaitu teori dari Harold Lasswell dan teori dari Aristoteles yang akan di jadikan acuan bagi peneliti agar lebih jelas dan fokus. Harold Lasswel menjelaskan bahwa komunikasi itu akan menjawab pertanyaan : *Who say what in channel to whom with what effect?*

Maksud dari unsur yang di katakan oleh Harold Lasswell adalah *who* adalah untuk memancing pertanyaan mengenai pesan, *says what* yaitu bahan yang di gunakan untuk analisis isi, *in which channel* saluran atau media komunikasi yang di gunakan, kemudian *to whom* yang di kaitkan dengan khalayak atau kepada siapa, kemudian *with what effect* berkaitan dengan apa akibat pesan yang di sampaikan oleh pembicara dapat menimbulkan perubahan pada diri audiens.

Bapak retorika yang terkenal adalah Aristotles, Menurut Aristotles retorika adalah seni berbicara di depan umum, menurutnya ada tiga bagian inti dalam retorika : *Pertama, Ethos (ethical)*, Yaitu sebuah karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara ia berkomiikasi, untuk menuntukan pada khlayak bahwa ia adalah seorang yang memiliki kepribadian yang terpercaya dan pengetahuan yang luas. *Ethos* adalah potensi persuasif pada karakter dan kredibilitas personal pembicara. (Maarif, 2015 : 9). *Kedua, Pathos (emotional)*, yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan sebuah pendekatan “ psikologi massa” untuk mengetahui perasaan pendengar. *Phatos* ini menurut kamus Inggris yang di susun oleh Liddell dan Scott yaitu pengalaman baik dan buruk, kondisi tertentu, serta emosi jiwa. Menurut Aristoteles *phatos* merupakan sebuah pergerakan (*kinesis*) yang dalam bentuk kekuatan pendorong suatu perubahan (*dynamei on*), kualitas gerak perubahan (*alloiosis*), maupun dari gerak perubahan (*paschein*). Selain pendapat ini menurut Aristoteles *phatos* merupakan sebah perasaan atau jiwa. Dalam bukunya *phatos* merupakan sebuah persuasi pada emosi pendengar, yang artinya seorang komunikator harus bisa mempengaruhi emosi komunikan.

Ketiga, *Logos (logical)* yaitu pemilihan kata, kalimat, atau emosi ungkapan oleh pembicara dengan baik dan benar yang memiliki bukti yang konkrit atas apa yang di sampaikan pada khalayak. Menurut Aristoteles bahwa *logos* mengacu pada argumentasi dan logika dalam retorika. Jadi *logos* adalah berkaitan dengan pembicaraan yang akan di sampaikan oleh orator yang bertujuan untuk membujuk audiens.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perjalanan dakwah nya tidak mulus, banyak yang menyebutnya radikal karena dalam ceramahnya sering membawa unsur pemerintahan. Dakwahnya di medai sosial pun tidak selalu mulus , semua akun medai sosolainya yaitu twitter , dan Instagram pernah di bajak oleh orang yang tidak di kenal. Ustadz Haikal Hassan pun mendapatkan penghargaan sebagai Man of The year.

Setelah peneliti meneliti video-video Ustadz Haikal Hassandi Instagram, dakwah atau ceramah Ustadz Haikal Hassansangat menarik dari pemilihan kata dan intonasi. Gaya bahasanya yang khas menggunakan bahasa Betawi serta ceplas-ceplos selalu berhasil membuat para jamaah tertawa. Berbicara tentang gaya bahasa takan lepas dari komunikasi dan retorika yang di gunakan di dalamnya. Karena retorika adalah sebuah seni untuk berbicara agar lebih terstruktur dan pesan yang di sampaikan bisa di mengerti. Retorika merupakan salah satu disiplin ilmu yang membahas tentang kemampuan berbicara seseorang di depan khalayak dengan tata cara yang sistematis dan logis sehingga pesan yang di sampaikan oleh pembicara atau orator dapat tersampaikan kepada khalayak sebagai pendengar .

### Hasil dan Pembahasan

Dakwahnya di medai sosial pun tidak selalu mulus , semua akun medai sosolainya yaitu twitter , dan Instagram pernah di bajak oleh orang yang tidak di kenal. Ustadz Haikal Hassan pun mendapatkan penghargaan sebagai Man of The year. Setelah peneliti meneliti video-video Ustadz Haikal Hassandi Instagram, dakwah atau ceramah Ustadz Haikal Hassansangat menarik dari pemilihan kata dan intonasi. Gaya bahasanya yang khas menggunakan bahasa Betawi serta ceplas-ceplos selalu berhasil membuat para jamaah tertawa. Berbicara tentang gaya bahasa takan lepas dari komunikasi dan retorika yang di gunakan di dalamnya.

“wah ngeledek, kalau kalimatnya Allah solawat kepada anbiya, lu bener, karena anbiya bentuk jamak dari nabi , Allah manggil Musa, ya Musa, ya Isa, ya Ibrahim, ya Nuh , Allah panggil semua, tapi kalau Allah panggil Nabi Muhammad, ya ayyunna nabi, wahai nabi, ya ayyuhal rasul, wahai rasul, halus”



Gambar 1. Ustad Haikal Hasan

Dari semua ekspresi di atas menunjukkan bahwa saat ceramah memiliki ekspresi yang berbeda-beda sesuai dengan apa yang dia sampaikan. Ekspresi itu ketika beliau mengatakan “*eluh jangan so tau, shalawat itu memang untuk nabi, nabi di sini maksudnya Rasulullah*”.

*Arete* di sini bisa diartikan berupa intelektualitas dan karakter. Untuk intelektualitas dapat diraih dengan melalui sebuah pendidikan sedangkan karakter bisa diraih melalui sebuah kebiasaan. Dalam hal ini Ustadz Haikal Hassan pun dapat dikatakan sudah termasuk ke dalam, dalam pendidikan Ustadz Haikal Hassan sudah menempuh hingga S3 bahkan sekarang sedang menempuh S3 kembali. Kemudian dari segi karakter dan kebiasaan dalam berbicara dan berdakwah, Ustadz Haikal Hassan sudah berdakwah dari dulu, diawali dari mengajar ngaji anak-anak dan para remaja hingga bisa terkenal seperti sekarang yang ceramahnya sudah di mana-mana. Dan bisa dilihat dari ceramahnya di atas bahwa Ustadz Haikal Hassan memiliki ilmu, karena beliau hafal hadits nabi dalam ceramahnya. Peneliti pun menyimpulkan bahwa Ustadz Haikal Hassan memiliki *arete* dalam dirinya.

*eunoia* adalah sebuah niat baik pada semua orang yang tanpa didasari oleh kepentingan pribadi. Dalam hal ini peneliti menilai Ustadz Haikal Hassan sudah memilikinya. Hal ini terlihat dari ceramah yang di jelaskannya, bahwa dalam ceramahnya Ustadz Haikal Hassan mengingatkan para jamaahnya untuk sadar agar bisa memilih pemimpin yang muslim, namun hal itu dilakukan karena rasa peduli beliau untuk umat, tanpa ada kepentingan pribadi. Hal ini membuktikan bahwa Ustadz Haikal Hassan memiliki *eunoia*. Kemudian pada saat peneliti melakukan penelitian langsung ke Jakarta dan bertemu dengan Rani salah satu tim manajemen Ustadz Haikal Hassan menuturkan bahwa, Ustadz Haikal Hassan mulai semangat berdakwah dan bangkit lagi hingga dikenal seperti sekarang adalah karena Jakarta dipimpin oleh non muslim, hal itu membuat Ustadz Haikal Hassan semangat untuk berdakwah lebih giat lagi. Dari hal ini

peneliti menilai bahwa Ustadz Haikal Hassan memiliki *eunna*, bahwa bukan hanya perduli untuk dirinya sendiri melainkan juga untuk kepentingan umat.

Menurut Aristoteles jika seorang sudah mempunyai *eunna* ketika di atas, maka seorang orator atau pembicara adalah orator yang ber*ethos* yang dapat di percaya oleh public. Dengan begitu peneliti menyimpulkan bahwa Ustadz Haikal Hassan adalah seorang orator atau mublaig yang ber*ethos*. Kemudian di tinjau dari teortisnya, *ethos* bukanlah variable tunggal melainkan terdiri dari beberapa dimensi, yaitu :

Kredibilitas (merupakan presepsi dari pendengar kepada komunikator atas sikap dan sifat yang dilakukannya). Dalam hal ini saat peneliti menilai melihat ceramah Ustadz Haikal Hassan di atas sudah menunjukkan beliau memiliki kredibilitas yang ditinggi. Sebagai peneliti dan pendengar juga , peneliti merasa sikap yang di tunjukan saat berceramah sangatlah ramah, membuat nyaman, dan tidak memaksa untuk mengikuti pilihan beliau.

### **Atraksi (daya tarik seorang komunikator yang dilihat dari fisik)**

Dalam bagian ini Ustadz Haikal Hassan memiliki daya tarik, jika dilihat secara fisik, Ustadz Haikal Hassan seperti campuran Arab-Indonesia, otomatis hidungnya akan bagus dan mancung, selalu berpakaian bersih.

Kekuasaan merupakan sikap yang ditimbulkan dari komunikator yaitu interkasi dengan para komunikan atau pendengar. Hal tersebut yang menjadikan seorang komunikator mempunyai kehendak terhadap komunikannya. Hal ini bisa dilihat dari ceramah di atas saat Ustadz Haikal Hassan berkata “ halus ye halus “

*Phatos* ini biasanya terlihat dari gaya bahasa yang di gunakan oleh komunikator yang mampu membangkitkan semangat komunikan. Karena seorang komunikator harus mampu perasaan, emosi, harapan, kebencian serta kasih sayang komunikan. Dalam buku *rethorich* Aristotels membahas bahwa *phatos* adalah persuasif pada pendengar . yang artinya seorang komunikator memang harus bisa menguasai perasaan komunikan.

Melihat dari ceramahnya di atas Ustadz Haikal Hassan sudah termasuk persuasif ajakannya yang halus kepada para jamaahnya agar memilih pemimpin muslim, dengan mengingatkan jamaahnya melalui hadits nabi bahwa kelak nanti orang itu akan di kumpulan dengan orang yang dicintai, dibela dan dipilihnya, jadi jika nanti ada yang memilih Ahok maha nanti akan di kumpulan bersama Ahok

Dalam videonya Ustadz Haikal Hassan menyampaikannya dengan gaya yang santai, dan membuat para jamaahnya nyaman bahkan tertawa karena memang beliau selalu bisa membuat suasana menjadi cari. *Phatos* juga identik dengan rasa, menurut peneliti setelah melihat vidio tentang ini, membuat efek yang besar bagi peneliti untuk semakin yakin bahwa memilih pemimpin itu jangan hanya asal tanpa ada dalil yang kuat.

Menurut Aristoteles orator seharusnya memiliki salah satunya adalah pengetahuan tentang fakta historis. Dalam ceramah Ustadz Haikal Hassan di atas menunjukkan bahwa beliau memiliki kemampuan tentang fakta historis, di tunjukan dengan beliau hafal hadits nabi untuk memperkuat keyakinan pada jamaahnya. Dengan begitu bisa dikatakan bahwa Ustadz Haikal Hassan adalah orang yang memiliki sifat *logos*.



Gambar 2. Adegan tentang sikap logos ustadz Haikal Hassan

Seperti bahasan *ethos* dari ceramah sebelumnya, bahwa Ustadz Haikal Hassan adalah seseorang yang memiliki *ethos*, hal itu di buktikan dengan penelitian langsung peneliti mendatangi kantor managemennya di Jakarta untuk meminta profil beliau. Dalam ceramah ini yang menunjukkan Ustadz Haikal Hassan memiliki ethos di lihat dari pengetahuan beliau tentang sejarah Indonesia juga sejarah Islam yang itu semua bukti bahwa Ustadz Haikal Hassan adalah seorang yang ber*ethos*. Dalam ceramah ini semua unsur *ethos* ada yaitu *phronesis*, *arete* dan *eunna*.

*Phronesis* adalah seorang komunikator bisa menentukan baik dan buruk atau lebih tepatnya bisa menentukan suatu perkara, dalam ceramah di atas Ustadz Haikal Hassan mengatakan bahwa jika UUD 1945 di gunakan dengan sebenar benarnya, maka rakyat Indonesia akan sejahtera. Pernyataan itu bisa masuk kedalam kategorisasi *phronesis*.

*Arete* di lihat dari intelektualitas dan karakter, yang berhubungan dengan pendidikan dan karakter bisa di lihat dari kegiatan yang di lakukan, seperti yang kita ketahui Ustadz Haikal Hassan ini banyak sekali menjabat sebagai ketua di oragnisasi, memenangkan menof the years 2018 dan banyak lagi, hal itu membuktikan bahwa Ustadz Haikal Hassan adalah sosok yang memiliki karakter yang baik dan cerdas.

Eunia dilihat dari kepedulian komunikator kepada semua orang tanpa terkecuali dalam ceramah di atas sudah menunjukkan kepedulian Ustadz Haikal Hassan memiliki eunia dalam dirinya, karena kepeduliannya terhadap masyarakat Indonesia

*Phatos* ini berhubungan dengan perasaan yang di rasak atau *mad'u* setelah mendengar ceramah dari *mubaligh*. Setelah menonton video di atas peneliti merasa lebih mencintai tanah air Indonesia ini dan berharap agar Indonesia akan menjadi negara yang maju dan penuh berkah. Cara penyampaian Ustadz Haikal Hassan yang penuh dengan semangat dan menggebu-gebu dapat di rasakan juga oleh orang-orang yang melihat videonya. Dengan begitu jelas bahwa Ustadz Haikal Hassan dalam ceramahnya kali ini memiliki unsur *phatos*.

Dilihat dari segi emosi dalam penyampaian ceramah kali ini terlihat baik, Ustadz Haikal Hassan terlihat menggebu-gebu saat yang menyampaikan ceramahnya, hingga pesan semangat itu terasa para *mad'unya*.

Seperti yang sudah peneliti bahas sebelumnya bahwa *logos* berhubungan dengan kemampuan serorang komunikator dalam pengetahuan historis, pengalaman dan pengetahuan lainnya yang harus bisa komunikator sampaikan menggunakan bahasa yang logis, agar komunikasi atau *mad'u* dapat mengerti dengan mudah.

Dalam firman Allah dalam surat "Ad-Duha" Allah berfirman :

وَأَسْوَفَ يُعْطِيكَ رَبُّكَ فَتَرْضَىٰ (5)

*Artinya* : "Dan kelak Tuhanmu pasti memberikan karuniaNya kepadamu, lalu (hati) kamu menjadi puas." (QS Ad-Duha : 5).

Malaikat Jibril pun gembira dengan ayat itu, malaikat Jibril datang kepada Rasulullah SAW dan mengucapkan : "Ya Rasulullah minta lah karena inilah hari akan di berikan Allah apapun, "Apa ya Jibril", "sebut". Pngen kekuasaan "dapat pa hari itu pa" "tapi apa yang Rasulullah ucap" ketika di tawarkan "Walaianfa Yuthika Rabbuka Fatardaa" Rasulullah menjawab "kalau begitu ya Allah, tak kurela, satu saja umatku berada dalam api neraka".

Saudaraku sekalian perbanyaklah solawat kepada nabi karena itu akan menumbuhkan tetesan-tetesan cinta kepada Rasulullah SAW. Diawali dengan menyebut nyebut bu pa sampai bergetar hati mu ketika di sebut nabi saw itu lah tanda cinta, ketika disebut nama ya Muhammad, ya Rasulullah, getarkan hatimu karena itu lah tanda cinta yang sesungguhnya, dan tau kah bapa ibu sekalian apa sunnah nabi terbesar? Sunnah nabi terbesar adalah solat berjamaah di mesjid, dan kemudian yang wajib kita lakukan pesan nabi SAW adalah mencintai dan menghormati orang tua. Itu lah pahala di atas jihad bakti kepada orang tua di atas jihad.

Dalam ceramah isi ceramah Ustadz Haikal Hassan kali ini, pembahasannya sangat jelas dan mudah di pahami, juga menunjukkan bahwa Ustadz Haikal Hassan mempunyai pengetahuan historis yang luas. Menyampaikan dengan pemilihan kata dan kalimat yang tepat. Dengan demikian ceramah Ustadz Haikal Hassan memiliki unsur *logos* .



Gambar 3. Isi ceramah ustadz Haikal Hassan

Ustadz Haikal Hassan memberikan contoh pada masa pemilu gubernur Jakarta, yang calon gubernurnya adalah Ahok dan Anis baswedan, disini jelas Ahok adalah non muslim sedangkan Anis adalah muslim, sangat jelas jika di lihat dari Al-Qur'an siapakah yang harus di pilih.

“hai orang orang yang beriman jangan lah kamu mengambil orang orang Yahudi dan Nasrani menjadi pemimpin pemimpin (mu); sebagaimana mereka adalah pemimpin bagi sebagian yang lain. Barangsiapa diantara kamu mengambil mereka sebagai pemimpin, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk pada orang orang yang zalim ” ( QS. Al-Maidah :51).

Ustadz Haikal Hassan mengingatkan para mad'unya denga halus terlihat kemana tujuan dakwah dari Ustadz Haikal Hassan dalam dakwah ini yaitu salah satunya untuk membuat para jamaah sadar siapa yang harus mereka pilih untuk menjadi gubernur Jakarta selanjutnya.

Anis Baswedan pun menjadi gubernur di Jakarta, kepemimpinannya saat ini bisa di bilang mencerminkan wajah Islam, dimana beliau mengajukan untuk menarik saham 1,2 triliun yang di simpan dalam alkohol, dan menyatakan bahwa orang Jakarta lebih membutuhkan air bersih dari pada air alkohol, selain itu juga Anis mengembalikan tanah kampung Aquarium yang sempat di gusur ketika Ahok memimpin.



Dalam pidatonya Anis mengatakan bahwa “kita memang harus membrantas kemiskinan tapi tidak menghilangkan orang miskin”. Karena memang tugas seorang da’i adalah untuk membentuk pemikiran menggiring opini kepada yang Allah Ridhai. (Tribun Jakarta.com. Selasa, 19 Maret 2019)

*Ethos* merupakan sebuah sikap atau suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang komunikator yang akan meyakinkan kepada para pendengarnya bahwa dia adalah seorang yang ahli di bidang tersebut, sehingga akan membuat *audience* percaya dan yakin terhadap komunikator tersebut. (Unhjana, 1993 : 352).

Karena ketidakselaraan yang dilakukan oleh seorang mubaligh atau pembicara publik dari mulai perkataan hingga perbutaannya dinilai sangat tidak etis. Bahkan seharusnya seorang mubaligh idealnya memounyai sifat –sifat nabi, yaitu jujur (*shidiq*), dapat di percaya (*amanah*), cerdas (*fathanah*), dan komunikatif (*tabligh*).

Dalam hal ini Ustadz Haikal Hassan adalah seorang komunikator atau *mubaligh* yang harus meyakinkan jamaah bahwa yang di sampaikan itu adalah benar. Wawasan yang di miliki Ustadz Haikal Hasaan pun luas sehingga para jamaah tidak ragu percaya atas apa yang di sampaikan beliau. Sebagaimana Ustadz Haikal Hassan selalu meyakini jamaah bahwa yang di sampaikan itu sesuai dengan firman Allah dan hadits Rasulullah. Seperti kutipan ceramahnya berikut ini

Menurut Aristoteles dalam buku zainul Maarif bawah *ethos* terdiri dari: *Phronesis* yaitu mengetahui baik dan buruk. Dalam hal ini ustadz Haikal Hasaan bisa dikatakan sebagai seorang orator yang memiliki *phronesis*, seperti yang kita lihat pembahasan ceramah di atas dimana Ustadz Haikal Hassan mengingatkan untuk para jamaahnya agar memilih pemimpin yang beragama muslim, karena sudah jelas dalam Al- Quran Allah perintahkan. Hal itu menunjukkan bahwa Ustadz Haikal Hassan bisa menentukan baik dan buruk dan bisa memutuskan suatu perkara *mad’unya* yaitu memberikan solusi siapa pemimpin yang harus di pilih. Jadi dalam hal peneliti bisa menyimpulkan bahwa Ustadz Haikal Hassan memiliki *phronesis* salah satu bagian dari *ethos*.

Saya mengibaratkan dakwah itu seperti air, dia menukik dan tidak bisa di bendung, mentok dengan batu dia akan mencari kiri kanan yang lain. Dan dakwah itu mesti fleksible seperti air di taro di gelas jadi bentuk gelas di taro di teko jadi bentuk teko, dakwah jelas tujuannya seperti mana air. Air pasti menuju tempat yang rendah, dan berkumpul disana itu lah dakwah. Dakwah ujungnya persatuan dan mengalir memberi manfaat kepada orang orang yang dibawah. dakwah itu seperti air, air itu kalau sudah berkumpul tidak ada kekuatan yang sanggup untuk menghalanginya. Dakwah kalau sudah berkumpul tidak ada kekuatan yang sanggup menghalanginya. Air di up, jadi uap naik turun kembali,

air di panas kan naik di panaskan naik turun kembali, air tetep ada air itu adalah dakwah.

## **PENUTUP**

Berdasarkan dari penelitian dalam analisis yang telah dilakukan penulis dalam meneliti retorika dakwah ustadz Haikal Hassan dalam media sosial Instragram @haikalhassan\_quote. Maka peneliti menyimpulkan bahwa Ustadz Haikal Hassan yang biasa di panggil “Babeh “ merupakan ustadz juga seorang kunsultan motivator juga seorang dosen yang awal mulanya di kenal sebagai guru pengajaran anak anak dan remaja, kemudain mulai di kenal melalui aktifnya di media sosial Instagram hingga sekarang. Tidak hanya aktif di media sosial, ustadz Haikla Hassan juga sering mengisi pengajian di berbagai tempat bahkan kota dan juga sering diundang ke acara televisi.

Dari hasil pemaparan yang telah disampaikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: *pertama*, *Ethos* pada penelitian ini, Ustadz Haikal Hassan adalah serorang yang ber*ethos* (apa yang di sampaikan dapat dipercaya oleh khalayak) , dilihat dari ciri ciri *ethos* yaitu *phoresis, arete* dan *eunia*, Ustadz Haikal Hassan memilik ciri semuanya sebagai seorang ustadz. Dari enam video yang diteliti hasilnya adalah hampir semua video ceramah Ustadz Haikal Hassan memiliki unsur *ethos* di dalamnya. Hal ini menunukan bahwa teori aristoteles bahwa seroang *da'i* komunikator memang harus mempunyai *ethos* agar apa yang di sampaikanya dapat diterima dengan mudah oleh para *mad'unya*. *Kedua*, *Phatos* adalah berhubungan dengan intonasi, pemilihan kata, dan nada saat berceramah, Selain itu unsur *phatos* yang lain adalah emosi dan karakter. Dari enam video yang di teleiti Ustadz Haikal Hassan mampu membuat emosi para *mad'unya* menjadi sedih, haru, bahkan semangat hal itu sudah pasti karena sosok Ustadz Haikal Hassan memiliki unsur *phatos* dalam dirinya. *Ketiga*, *Logos* seorang orator harus memiliki kemampuan historis, kemapuan analogi, kemampuan fiksi dan kemapuan untuk logis. Setelah melakukan penelitian dari video-video Ustadz Haikal Hassan di Instagram, peneliti menyimpulkan bahwa Usatdz Haikal Hassan memiliki semua ciri logos itu.

Adapun, dalam penelitian ini, ada beberapa saran yang telah peneliti sampaikan diantaranya yaitu: Untuk menambah keyakinan para jammaah kepada apa yang di sampaikan sebaiknya Ustadz Haikal Hassan juga mempelajari lagi lebih dalam tentang berbagi ilmu keagamaan atau ke Islaman. Karena melihat dari riwayat pendidikan beliau lebih banyak memepelajari tentang ilmu keduniaan. Ketika berdakwah mungkin tema yang di usung bukan hanya tentang keluarga namun juga untuk semua kalangan, karena banyak juga yang menyukai Ustadz Haikal Hassan ini di kalangan remaja dan dewasa.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin Yusuf, Zainal. 2018 *Pengantar Retorika*. Bandung : Pustaka Setia
- Arbi, Armawati. 2012. *Psikologi Komunikasi Dan Tabligh*. Jakarta : AMZAH
- Aziz Moh, Ali. 2015. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : PERNADAMEDIA GROUP.
- Enjang. 2009, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Widya Padjadjaran
- Faudi M, H (2017). Pesan dakwah Hasan Albana dalam buku majmuat al-al-rasail, dalam ilmu dakwah : academic journal for 11 (2) 325-326. Homiletic studies.
- Gulen, Fethullah. 2014. *Dakwah*. Jakarta : Republika Penerbit.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Keraf, Gorys. 2010. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maarif, Zainul. 2015. *Retorika Metode Komunikasi Publik*. Jakarta : RajaGrafindo Persada
- Mulyana, Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2001 *Human Communication*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Muhyiddin A. (2017), Retorika dakwah mamah dedeh dalam acara “ Mamah dan Aa Beraksi” di indosiar. Ilmu dakwah academic journal for homiletic studies, volume 11 No (2): 219-234, web 06 agustus 2019
- Ridwan, A. 2009. *Monologika; Retorika untuk Tabligh Islam (Menelusuri sejarah menemukan arab) dalam Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 4 No. 14. Juli-Desember 2009
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Retorika Modern*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Suparta Munzier dan Hefni Harjani. 2015. *Metode Dakwah*. Jakarta : PERNADAMEDIA GROUP
- Suardi. 2017. *Urgensi Retorika dalam Perspektif Islam dan Persepsi Masyarakat: Jurnal An-nida'*, Vol. 41 No. 2. Edisi Desember 2017 hal 132
- Tajiri, Hajir. 2015. *Etika dan Estetika Dakwah*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media



## Web Series Sebagai Media Dakwah

Nurathari Jannah<sup>1\*</sup>, Yaya<sup>1</sup>, Aang Ridwan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

<sup>2</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email: syarah.nurathari@gmail.com

### ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui web series sebagai media dakwah dari aspek penanda dan pertanda pesan dakwah, makna denotasi dan konotasi pesan dakwah, serta untuk mengetahui makna baru dari dakwah Islam dalam web series Ramadhan Terakhir Episode 1-4 tahun 2018. Metode penelitiannya menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes dengan mengamati isi pesan dalam web series Ramadhan Terakhir melalui berbagai tanda-tanda atau lambang-lambang yang secara konvensional memiliki arti. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 yang diproduksi oleh Line Indonesia, merupakan inovasi dari media dakwah yang memuat banyak pesan-pesan dakwah yang ditunjukkan oleh penanda dan petanda, serta makna denotasi dan konotasinya. Diantara pesan dakwah yang terkandung dalam web series tersebut antara lain pesan akhlak seperti tolong menolong terhadap sesama dan pesan aqidah seperti anjuran untuk bertawakal kepada Allah dalam menghadapi setiap peristiwa yang terjadi. Pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir ini pada dasarnya merupakan salah satu bentuk dalam merealisasikan ajaran Islam, yakni menjadi *uswatun hasanah* dalam setiap tingkah laku.

**Kata Kunci :** Analisis Semiotika; Pesan Dakwah; Media Dakwah

### ABSTRACT

*This paper aims to find out the web series as a media of dakwah from the aspects of the message markers and markers, the meaning of denotation and connotation of the message of da'wah, and to find out the new meaning of Islamic propaganda in the Ramadan Terakhir web series Episodes 1-4 of 2018. The research method uses analytical methods Roland Barthes's semiotics by observing the contents of messages in the Ramadan Terakhir web series through sharing signs or symbols that conventionally have meaning. The signs include various sign systems that work well together to achieve the expected effect. The results of the study show that the Ramadan Terakhir web series*

*episodes 1-4 produced by Line Indonesia, are innovations from da'wah media that contain many propaganda messages shown by markers and markers, as well as the meaning of denotation and connotation. Among the da'wah messages contained in the web series include moral messages such as help for others and aqeedah messages such as encouragement to trust God in facing any event that occurs. Da'wah messages contained in the Last Ramadhan web series are basically one form of realizing Islamic teachings, which is to become uswatun hasanah in every behavior.*

**Keywords:** *Semiotics Analysis; Da'wah message; Da'wah media*

## PENDAHULUAN

Dakwah merupakan suatu aktivitas yang didalamnya melibatkan suatu proses penyampaian ajaran Islam kepada objek dakwah. Dakwah tidak hanya sebatas sebagai upaya penyampaian, melainkan juga sebagai upaya untuk merubah bola pikir dan jalan hidup manusia ke arah hidup yang lebih baik dan berkualitas. Dakwah juga harus dilaksanakan dengan di dukung oleh materi, media, dan metode yang tepat agar tujuan dakwah itu sampai kepada sasaran dakwahnya. Oleh karena itu, dalam fokus makalah jurnal ini akan membahas tentang salah satu media dakwah yang relevan dan memiliki rekam jejak digital yang dapat di ilacak yakni web series atau sebuah video online yang menggunakan internet sebagai mediumnya.

Analisis Semiotika ini membahas isi pesan dakwah dalam media sosial berupa web series. Web series yang menjadi objek penelitian kali ini berjudul Ramadhan Terakhir yang diproduksi oleh Line Indonesia. Web series ini dianalisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui penanda dan pertanda pesan dakwah, makna denotasi dan makna konotasi pesan dakwah, serta makna baru dari dakwah Islam yang terdapat dalam web series Ramadhan terakhir ini.

Literatur yang diambil pada penelitian ini adalah buku Semiotika Komunikasi karya Alex Sobur yang akan membantu memahami bagaimana tanda-tanda bekerja memberikan makna pada sebuah film. Teori analisis semiotika yang diambil adalah teori menurut Roland Barthes yang menekankan bahwa signifikasi tidaklah sederhana sebagai bentuk relasi antara penanda dan petanda saja. Akan tetapi ada beberapa tingkatan dalam relasi tersebut, mulai dari yang sederhana hingga yang sangat kompleks. Kompleksitas relasi inilah digambarkan oleh Roland Barthes melalui tingkat signifikasi (*straggered system*), yang memungkinkan menghasilkan makna yang juga bertingkat-tingkat. Analisis semotika juga berupaya menemukan makna tanda dalam film termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda. Karena sistem tanda sifatnya itu sangat kontekstual dan bergantung pada penggunaan tanda tersebut. Maka, pemikiran pengguna tanda merupakan hasil pengaruh dari berbagai wujud sosial dimana pengguna tanda tersebut berada.

Penelitian ini tertuju pada web series Ramadhan Terakhir Episode 1-4. Web series Ramadhan Terakhir merupakan serial yang bercerita tentang latar belakang mahasiswa yang sedang berusaha menjadi teman berfaedah yang selalu mengingatkan

akan kebaikan bagi sahabat-sahabatnya, yang saat ini telah memiliki kehidupan yang jauh berbeda dengan tiga tahun yang lalu. Berjuang dengan memanfaatkan aplikasi line, dan menularkan sikap-sikap positif dalam setiap episodanya. Web series Ramadhan Terakhir ini telah ditonton lebih dari 1,6 juta kali, dan akun youtube yang dimiliki oleh Line Indonesia ini telah mencapai 233 ribu *subscriber*.

Web series Ramadhan Terakhir yang diproduksi oleh Line Indonesia ini dipublikasikan pada 18 Mei 2018. Latar belakang pembuatan web series ini berangkat dari fenomena banyaknya sahabat Line yang hidup sebagai anak rantau. Mereka jauh dari orangtua nya, dan cenderung lebih dekat dengan temannya. Sehingga, peran seorang teman bisa menjadi sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Terlebih, dalam mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Maka dari itu, memilih teman menjadi hal yang penting. Dalam arti, kita harus memiliki teman yang mampu menjadi pengingat atau alarm kebaikan saat kita berbuat salah.

Tujuan dari pembuatan web series ini adalah agar sahabat Line sadar, bahwa seorang teman yang baik adalah mereka yang mau mengingatkan kita ketika berbuat salah, selalu mengajak untuk melakukan kebaikan dan melakukan hal-hal yang bermanfaat, serta mereka yang peduli baik buruknya diri kita.

Web series ini diberi judul Ramadhan Terakhir dengan alasan sejalan dengan alur ceritanya. Dimana, terkadang kita tidak akan pernah menyadari begitu berartinya sesuatu yang kita miliki, sampai pada saatnya sesuatu tersebut hilang dari genggaman kita. Dalam hal ini, ada sesuatu yang hendak disampaikan kepada penonton, yakni memanfaatkan dan hargailah setiap momen ramadhan dengan kebaikan dan ibadah yang sungguh-sungguh, sekan-akan ramadhan ini adalah ramadhan terakhir yang kita lalui.

Respon dari *viewers* sangat positif. Mereka menyambut baik jalan cerita yang dihadirkan dalam web series ramadhan terakhir ini. Karena mereka dapat menghubungkan kisah yang terdapat dalam web series Ramadhan Terakhir dengan kehidupan sehari-hari, dimana peran seorang teman bisa menjadi sangat dekat ketimbang dengan keluarga.

Berdasarkan teori yang digunakan dan lokasi penelitian yang dipilih maka ditemukan fokus penelitian yang berfungsi sebagai pemusatan konsentrasi terhadap tujuan penelitian. Maka rumusan masalah pada karya tulis ini adalah, Bagaimana petanda dan penanda pesan dakwah yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018? Bagaimana makna denotasi dan konotasi pesan dakwah yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018? Adakah makna baru dari dakwah Islam yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018?

## LANDASAN TEORITIS

Pada landasan teoritis ini akan dikemukakan tentang media dakwah. Secara sederhana media bisa diartikan sebagai alat komunikasi. Media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi (Nasrullah, 2017:3). Media juga di definisikan sebagai alat yang digunakan untuk perantara dalam melaksanakan suatu aktivitas. Media itu dapat berupa lisan, tulisan, audio, dan visual.

Secara bahasa media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah, atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media bentuk dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata (Aziz, 2009:403). Sedangkan secara terminologi, media merupakan fasilitas yang dimanfaatkan sebagai perantara untuk melaksanakan aktivitas dakwah, yakni dapat berupa lisan, tulisan, audio, visual, dan keteladanan (Sukayat, 2015:27).

Dakwah adalah dorongan kepada manusia untuk berbuat yang ma'rif dan mencegah dari yang munkar agar mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat (Sukayat, 2015:8). Dakwah juga merupakan sebuah proses terhadap respon para da'i, mengenai fenomena-fenomena atau permasalahan-permasalahan yang terjadi di dalam masyarakat. Dakwah dapat disampaikan melalui lisan, tulisan, dan perbuatan.

Maka media dakwah adalah alat atau sarana yang dijadikan untuk menyampaikan pesan dan misi dakwah. Media dakwah dapat diartikan pula sebagai alat yang bersifat objektif yang bisa menjadi sarana untuk menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan perjalanan dakwah (Sukayat, 2015:27).

Pada dasarnya, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan menggunakan berbagai media yang dapat menarik perhatian penerima dakwah. Aktivitas dakwah sebenarnya, semakin tepat dan efektif media yang digunakan semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada komunitas dakwah. Banyak sekali media dakwah yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dari mulai yang tradisional sampai yang modern, misalna kentongan, bedug, pagelaran kesenian, surat kabar, papan pengumuman, buletin, majalah, radio, televisi, *handphone*, film, dan internet. Saat ini, banyak dari masyarakat luas yang menggunakan media film sebagai alat untuk berdakwah, hal ini bisa kita jumpai tidak hanya di layar-layar besar seperti di televisi dan bioskop saja, melainkan melalui internet yakni berupa website dan Youtube channel tertentu (Nurazizah,dkk, 2016:2).

Hal tersebut, menandakan bahwa penggunaan media dakwah mengalami modifikasi secara terus menerus dari masa ke masa. Hingga pada saat ini muncul lah web series sebagai wajah baru dari salah satu dari media dakwah yang sedang di gandrungi. Web series merupakan salah satu bentuk dari video online yang menggunakan internet sebagai mediumnya. Pada awal kemunculannya di perindustrian, yang pertama kali di produksi oleh Bullseye Art dengan konten serial

animasi pendek. Web series tersebut di distribusikan secara independen menggunakan youtube dan memperoleh lebih dari 100 juta penonton (Irfansyah,dkk,2014:30).

Web series merupakan acara serial yang ditayangkan dalam sebuah media yang sedang berkembang pada web TV. Kebanyakan contoh web TV yang sedang populer diinternet adalah Youtube dan Vimeo. Saat ini, memproduksi web series dijadikan sebuah trend dengan kreasi baru dalam memunculkan beragam materi video yang sifatnya sangat unik, spesifik, khas, dan sangat pribadi. Konten kreator web series membiaskan realitas dan fiksi dengan cara yang menarik, yakni memberikan alternatif tontonan yang baru dan berkesan bagi penonton. Dalam setiap episodenya web series berdurasi sekitar dua hingga tujuh menit atau lima sampai lima belas menit.berbeda dengan sinetron (sinema elektronik) dan novel, dimana membutuhkan beberapa seri atau episode untuk sampai pada akhir cerita dan durasinya cenderung lebih lama. Web series memiliki subjek materi, teknik produksi, dan struktur yang unik, dan sangat berbeda jika dipadankan dengan program televisi. Menonton web series memiliki sensasi yang berbeda bila dibandingkan dengan hanya sekedar menonton program televisi melalui komputer (Irfansyah,dkk, 2014:30).

Dengan hadirnya inovasi-inovasi dari perkembangan media dakwah yang terus menerus mengalami kemajuan, tentunya juga memberikan alternatif dan ragam pilihan bagi para da'i dalam menggunakan media dakwah. Selanjutnya, penggunaan media-media modern sudah sepatutnya dimanfaatkan dengan baik oleh para aktivis dakwah, agar pesan dan tujuan dakwah dapat diterima oleh publik secara komprehensif.

### **Teori Analisis Semiotika**

Penelitian ini menggunakan teori analisis semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes. Semiotika adalah ilmu tentang tanda. Dimana, tanda merupakan basis dari keseluruhan komunikasi (Sobur, 2013:15). Dengan perantara tanda-tanda tersebut, manusia dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya.

Semiotika merupakan suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji dan mempelajari tanda. Tanda-tanda tersebut merupakan perangkat yang digunakan dalam upaya mencari makna ditengah-tengah kehidupan manusia. Semiotika pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) dan memaknai sesuatu (*things*) (Sobur, 2013:15)

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dengan pertimbangan bahwa semiotika adalah sebuah ilmu yang mengkaji tanda. Dan sebuah film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Maka dari itu, semiotika Roland Barthes lah yang memfokuskan semiotikanya terhadap tanda, meliputi penanda dan petanda yang terdapat dalam sebuah film. Tidak hanya itu, Barthes juga memfokuskan pada aspek denotasi dan konotasi, serta mitologi untuk dapat mengetahui makna-makna yang terkandung dalam film tersebut. Aspek penanda dan pertanda inilah yang nantinya akan diteliti secara kualitatif untuk



menemukan seperangkat tema-tema pokok dari sebuah film terkhusus web series, yang selanjutnya akan dikaji dari aspek pertanda dan penanda pesan dakwah, makna denotasi dan konotasi pesan dakwah, serta makna baru dari dakwah Islam yang terkandung dalam sebuah film, yang mana dalam penelitian ini adalah yang terdapat dalam web series Ramadhan Terakhir episode 1-4 tahun 2018.

Pada intinya, analisis semiotika berupaya menemukan makna tanda dalam film termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda. Karena sistem tanda sifatnya sangat kontekstual dan bergantung pada penggunaan tanda tersebut. Paradigma pengguna tanda merupakan hasil dari berbagai wujud sosial dimana pengguna tersebut berada. Dalam penelitian ini, analisis semiotika berupaya untuk mencari makna film sebagai representasi dari realitas, yakni sebuah film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari alur cerita yang disajikan dalam film tersebut.

### Konsep Utama Semiotika Roland Barthes

Jika semiotika yang dipahami Saussure berprinsip pada bahasa adalah sistem tanda yang terdiri dari penanda dan petanda, maka lain halnya semiotika yang dipahami Barthes. Roland Barthes memandang signifikasi sebagai sebuah proses yang total dengan suatu susunan yang terstruktur. Signifikasi itu tidak terbatas pada bahasa, akan tetapi terdapat pula pada hal-hal yang bukan bahasa. Pada akhirnya Roland Barthes memandang bahwa kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk signifikasi. Dengan kata lain, kehidupan sosial apapun bentuknya, merupakan suatu sistem tanda yang tersendiri pula. Kehidupan sosial seringkali digambarkan dalam tayangan film. Dengan demikian, simbol-simbol yang tersirat dalam film dapat di transfer oleh penonton ke dalam kehidupannya (Mudjiono, 2011:130).

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)	
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)		
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)		5. CONNOTATIVE SIGNIFEID (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)		

Gambar 1. Peta Tanda Roland Barthes

Semiotika Roland Barthes terdiri dari dua sistem pemaknaan, yakni denotasi dan konotasi. Dalam suatu tanda, ada yang disebut dengan penanda dan pertanda. Penanda adalah kesan inderawi suatu tanda. Sedangkan pertanda adalah gambaran

mental, pikiran, atau konsep yang dimunculkan oleh sebuah tanda. Kedua aspek tersebut kemudian digabungkan dan membentuk sebuah tanda, yakni makna denotasi. Makna denotasi tersebut kemudian akan menjadi penanda pada pemaknaan tingkat kedua, yang jika digabungkan dengan petanda yang lebih luas lagi maka akan membentuk makna konotasi.

Terdapat perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum dan yang dipahami oleh Roland Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti secara harfiah atau makna sebenarnya. Proses signifikasi denotasi biasanya merujuk pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, di dalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, dan konotasi merupakan signifikasi tingkat kedua.

Makna denotasi pada dasarnya mencakup hal-hal yang ditunjuk oleh kata-kata. Sedangkan makna konotasi adalah makna denotatif yang ditambah dengan segala gambaran, ingatan, dan perasaan. Kata konotasi itu sendiri berasal dari bahasa latin *connotate* yang berarti menjadi tanda, dan mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang di deskripsikan oleh tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana mendeskripsikannya (Sobur, 2012:128).

Selanjutnya, pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, sebuah tanda bekerja melalui mitos. Dimana mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa hal tentang realitas atau gejala alam. Mitos merupakan hasil dari kelas sosial yang sudah memiliki pengaruh. Mitos kuno misalnya, tentang hidup dan mati, manusia dan dewa. Sedangkan mitos masa kini misalnya tentang feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan, dan kesuksesan (Sobur, 2012:128). Mitos dalam pemahaman semiotika Roland Barthes merupakan pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap ilmiah. Mitos diciptakan oleh kelompok dominan dan terinternalisasi pada masyarakat sebagai sesuatu yang dianggap alami atau wajar. Mitos juga berfungsi untuk memberikan pembenaran pada nilai-nilai dominan yang berlaku di masyarakat dalam suatu periode tertentu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan pembahasan dalam web series yang diteliti penulis, mengandung unsur-unsur pesan dakwah yang hendak disampaikan kepada penonton. Menurut Barmawie Umary (1969: 56-58) pesan-pesan dakwah meliputi: Aqidah, syariah, akhlaq, ukhawah dan pendidikan, Sosial, kemasyarakatan, amar ma'ruf dan nahi munkar. Dalam web series ini ditemukan tiga jenis pesan. Pertama, tentang akidah yang menempati posisi pertama. Karena, akidah merupakan sistem keyakinan Islam yang mendasari seluruh aktivitas umat Islam dalam kehidupannya. Sistem keyakinan Islam ini dibangun atas dasar enam keyakinan atau yang biasa disebut dengan rukun iman. Iman adalah

membenarkan dengan hati dan meyakini adanya Allah, mengucapkan dengan lisan kalimat-kalimat Allah, dan anggota badannya melakukan perintah-perintah Allah dan menjahui segala larangan-Nya. Dengan adanya pesan aqidah ini diharapkan, konten kreator dari sebuah film itu dapat mengajak para penontonnya untuk selalu melakukan setiap aktivitasnya berdasarkan al-quran dan As-sunnah.

Kedua, Pesan syariah. Pesan tentang syariah ini berkaitan tentang aturan-aturan agama yang ditetapkan oleh Allah yang ada dalam al-Quran dan Sunnah Rasulullah. Dimana aturan atau hukum ini mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya (*hablumminallah*), dan hubungan dengan sesamanya (*hablumminannas*). Hubungan yang pertama itu disebut dengan ibadah dan hubungan yang kedua disebut dengan muamalah. Maka, dengan kata lain syariah merupakan pengamalan dari konsep aqidah. *Value* dan manfaat dari web series Ramadhan Terakhir ini akan terasa jika kita mempraktikannya. Karena, ibadah saja tidak cukup melainkan harus ada ikhtiar atau usaha untuk mencapai sesuatu yang diharapkan.

Ketiga, Pesan akhlak yang merupakan nilai dari tingkah laku manusia. Nilai itu bisa baik atau buruk. Yang dinilai disini adalah sikap manusia dalam berhubungan dengan Tuhan, yakni ibadah dan hubungan dengan sesamanya yaitu muamalah atau hubungan sosial dengan manusia dan lingkungannya. Dalam web series Ramadhan Terakhir ini memuat pesan bagaimana kita harus bersikap terhadap Allah dan terhadap sesama manusia.

### **Petanda dan Penanda, Makna Denotasi dan Konotasi Pesan Dakwah dalam Web Series Ramadhan Terakhir Episode 1-4**

Dakwah merupakan rangkaian kegiatan yang di dalamnya melibatkan beberapa unsur. Dimana unsur-unsur tersebut membentuk sebuah sistem yang di dalamnya saling berhubungan, saling mendukung, saling menopang, dan saling mengukuhkan (Dulwahab, 2016:302). Salah satu dari unsur itu adalah media dan materi dakwah yang hendak disampaikan kepada objek dakwahnya. Materi atau pesan dakwah yang terkandung dalam web series ini dianalisis melalui semiotika Roland Barthes.

Dalam pembahasan Barthes, sistem pemaknaan dalam analisis semiotika terdiri dari dua tahap signifikasi, yaitu pertama signifikasi tahap denotasi makna paling nyata dari tanda adalah hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Kedua, signifikasi tahap konotasi menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca (Sobur, 2012: 128).

Tabel 1. Episode Satu (Yang Tak Pernah Berubah)

Petanda	Penanda
	Didit membantu seorang Nenek menyebrang

<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Didit membantu seorang nenek yang kesulitan menyebrangi jalan raya	Penggambaran seseorang yang baik hati, suka menolong, dengan membantu seorang nenek menyebrangi jalan raya dan membawakan barang bawaannya.

Makna dari gambar diatas dapat dilihat dari perilaku Didit menolong seorang nenek yang kesulitan menyebrangi jalan raya, meskipun sebenarnya Didit sedang mengendarai sepeda motor. Akan tetapi, hal tersebut tidak mengurungkan niat Didit untuk menolong sesama. Perilaku Didit dalam adegan ini, menyampaikan pesan tentang muamalah dan akhlak, yang digambarkan atas sikap tolong menolongnya dan rasa hormat terhdap yang lebih tua darinya. Budaya tolong menolong ini sebagaimana yang diungkapkan Putra (2018: 482) mempunyai nilai ibadah yang tentunya akan bermanfaat di dunia dan di akhirat. Karena kebaikan yang dilakukan akan kembali pada diri sendiri.

Tabel 2. Episode Satu

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Didit menegur Chandra
<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Didit menegur Chandra, karena Ia hendak berbuka puasa di siang hari.	Salah satu bentuk realisasi dari ajaran Islam yakni saling menasehati dalam kebenaran dan kesabaran.

Maksud yang terdapat pada adegan ini adalah sosok Didit yang berupaya mengingatkan salah satu sahabatnya yakni Chandra, yang hendak berbuka puasa di siang hari. Meskipun diperbolehkan jika ada alasan syar'i, seperti halnya sakit.mengingatkan seseorang yang hendak membatalkan puasa adalah keharusan, karena jika membiarkannya merupakan kesalahan. Selain sebagai bentuk perhatian terhadap seorang teman, hal ini juga mengingatkan kepada kita untuk selalu yakin

bahwa Allah maha melihat perbuatan yang kita lakukan dimanapun berada. Pesan aqidah yang terdapat dalam adegan ini, mengajak penonton agar menguatkan keyakinan bahwa Allah maha melihat segala sesuatu. Sebagaimana firman Allah dalam surat At-Tagabun ayat 8 yang artinya “maka berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan kepada cahaya (Al-Quran) yang telah Kami turunkan. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Terjemah Mushaf Sabrina, 2010:556).

Tabel 3. Episode Satu

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Didit membagikan sebuah kertas kepada Ario, Bimo, dan Chandra.
<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Didit membagikan sebuah kertas kepada Ario, Bimo, dan Chandra yang isinya adalah amalan ibadah harian yang harus mereka lakukan setiap harinya.	Salah satu ikhtiar Didit untuk mengajak sahabat-sahabatnya senantiasa istiqomah dalam beribadah dan melakukan kebaikan.

Dalam adegan diatas menunjukkan bahwa Didit seorang begitu *care* terhadap Ario, Bimo, dan Chandra. Didit tidak ingin berada di jalan kebaikan sendirian. Ia ingin sahabat-sahabatnya merasakan indahnya meraih pahala dengan melakukan kebaikan. Untuk itu, Didit memfasilitasi Ario, Bimo dan Chandra dengan membuatkan mereka daftar ibadah harian (amalan yaumiyah) yang harus mereka lakukan, sebagai salah satu ikhtiar Didit agar sahabat-sahabat nya sedikit demi sedikit istiqomah dalam kebaikan. Apa yang dilakukan Didit ini termasuk pada pesan muamalah, yakni bentuk kepedulian untuk menjaga hubungan yang baik dengan teman-temannya. Hal ini juga termasuk perilaku *al-bir* yakni melakukan kebajikan. luas. Menurut Thahir Ibn Asyur (dalam Azra, 2003:101) kata *al-Bir* tidak hanya berarti kebaikan saja, tetapi mencakup kebajikan dalam beribadah kepada Allah, kebajikan dalam melayani keluarga, dan kebajikan dalam melakukan interaksi dengan orang lain.

Tabel 4. Episode Dua (Cita-cita Yang Belum terwujud)

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Didit terjatuh, karena kakinya tersandung.

<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Didit terjatuh karena dijahili Ario, Bimo, dan Chandra. Mereka berniat menguji kesabaran Didit dengan berbagai macam cara.	Penggambaran sosok Didit yang sabar dan tidak dendam. Secara tidak langsung Didit pun memberi contoh sikap yang baik terhadap ketiga sahabatnya itu, bahwa memaafkan adalah sikap yang tepat.

Makna dari adegan diatas menunjukkan bahwa Didit tidak membalas kembali atas perbuatan yang dilakukan Ario, Bimo, dan Chandra. Didit lebih memilih untuk bersabar. Karena, jika dirinya disibukkan oleh pelampiasan balas dendam maka waktunya akan terbuang sia-sia, dan hatinya tidak dapat fokus untuk urusan yang lain. Sehingga ia kehilangan kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lebih bermanfaat. Maka, dengan memaafkan hati dan pikirannya menjadi lebih tenang untuk mendapatkan sesuatu yang lebih penting dan bermanfaat bagi dirinya.

Menurut Dr. Marzuki (2009:51) sifat dendam harus kita buang jauh-jauh dan kita ganti dengan sifat yang sebaliknya, yakni kita berupaya untuk membuat orang lain bahagia. Seorang muslim yang baik akan selalu menebar keahagiaan, ketenangan, dan persahabatan di mana pun dia berada. Membuat orang lain bahagia dengan cara yang dihalalkan merupakan kewajiban agama Islam, sehingga lingkungan umat Islam akan selalu diliputi dengan ketenangan, ketenteraman, kebahagiaan, dan penuh dengan persahabatan. Sikap Didit ini merupakan salah satu pesan akhlak kepada seorang teman yang patut kita tiru dan juga amalkan dalam kehidupan sehari-hari ketika kita bergaul dengan teman sebaya.

Tabel 5. Episode Dua

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Didit mengajak Ario, Bimo, dan Chandra untuk membuat nasi box.

<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Didit mengajak Ario, Bimo, dan Chandra untuk membuat nasi box untuk <i>Sabur On The Road</i> . Yang merupakan salah satu cita-cita Didit dari dulu yang belum tercapai.	Hal ini menunjukkan bahwa baik Didit, Ario, Bimo, maupun Chandra memiliki sikap dermawan dan peduli terhadap sesama.

Makna dari adegan diatas menunjukkan bahwa Didit memiliki cita-cita yang mulia yakni ingin berbagi terhadap sesama. Terlebih mereka adalah orang yang membutuhkan. Hal ini juga menunjukkan bahwa tidak hanya Didit, melainkan Ario, Bimo, dan Chandra juga memiliki empati dan sikap dermawan untuk senantiasa berbagi serta tolong menolong terhadap sesama. Kesadaran untuk berbagi tidak hanya merupakan sikap mulia yang diajarkan agama. Akan tetapi, pikiran dan intuisi manusia sebagai makhluk sosial selalu mengupayakan untuk bersikap peduli dan peka terhadap kesulitan, dan keterbatasan yang dirasakan orang lain.

Seseorang yang mencintai sesamanya sama mencintai dirinya sendiri, mereka tidak dihinggapi rasa sombong dan takabur gara-gara menumpuknya harta, bahkan sebaliknya harta menjadi anugerah terbesar mereka untuk semakin meningkatkan amal kebaikan. Beramal baik kepada sesama itu dijanjikan keuntungan yang besar berupa ganjaran yang tidak akan pernah putus berupa kebahagiaan lahir dan batin, karena harta yang disedekahkan akan diganti oleh Allah SWT (Bastomi, 2016: 149). Perangai atau akhlak seperti yang digambarkan dalam adegan ini patut juga untuk kita terapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 6. Episode Dua

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Didit sedang menunggu Ario, Bimo, dan Chandra
<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Didit menunggu kedatangan Ario, Bimo, dan Chandra yang sudah sepakat untuk menemaninya <i>Sabur On The Road</i> bersama orang-orang jalanan.	Penggambaran Didit yang sabar menunggu kedatangan Ario, Bimo, dan Chandra yang akan menemaninya <i>Sabur On</i>

	<i>The Road.</i>
--	------------------

Pada adegan di atas, dapat dimaknai bahwa Didit adalah sosok yang sabar dan berbaik sangka bahwa teman-temannya pasti akan datang menemaninya *Sabur On The Road*. Didit terus mencoba untuk menghubungi Ario, Bimo, dan Chandra. Didit tidak egois, Ia ingin sahabat-sahabat nya itu ikut merasakan indahnya kebaikan dengan berbagi terhadap sesama. Sikap Didit yang tidak mudah putus asa dan terus berbaik sangka, merupakan pengamalan dari akhlak yang terpuji. Dari adegan ini, mencoba menyampaikan pesan kepada penonton untuk berupaya menjadi pribadi yang optimis dan tidak berburuk sangka kepada orang lain.

Tabel 7. Episode Tiga (Sesuatu Yang Hilang)

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Bimo datang dan meminta maaf kepada Didit.
<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Bimo datang dan meminta maaf dan menjelaskan alasannya kepada Didit karena terlambat datang untuk <i>Sabur On The Road</i> . Dan Didit pun memaafkan Bimo.	Penggambaran sosok Bimo yang lapang untuk mengakui kelalaiannya dan Didit yang pemaaf.

Dari adegan diatas dapat dimaknai bahwa Bimo adalah sosok yang mau mengakui kelalaiannya dan dengan lapang meminta maaf terhadap Didit. Begitu pun dengan Didit, yang juga dengan lapang memaafkan Bimo. Meskipun Didit sudah cukup lama menunggu kedatangan Bimo, Ario, dan Chandra. Dan pada akhirnya hanya Bimo yang datang karena Ario dan Chandra sangat sulit untuk dibangunkan.

Meminta dan memberi maaf kepada orang lain bukan sesuatu yang mudah untuk dilakukan. Sekalipun seseorang telah menyadari kesalahannya, meminta maaf kepada orang yang telah disakiti atau dikecewakan tidaklah mudah. Akan tetapi, agama mengajarkan kita untuk bersegera meminta maaf ketika membuat kesalahan. Dengan meminta maaf sebenarnya adalah salah satu ikhtiar unyuk menghapus kesalahan yang telah terjadi.

Agama juga mengajarkan agar kita senantiasa dengan lapang dada memaafkan atas kesalahan seseorang yang telah menyakiti atau mengecewakan kita. Memberi maaf bukanlah suatu hal yang lemah, akan tetapi merupakan suatu kemuliaan seseorang karena mengamalkan salah satu sifat Allah yang Maha Pemaaf.



Tabel 8. Episode Tiga

Penanda	Petanda
	Bimo dan Didit membagikan nasi box.
Makna Denotasi	Makna Konotasi
Bimo dan Didit membagikan nasi box kepada para bapa, ibu-ibu, dan anak-anak yang ada di jalanan.	Didit dan Bimo adalah sosok yang baik hati, suka berbagi, dan dermawan terhadap orang-orang yang membutuhkan.

Makna dari adegan diatas dapat dilihat ketika Bimo dan Didit membagikan makanan untuk sahur kepada para bapa, ibu-ibu, dan anak-anak yang ada di jalanan. Apa yang dilakukan Bimo dan Didit adalah salah satu sikap kepedulian terhadap sesama.

Dengan berbagi kita membantu orang lain dan memberikan kemudahan kepada mereka. Selain itu, dengan berbagi membuat kita lebih peduli terhadap orang lain dan menambah rasa syukur kita akan hidup. Dan berbagi adalah sedekah, maka kita akan meraih pahala dan Allah akan mengganti apa yang telah kita keluarkan. Seperti firman Allah dalam qs. Saba ayat 39, yang artinya: “Katakanlah, Sungguh Tuhanku melapangkan rizki dan membatasinya bagi siapa yang Dia kehendaki diantara hamba-hamba-Nya. Dan apa saja yang kamu infakkan, Allah akan menggantinya, dan Dialah pemberi rezeki yang terbaik.” (terjemah mushaf Ustmani Ar-rusydi, Management Cahaya Quran,2008:432).

Makna pada adegan ini juga menggambarkan bagaimana seorang muslim mengamalkan muamalahnya dalam hal *hablumminanas*, yakni menjaga hubungan baik dengan sesama dengan cara memperhatikan dan peduli terhadap mereka yang membutuhkan. Berbagi merupakan bagian dari sikap yang terpuji. Karena dengan berbagi, seseorang melatih dirinya untuk berkorban, menularkan kebaikan, menumbuhkan sikap peduli, dan memberikan kebahagiaan kepada orang lain. Selain itu, dengan berbagi membuat diri kita lebih dekat dan semakin merasakan kesusahan

yang dialami mereka. Hal itu membuat kita sadar dan menjadi pribadi yang senantiasa bersyukur terhadap segala nikmat yang telah Allah swt. berikan.

Tabel 9. Episode 4 (Yang Tak Akan Terulang)

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Ario, Bimo, dan Chandra sedang berdoa untuk kesembuhan Didit.
<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Ario, Bimo, dan Chandra sedang berdoa untuk kesembuhan Didit yang mengalami kecelakaan.	Penggambaran Ario, Bimo, dan Chandra yang bertawakal kepada Allah swt. untuk kesembuhan.

Makna dari adegan diatas dapat dilihat ketika Ario, Bimo, dan Chandra berdoa untuk kesembuhan Didit yang telah mengalami kecelakaan. Apa yang mereka lakukan menunjukkan bahwa mereka sangat peduli dan menyayangi Didit. Selain itu, mereka berdoa untuk kesembuhan Didit dan bertawakal kepada Allah.

Sikap tawakal ini merupakan pengamalan dari aqidah atau iman kepada Allah swt. Menurut al-Qardhawi (2004:5) tawakal adalah memohon pertolongan, sedangkan penyerahan diri secara totalitas adalah satu bentuk ibadah. Bertawakal adalah memasrahkan semua perkara kepada Allah swt. dan meyakini dengan sebenarnya bahwa tidak ada yang mendatangkan bahaya dan memberi manfaat kecuali Allah swt. Karenanya dengan bertawakal lah kita akan lebih siap menerima setiap kenyataan, meskipun kenyataan itu pahit dan tidak kita kehendaki. Seseorang yang bersikap tawakal akan merasa bersyukur atas keberhasilan dari yang di iktirikan atau di usahakannya, dan ia akan bersabar dan menerima dengan lapang ketika apa yang ikhtiarkannya itu berbuah kegagalan. Karena ia menyadari bahwa perihal kesuksesan dan kegagalan telah menjadi ketentuan Allah swt.

Seseorang yang tawakal akan memiliki kekuatan dalam mengahdapi berbagai masalah yang menimpa dirinya. Selain itu, ketika menjalani kehidupannya ia akan diliputi rasa aman dan tentram karena selalu percaya dan yakin, bahwa apapun ketentuan yang Allah tetapkan adalah yang terbaik.

Tabel 10. Episode 4 (Yang Tak Akan Terulang)

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Bimo melihat pesan yang dikirim ke grup oleh Chandra.
<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Bimo melihat isi pesan yang dikirim ke grup oleh Chandra yang mengingatkan jangan hanya semangat ibadah ketika bulan ramadhan.	Penggambaran sosok Chandra yang berikhtiar untuk mengingatkan teman-temannya agar senantiasa istiqomah dalam beribadah dan berbuat kebaikan.

Pada adegan diatas dapat dimaknai ketika Chandra mengirim pesan ke grup yang isinya mengingatkan Ario, Bimo, dan Didit untuk tetap semangat dan istiqomah dalam beribadah dan berbuat kebaikan, meskipun bulan ramadhan sudah berlalu.

Hal ini juga menunjukkan bahwa, Chandra berusaha menjadi sosok yang lebih baik lagi dan juga menyeru teman-temannya untuk melakukan hal yang sama, yakni konsisten dalam kebaikan. Walaupun tidak mudah, akan tetapi jika dijalani dengan bersama-sama, kemudian dibarengi dengan saling mengingatkan maka ikhtiar untuk menjadi persona yang lebih baik lagi akan terasa ringan untuk dilalui.

Ada sebuah pemandangan yang menarik, dimana pada awalnya Didit yang terus menerus berupaya untuk selalu mengingatkan sahabat-sahabatnya dalam berbuat kebaikan. Akan tetapi, kini sahabatnya lah yang mulai menjadi pengingat untuk Didit. Hal ini menandakan bahwa ikhtiar yang selama ini Didit tempuh, membuahkan hasil yang bermakna. Hal ini juga menggambarkan bahwa pesan yang hendak disampaikan dalam adegan ini adalah bentuk hablumminallah dalam rangka memaksimalkan ikhtiar untuk menjadi perantara kebaikan bagi orang lain.

Tabel 11. Episode 4 (Yang Tak Akan Terulang)

<b>Penanda</b>	<b>Petanda</b>
	Ario, Bimo, Chandra, dan Didit saling berpelukan.
<b>Makna Denotasi</b>	<b>Makna Konotasi</b>
Ario, Bimo, Chandra, dan Didit saling	Penggambaran indahnya

berpelukan setelah bermaafan saat idul fitri. Dan juga merasa bersyukur atas kesembuhan Didit.	persahabatan yang dilandasi dengan ibadah dan rasa syukur.
--	--

Dari adegan diatas, dapat dimaknai bahwa Ario, Bimo, Chandra, dan Didit saling memaafkan atas kekhilafan dan kesalahan yang telah mereka lakukan saat bulan ramadhan. Ario, Bimo, dan Chandra juga merasa sangat bersyukur atas kesembuhan Didit, meskipun belum sembuh sepenuhnya. Pesan tentang *habluminannas* ini dapat kita temui pada adegan diatas. Hal itu menandakan betapa bahagia dan bersyukur nya dari diri masing-masing memiliki sahabat yang mau bersama-sama berjuang di jalan kebaikan.

Hal ini juga menggambarkan persahabatan yang dilandasi ibadah dan rasa syukur merupakan salah satu nikmat yang diberikan Allah. Karena akan banyak melahirkan manfaat untuk dirinya masing-masing. Selain itu, juga akan melahirkan ketakwaan, dan rasa cinta kepada sesama terlebih kepada Allah.

Allah swt. berfirman dalam surat Az-Zukhruf ayat 67 “Teman-teman karib pada hari itu saling bermusuhan satu sama lain, kecuali mereka yang bertakwa” (terjemah mushaf ustmani Ar-rusydi, penerbit: Management Cahaya Quran, 2008:44).

Ayat ini menunjukkan bahwa kelak di akhirat, teman teman yang dahulunya sangat dekat dengan kita akan berbalik menjadi musuh, kecuali bagi mereka yang bertakwa. Maka, carilah sahabat yang mau bersama-sama menggapai ridha Allah dengan selalu menunjukkan pada jalan-jalan kebaikan. Karena pada dasarnya, persahabatan yang baik dan benar adalah yang ikatannya dilandasi cinta kepad Allah swt., yakni dia yang mencintai sahabatnya karena memiliki ketaatan kepada Allah, aqidah yang kuat, dan yang semangatnya mengikuti sunnah Nabi saw.

### **Makna Baru dari Dakwah Islam dalam Web Series Ramadhan Terakhir Episode 1-4**

Web series Ramadhan Terakhir ini muncul sebagai salah satu alternatif hiburan di tengah-tengah semakin berkembangnya teknologi era digital. Dimana, pola kehidupan masyarakat saat ini tidak terlepas dari internet. Hal yang demikian ini sudah menjadi kebutuhan primer, termasuk dalam mencari segala macam informasi dan hiburan. Namun, kehadiran web series juga dimanfaatkan oleh para aktivis dakwah sebagai peluang untuk menyampaikan dakwah secara luas.

Hal tersebut menandakan bahwa salah satu konsekuensi dari globalisasi adalah adanya budaya bermedia. Budaya media ini menurut Fakhruroji (2017:36) ditandai dengan maraknya penggunaan media yang bersifat teknologi, yang pada akhirnya menggiring kita menjadi bagian dari *media-saturated society* (masyarakat yang sarat-media), yakni masyarakat yang sangat dipengaruhi atau bergantung pada media yang seringkali berbentuk teknologi tinggi.

Web series Ramadhan terkahir juga hadir sebagai bagian dari inovasi media dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Media dakwah, kini tidak lagi terbatas hanya pada kegiatan-kegiatan yang berlangsung di majelis-majelis taklim di masjid, melainkan media dakwah mampu menembus ruang dan waktu melalui bantuan teknologi yang semakin hari semakin cepat perkembangannya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Muhaemin (2017:354) kehadiran internet telah membuka wilayah dakwah menjadi sangat terbuka. Dakwah bukan hanya dapat disampaikan melalui ceramah di atas mimbar, dikemukakan kepada mustami di dalam kegiatan pengajian dan majelis taklim, tetapi juga dapat disebarkan melalui email, website, blog, millis, dan perangkat situs jejaring sosial seperti facebook, twitter, dan plurk. Pola dakwah di internet juga dapat dilakukan dengan berbagai cara yang kian beragam. Bukan hanya dengan tulisan, gambar, dan suara semata, tetapi juga telah berkembang jauh lebih dari itu. Memanfaatkan internet sebagai media, bukan hanya penting, tetapi juga sudah sangat mendesak dioptimalkan. Terlebih oleh para akademisi ilmuwan dakwah, yang notabene memiliki ilmu keislaman yang mendalam, wawasan kedakwaan yang luas, dan pemahaman terhadap dunia internet yang memadai.

Berbicara soal makna dari dakwah Islam yang biasanya diartikan sebagai upaya mengajak orang lain kepada kebaikan. Setelah menemukan makna-makna yang terdapat dalam web series Ramadhan Terakhir ini dapat dikatakan bahwa makna dakwah bukan lagi sekedar mengajak orang lain agar melakukan kebaikan, melainkan aktivitas dakwah selain mengajak juga harus mampu memfasilitasi objek dakwah nya agar ia mau melakukan kebaikan. Sehingga, jika sang dai tidak berada di lingkungan yang sama dengan objek dakwah, maka ajakannya untuk melakukan kebaikan masih tetap berjalan. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi di era digital ini. Sebagaimana yang di gambarkan oleh Didit dalam series web ini dalam memfasilitasi sahabat-sahabatnya untuk selalu berbuat kebaikan yakni melalui aplikasi Line.

Sebagaimana yang diungkapkan Amri Syarif Hidayat (2013:3), bahwa arti dari dakwah janganlah terpaku pada makna tekstual saja. Karena memaknai dakwah dalam arti sempit justru akan mempersempit ruang dakwah Islam. Karena, Islam tidak hanya dapat di ekspresikan hanya dengan ritual spiritual nya saja, melainkan harus terimplementasi dalam kehidupan nyata. Artinya, bahwa kondisi sosial, ekonomi, politik, dan budaya masyarakat modern saat ini, tidak bisa hanya dilakukan melalui pendekatan verbal. Masyarakat telah terbuka dengan teknologi dan telah menjadi bagian dari kehidupannya, sehingga dibutuhkan pendekatan lain yang lebih nyata dan konkrit dalam pendekatan dakwah.

## **PENUTUP**

Web series Ramadhan Terakhir Episode 1-4 merupakan salah satu inovasi dalam memanfaatkan media dakwah. Hal ini terbukti bahwa web series Ramadhan Terakhir mengandung pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui petanda dan penanda kepada penonton, terutama pesan yang berkaitan dengan akhlak. Pesan-pesan akhlak itu meliputi, menghormati yang lebih tua, menjadi pribadi yang sabar dan saling memaafkan, serta dari web series ini kita juga belajar bagaimana menjadi sosok fasilitator kebaikan. Tidak hanya pesan akhlak, dalam web series Ramadhan Terakhir ini juga terdapat pesan syariah dan akidah yang hendak disampaikan. Pesan syariah yang terdapat dalam serial web ini yakni tentang *hablumminannas* (hubungan sosial) yang ditandai dengan sikap saling tolong menolong dan peduli terhadap sesama. Selanjutnya, pesan akidah yang hendak disampaikan yakni mengenai tawakal, yakni memasrahkan setiap urusan kepada Allah swt. dan meyakini dengan sebenarnya bahwa tidak ada yang mendatangkan bahaya dan memberi manfaat kecuali Allah SWT.

Berdasarkan makna denotasi dan konotasi, pesan-pesan yang terkandung dalam web series Ramadhan Terakhir secara general merupakan salah satu bentuk dalam merealisasikan ajaran Islam, yakni menjadi *uswatun hasanah* untuk orang lain dalam setiap perbuatan. Dalam web series ini juga, terdapat makna dakwah baru yakni dakwah yang tadinya diartikan sekedar mengajak dalam kebaikan, akan tetapi disini kita menemukan bahwa dakwah bukan lagi sekedar mengajak namun dakwah harus mampu memfasilitasi objek dakwah nya agar mau melakukan kebaikan. Sehingga, jika sang dai tidak berada dilingkungan yang sama dengan objek dakwah, maka ajakannya untuk melakukan kebaikan masih tetap ada.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah dan memberikan masukan terhadap Line Indonesia untuk terus memberikan karya-karya dalam bidang perfilman yang dapat mengedukasi dan memberikan contoh dalam aspek moral, akidah, dan akhlak kepada para penonton, terkhusus untuk generasi-generasi di masa mendatang. Selain itu, *self-skill* yang berkaitan dunia produksi perfilman dan konten kreator juga harus menjadi salah satu aspek yang diperhatikan dalam memanfaatkan media dakwah, agar pesan-pesan dakwah yang disampaikan mampu dikemas dengan menarik, kreatif, dan memiliki kesan tersendiri bagi sasaran dakwah yang menerimanya.

Selanjutnya, akan lebih baik jika para konten kreator memperhatikan durasi penayangan yang tidak terlalu singkat, juga tidak terlalu bertele-tele dan juga setiap adegan nya di perdetail. Dengan pertimbangan agar penonton bisa lebih memahami makna yang terkandung dalam setiap episodnya. Mengingat, kompleksitas masyarakat atau penonton yang membuat kurang memahami makna yang terkandung dalam film tersebut. Selain itu, latar belakang pembuatan film sebaiknya, merepresentasikan dari keadaan sosial atau realitas yang terjadi di masyarakat. Dan juga para penonton dianjurkan untuk tetap memilih tontonan atau film-film yang

mengandung makna-makna yang positif, memiliki moral dan nilai-nilai yang baik. Sebab, untuk era milenial saat ini banyak sekali tantangan, dimana tidak sedikit tontonan-tontonan yang mengandung unsur-unsur yang tidak bermoral.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfajri, Iqbal. I. B. (2014). Analisis Web Series Dalam Format Film Pendek dalam Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia, vol.6 No. 1 2014.
- Alhidayatillah, Nur. (2017). Dakwah Dinamis Di Era Modern dalam *An-nida' : Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 41 No. 2 Desember 2017.
- Aziz, Ali. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Dacosta, Matus Djoevan Dacosta. (2017). *Strategi Kreatif Iklan Dalam Pemanfaatan Web Series (Studi Kasus Axelerate: The Series Axe Indonesia Oleh Makna Creative)*. e-*Proceeding Of Management*, 1153.
- Dulwahab, Encep. (2016). Rebranding Dakwah Di Media Televisi dalam *ANIDA : Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, Vol. 15 No. 2 Desember 2016
- El Ishaq, Ropingi. (2016). Pesan-pesan Dakwah Dalam Film 3 Idiots dalam *Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies*, Vol. 10 No. 1 Januari-Juni 2016.
- Fakhruroji, Moch. (2017). *Dakwah Di Era media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Reamaja Rosdakarya.
- Maarif, B. S. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mudjiono, Yoyon. (2011). Kajian Semiotika Dalam Film dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. 1 April 2011
- Muhaemin, Enjang. 2017. Dakwah Digital Akademisi Dakwah dalam *Ilmu Dakwah: Academic Journal For Homiletic Studies*, Vol. 11 No. 2 2017
- Munir, Samsul. (2013). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Nasrullah, Rully. (2017). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurazizah, Annisa. C.S. (2016). Pengemasan Konsep Film Dakwah pada Komunitas Salman Film ITB dalam *TABLIGH: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran*, Vol. 1 No. 2 2016
- Rakhmawati, Istina. (2016). Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah dalam *At-Tabsyir : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4 No. 1 Juni 2016
- R.H, D. A. (2016.) *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram dalam Paradigma*, Vol. 4 No.3 2016
- Sobur, Alex. (2012). *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukayat, Tata. (2015). *Ilmu Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syarif, Hidayat Amri. (2013). Membangun Dimensi Baru Dakwah Islam : Dari Dakwah Tekstual Menuju Dakwah Kontekstual dalam *Jurnal RISALAH*, Vol. XXIV Edisi 2 November 2013