

Retorika Komunikasi Aa Gym dalam Kajian Al-Hikam "Jangan Sia-Siakan Waktu"

Yusef Bani Ahmad*

Universitas Singaperbangsa, Karawang, Jawa Barat, Indonesia

Abstract

The purpose of this study is to find out what the rhetorical element in Aa Gym's oral discourse looks like when delivering its da'wah message to the congregation regarding the study of Al-Hikam with the topic "don't waste time" and then how to use the rhetorical function of Aa Gym in conveying its da'wah message to the congregation. This research uses a qualitative-descriptive approach with content analysis. The data source is taken from a youtube video, the Media Da'wah Hikmah TV channel. The findings of the study conducted are that speakers have great persuasion in every sentence that is simple and easy to understand, conciliatory intonation and calm body language. In the content of the conversation, everything is assembled and conceptualized with a good plot. The opening, body and closing sentences are able to arouse the feelings of those who hear them. Judging from the audience, they are very happy and comfortable when listening to Aa Gym's lectures that are in accordance with the realities of life. The rhetorical function used by Aa Gym when delivering its da'wah is corrective, instructive and suggestive rhetorical functions. The expected implication in this research is knowledge of da'wah strategies that can be applied with a rhetorical approach to be able to convey sentences in oral discourse that are able to give influence and have a good impact on listeners.

Keywords: Rhetoric; communication; discourse analysis; Aa Gym

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menemukan seperti apa unsur retorika dalam wacana lisan Aa Gym ketika menyampaikan pesan dakwahnya kepada jamaah mengenai kajian Al-Hikam dengan topik "jangan sia-siakan waktu" lalu bagaimana penggunaan fungsi retorika Aa Gym dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada jamaah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan analisis isi. Sumber data diambil dari video youtube channel Media Dakwah Hikmah TV. Hasil temuan data berdasarkan kajian yang dilakukan yaitu penutur memiliki persuasif yang besar dalam setiap kalimat-kalimat yang sederhana dan mudah dimengerti, intonasi yang mendamaikan dan bahasa tubuh yang tenang. Dalam isi pembicaraan, semua terangkai dan terkonsep dengan alur yang baik. Kalimat pembuka, isi dan penutup mampu menggugah perasaan yang mendengarnya. Dilihat dari audiens, mereka sangat senang dan nyaman ketika mendengarkan ceramah Aa Gym yang sesuai dengan realita kehidupan. Fungsi Retorika yang digunakan oleh Aa Gym ketika menyampaikan dakwahnya yaitu fungsi retorika korektif, instruktif dan sugestif. Implikasi yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu pengetahuan tentang strategi dakwah yang dapat diaplikasikan dengan pendekatan retorika untuk dapat menyampaikan kalimat dalam wacana lisan yang mampu memberikan pengaruh dan berdampak baik bagi pendengarnya.

Kata Kunci: Retorika; komunikasi; analisis wacana; Aa Gym

*Corresponding Author

Email Address: yusef.baniahmad@fkip.unsika.ac.id

Pendahuluan

Islam adalah agama dakwah artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah, bahkan maju mundurnya umat Islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya. Implikasi dari pernyataan Islam sebagai agama dakwah menuntut umatnya agar selalu menyampaikan dakwah, karena kegiatan ini merupakan aktivitas yang tidak pernah usai selama kehidupan masih berlangsung dan akan terus melekat dalam situasi dan kondisi apa pun bentuk dan coraknya (Munir, 2003).

Secara umum penyampaian pesan dakwah yang paling banyak digunakan oleh para pendakwah saat ini adalah melalui ceramah baik secara langsung ataupun menggunakan media sosial (Sunarto, 2014). Kenyataan ini dapat dilihat dengan banyaknya video-video yang ada di youtube yang dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan maupun pencerahan. Oleh karena itu dakwah harus mengikuti jalur yang efektif dengan menggunakan metode penyajian yang baik agar dapat diterima tujuan dakwah dan tidak terjadi salah paham saat menerima. Dalam mewujudkan hal tersebut seorang pendakwah harus menguasai ilmu-ilmu retorika dalam arti menerapkan metode retorika yang benar dalam berdakwah (Sarwinda, 2017).

Menurut Jalaluddin Rakhmat (1982), Jalaluddin Rakhmat, retorika adalah ilmu yang mempelajari cara mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang dikehendaki pada diri khalayak. Dalam arti sempit, retorika adalah ilmu yang mempelajari prinsip-prinsip persiapan, penyusunan dan penyampaian pidato sehingga tercapai tujuan yang dikehendaki. I Gusti Ngurah Oka (1976) merumuskan unsur-unsur retorika sebagai berikut: (1) tutur, yaitu materi atau persoalan yang disampaikan dalam peristiwa tutur; (2) penutur, yaitu orang yang menyampaikan atau menuturkan tutur tersebut; (3) penanggap tutur, yaitu orang atau sejumlah orang yang menerima tutur. Keseluruhan dari proses komunikasi retorika ini disebut peristiwa tutur.

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 menyampaikan pesan dakwah secara universal (Astuti et al., 2020).

Pesan dalam dakwah, apa pun bentuknya, pada hakikatnya merupakan hasil pengolahan manusia tersebut terhadap data, fakta, dan peristiwa yang terjadi di alam semesta ini, dan atas kehendak manusia itu sendiri disampaiakannya kepada orang lain, dengan tujuan untuk memberitahu, menyampaikan informasi, mendidik, dan lain sebagainya, yang pada prinsipnya agar orang lain itu berubah sikap, sifat, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan tuntunan Allah dan rasul-Nya (Bahroni, 2018).

Dalam kajian artikel ini, pendakwah yang akan menjadi sumber informasi untuk melihat unsur dan fungsi retorikanya adalah Dai kondang yaitu Yan Gymnastiar. Naum beliau lebih dikenal sebagai Abdullah Gymnastiar atau Aa Gym. Aa Gym seorang pendakwah, penyanyi, penulis buku, pengusaha dan pendiri Pondok Pesantren Daarut Tauhiid di Jalan Gegerkalong Girang, Bandung. Aa Gym menjadi populer karena mengenalkan cara berdakwah yang unik dengan gaya teatral serta pesan dakwah yang praktis dan umum diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Aa Gym dikenal sebagai penemu konsep PDLT, kepanjangan dari "Perbaiki Diri dan Lakukan Terbaik" untuk Pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia (https://id.wikipedia.org/wiki/Abdullah_Gymnastiar)

Pesan-pesan dakwah Aa Gym diantaranya tentang menjaga hati, pengendalian diri, hati nurani, toleransi dan keteguhan iman. Aa Gym digemari oleh ibu-ibu rumah tangga karena

ia membangun citra sebagai sosok pemuka agama yang berbeda dengan ulama lainnya. Ketika para ulama konvensional berdakwah tentang keutamaan salat, puasa, dan kemegahan surga, Aa Gym memilih untuk bercerita tentang pentingnya hati yang tulus, keluarga yang sakinah dengan menggunakan bahasa sehari-hari yang ringan dan menyenangkan.

Penelitian sebelumnya mengenai retorika dakwah membahas tentang “Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” di Indosiar”. Artikel tersebut menjelaskan tentang retorika dakwah yang disampaikan oleh Mamah Dedeh melalui media televisi. Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa secara umum Mamah Dedeh telah menerapkan kanon retorika dalam berdakwah yaitu: penemuan, pengaturan, gaya, penyampaian, dan ingatan. Namun demikian, Mamah Dedeh sudah menyiapkan segala sesuatunya, dan juga sudah lancar berbicara dan terbiasa, ada kalanya mengulangi ucapan ketika berceramah (Zaini, 2018). Namun dalam penelitian ini akan mengkaji tentang seperti Apa Unsur Retorika Aa Gym Dalam Dalam Menyampaikan Pesan.

Dakwahnya Kepada Jamaah Mengenai Kajian Al-Hikam Dengan Topik “Jangan Sia-Siakan Waktu”? dan bagaimana Penggunaan Fungsi Retorika Aa Gym Dalam Menyampaikan Pesan Dakwahnya Kepada Jamaah.

Metode

Penelitian mini ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, yakni bertujuan untuk mengungkapkan berbagai informasi kualitatif dengan pendeskripsian yang teliti dan penuh nuansa untuk menggambarkan secara cermat sifat-sifat suatu hal, keadaan, fenomena, dan tidak terbatas pada pengumpulan data, tetapi meliputi analisis dan interpretasi data tersebut (Sutopo, 2002). Sumber data diambil dari video youtube, channel Media Dakwah Hikmah TV dengan Durasi: 1:25:38. Video tersebut diupload pada tanggal 7 januari 2020. Viewer saat ini mencapai 639, 673 dengan Like: 8.2K. Judul dalam deskripsi video dalam channel tersebut yaitu: Jangan Sia-siakan Waktu-Ceramah Aa Gym Terbaru 2020-Kajian Al-Hikam. Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) mengumpulkan data-data yang relevan dengan fokus penelitian; (2) menginterpretasikan data dengan analisis unsur dan fungsi retorika, (3) menyajikan hasil.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Unsur Retorika

1. Penutur

Sebelum Aa Gym membuka kajian tentang topik “jangan sia-siakan waktu” ia mencoba komunikasi interpersonal dengan audience atau jamaah yang sudah siap menantikan ceramah. Aa Gym dengan piawainya membangun kedekatan dengan cerita. Cerita yang disajikan yaitu tentang botol minuman. Pemilihan bahasa tutur yang disampaikan adalah berupa ujaran informasi kesehatan dan lingkungan. Pertama, Aa Gym menyampaikan informasi bahwa dalam satu buku dari jepang menyebutkan bahwa banyak orang meninggal karena dehidrasi. Pesan kedua adalah harus terukur dan ketiga yaitu mengajak jamaah untuk menggunakan tempat air minum, sehingga penggunaan plastik semakin berkurang dan dampak bahaya dapat teratasi. Setelah mengucapkan salam, Aa Gym dengan cerdasnya menggunakan bahasa sentuhan hati dengan menyampaikan “Segala Puji hanya milikmu ya Allah, wahai yang maha menatap, wahai yang maha mendengar, wahai yang menciptakan kami, dan segala-galanya yang ada dijagat semesta alam ini”.

Pertama yang ingin coba dianalisis yaitu ujaran “segala puji hanya milikmu ya Allah” pemilihan ujaran ini sangat tepat mengingat bahwa manusia harus selalu bersyukur dengan

apa yang tercantum dalam alquran. Allah akan menambah nikmat seseorang karena rasa syukurnya kepada Allah. Kalimat "wahai mata yang menatap". Makna dalam telah tersampaikan dengan sangat halus dan sopan bahwa Allah maha melihat atas apa yang dikerjakan oleh manusia.

"Wahai yang maha mendengar" dalam memaknai kata tersebut dikemukakan bahwa Allah mendengar apapun yang dikatakan oleh hambanya. Kemudian Allah juga yang menciptakan seluruh manusia dan semua alam semesta. Pemilihan bahasa diawal dengan doa dimaksudkan untuk sama-sama merenung bahwa manusia harus bersyukur, hati-hati dalam mengerjakan ataupun berbicara sesuatu.

Kemudian ada sebuah pertanyaan retorika, "siapakah yang merasa paling bahagia". Ia pun menjawab bahwa yang paling bahagia adalah yang senantiasa setiap saat merasa bersama Allah. Pemilihan pola kalimat yang mudah dipahami dan juga sederhana membuat jamaah mengerti setiap pesan kata yang disampaikan bahwa dimanapun dan kapan pun Allah harus selalu ada dalam diri kita.

2. Tutur (Isi Pembicaraan)

Dalam menyampaikan konten materi yang ada dalam kajian Al-Hikam mengenai jangan sia-siakan waktu, Aa Gym menyampaikan pesan kepada jamaah agar menggunakan waktu sebaik mungkin. Isi ceramah Aa Gym sangat mudah dipahami karena berbicara mengenai sesuatu yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam isi ceramahnya ia juga memberikan sebuah renungan bahwa manusia sama diberikan waktu 24 jam dalam sehari, lalu kenapa ada orang yang berhasil atau tidak, semua itu tergantung bagaimana cara menggunakan waktu 24 itu secara baik dan bijak.

Pemilihan kalimat dalam menyampaikan isi pesan sangat bagus karena setiap pesan yang disampaikan betul-betul dipikirkan agar tidak ada kalimat yang menyakiti perasaan jamaah. Dinilai dari konten yang disampaikan, Aa Gym menjelaskan bagaimana cara memanfaatkan waktu, kemudian bagaimana cara bersikap dan memiliki akhlakul karimah. Konten yang disampaikan oleh Aa Gym tidak hanya menjelaskan mengenai pemanfaatan waktu sebaik mungkin. Tetapi dikaitkan juga mengenai contoh perilaku orang tua kepada anak, tentang kesopanan dan adab. Jadi kalau diperhatikan konten ceramah yang disampaikan lebih banyak kepada konten memberikan saran, peringatan, renungan, inspirasi, motivasi dan contoh-contoh realita di masyarakat. Sesuatu yang disampaikan berdasarkan fakta kehidupan adalah sesuatu yang menyegarkan. Sehingga mampu menghipnosis jamaah untuk terus mengikuti pesan yang disampaikan oleh penutur. Metode penyampaian pesan dilakukan oleh Aa Gym dengan menggunakan storytelling.

3. Audiens

Dilihat antusiasme jamaah sangat baik, karena pola komunikasi yang dilakukan oleh Aa Gym dalam menyampaikan pesan begitu interaktif. Tidak sedikit pertanyaan terlontar ketika Aa Gym menyampaikan konten materinya. Pola pertanyaan yang disampaikan Aa Gym adalah pola pertanyaan tertutup, contohnya adalah mau bahagia dalam rumah tangga?. Pertanyaan umum tersebut tentunya memiliki kekuatan besar reaksinya dari para jamaah. Dilihat dari awal sampai selesai ceramah yang disampaikan oleh Aa Gym, mampu membuat audiens tetap memerhatikan dan terpengaruh atas apa yang disampaikan. Kekuatan persuasif yang nampak dalam ceramah Aa Gym adalah pola kalimat yang mudah dipahami, intonasi yang enak didengar, nada yang harmonis dan juga interaktif dengan audiens. Sering muncul pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan, sehingga membuat jamaah tetap fokus dengan apa yang disampaikan oleh penutur. Kekuatan penutur dalam penguasaan

humor dalam setiap menyampaikan pesan mampu membuat jamaah terhibur dan semakin memiliki rasa suka untuk tetap menerima pesan bermakna dari ceramah yang disampaikan.

Fungsi Retorika

1. Korektif

Dalam sebuah pertanyaan yang dilontarkan Aa Gym kepada jamaah mengenai fungsi mulut, maka jamaah pun menjawab untuk makan. Sebenarnya jawaban yang disampaikan oleh jamaah benar juga, tetapi yang dimaksud Aa Gym adalah harus lebih dari yang biasanya. Kemudian ia kembali bertanya dengan lebih spesifik yaitu mengenai fungsi lisan, maka kalimat yang keluar adalah untuk berbicara dengan baik, kata Aa Gym.

Dalam pernyataan yang disampaikan oleh Aa Gym memiliki makna penting yang harus dipahami oleh jamaah bahwa manusia memiliki mulut, memiliki lisan agar mampu untuk menyampaikan perkataan yang baik dan sopan. Hebatnya Aa Gym, dalam memberikan sebuah koreksi jawaban jamaah dengan senyum canda dan tidak seperti orang yang menyalahkan. Hal yang paling dijaga oleh Aa Gym adalah bagaimana setiap ceramahnya tidak menyinggung atau menyakiti perasaan jamaahnya. Ia selalu berhati-hati dalam menyampaikan maksud dan tujuannya dalam berdakwah.

2. Instruktif

“Jangan terlalu cinta pada suami” merupakan kalimat yang disampaikan oleh Aa Gym. Kalimat tersebut membuat para jamaah sedikit terdiam, sambil mencoba memahami apa yang disampaikan oleh penutur. Pola kata jangan membuat jamaah berpikir dan merenung sejenak. Ternyata pola kalimat tersebut mempengaruhi audience untuk terus memerhatikan pesan lanjutan yang akan disampaikan. Ternyata maksud dari penutur adalah agar jamaah memahami makna bahwa jangan terlalu mencintai manusia lebih besar dibanding rasa cinta kepada Allah. Cinta kepada Allah harus diatas dari segalanya. Kalimat menohok penutur agar jangan terlalu cinta pada suami membuka pikiran jamaah tentang sebuah kebenaran tentang sikap dan perasaan hamba kepada tuhan.

3. Sugestif

Salah satu pesan Aa Gym kepada jamaah adalah “saling memberikan contoh yang baik”. Kalimat itu disampaikan oleh Aa Gym sebagai nasihat kepada jamaah bahwa dalam kehidupan sehari-hari walaupun kita sudah mengetahui ilmu agama yang luas, mengetahui dalilnya maka penting bagi kita untuk memberikan contoh melalui akhlak. Contoh peristiwa yang disampaikan oleh Aa Gym adalah sesuatu yang real dan fakta dalam kehidupan sehari-hari. Fakta tersebut adalah kebiasaan orang yang suka membicarakan tetangganya. Pola kalimat saling memberikan contoh yang baik artinya kedua belah pihak agar selalu membicarakan hal-hal yang baik dan berhenti untuk membicarakan kejelekan orang lain.

Simpulan

Hasil temuan data berdasarkan kajian yang dilakukan yaitu penutur memiliki persuasif yang besar dalam setiap kalimat-kalimat yang sederhana dan mudah dimengerti, intonasi yang mendamaikan dan bahasa tubuh yang tenang. Dalam isi pembicaraan, semua terangkai dan terkonsep dengan alur yang baik. Kalimat pembuka, isi dan penutup mampu menggugah perasaan yang mendengarnya. Dilihat dari audiens, mereka sangat senang dan nyaman ketika mendengarkan ceramah Aa Gym yang sesuai dengan realita kehidupan. Fungsi Retorika yang digunakan oleh Aa Gym ketika menyampaikan dakwahnya yaitu fungsi retorika korektif, instruktif dan sugestif. Implikasi yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu

pengetahuan tentang strategi dakwah yang dapat diaplikasikan dengan pendekatan retorika untuk dapat menyampaikan kalimat dalam wacana lisan yang mampu memberikan pengaruh dan berdampak baik bagi pendengarnya.

Daftar Rujukan

- Astuti, M., Muhlis, A., & Shodiqin, A. (2020). Retorika dakwah Ustadz Haikal Hassan. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(1), 77-91. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v5i1.1672>
- Bahroni, B. (2018). Analisis wacana retorika dakwah K.H. Muhammad Arifin Ilham dan K.H. Yusuf Mansur. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 3(1), 39-58. <https://doi.org/10.18326/inject.v3i1.39-58>
- Munir, M. (2003). Metode Dakwah. Jakarta: Kencana.
- Oka, I. G. N. (1976). *Retorik: Sebuah tinjauan pengantar*. Bandung Tarate.
- Rakhmat, J. (1982). *Retorika modern*. Bandung: Akademika.
- Sarwinda. (2017). Retorika dakwah K.H. Muhammad Dainawi pada Pengajian A'isyah Desa Pulau Panggung Sumatera Selatan. *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 165-175. <https://doi.org/10.21093/lentera.v1i2.917>
- Sunarto, A. (2014). *Retorika dakwah: Petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato*. Surabaya: Jaudar Press.
- Sutopo, H. B. (2002). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: UNS Press.
- Zaini, A. (2018). Retorika dakwah Mamah Dedeh dalam acara "Mamah & Aa Beraksi" di Indosiar. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 219-234. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.1900>