

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Apabila ditinjau dari segi historis dan antropologis, agama merupakan produk rasa takut akan hal-hal yang bersifat metafisika diluar nalar manusia. Seperti percaya akan adanya dewa-dewi yang melindungi mereka, percaya akan benda-benda yang memiliki kekuatan, juga percaya kepada nenek moyang terdahulu. (Nata, 2009, hal. 19)

Hakikatnya manusia memiliki rasa pembenaran akan hal kebaikan, dan bergantung pada hal yang diyakininya. Lebih jelas lagi potensi ketuhanan atau naluri beragama dalam diri manusia menurut Al-Hallaj (858-922 M), yakni manusia memiliki sifat *lahut* dan *nasut*. Demikian pula pada diri Tuhan memiliki sifat *lahut* dan *nasut*. Jika manusia mampu meredam sifat *nasutnya* dan mampu memunculkan sifat *lahutnya*, maka akan bertemu dengan *nasut* Tuhan dan inilah yang disebut dengan *hulul*. (Nasution, 1978, hal. 88) Sejalan dengan surat Al-A'raf ayat 172, manusia dilahirkan secara fitrah kemudian tergantung orang tuanya.

Islam masuk pada setiap jaman dan fase kehidupan manusia. Tak bisa dipungkiri, Islam mudah beradaptasi dengan perkembangan jaman dan waktu. Namun, tentunya masih sesuai koridor kaidah dan aturan agama, karena pada dasarnya Islam bersifat fleksibel. Kebutuhan manusia terhadap agama pun

tidak dapat dipungkiri, secara fitrah manusia memiliki potensi ketuhanan yang ada dalam dirinya.

Islam hadir sebagai wajah baru untuk menyempurnakan agama-agama terdahulu, dengan isi risalah-Nya yang disampaikan dari Nabi hingga Ulama saat ini. Tentu perbedaan dakwah yang dirasakan dari jaman ke jaman sangat kentara. Namun, dakwah mengalami perkembangan dan kemajuan yang signifikan terlepas dari berbagai problematika yang dihadapinya. Dakwah disampaikan tidak hanya melalui mimbar ke mimbar, panggung ke panggung, lebih dari itu, pada jaman globalisasi saat ini, yang dibarengi dengan perkembangan teknologi dan informasi. Media hadir sebagai pengatur pola kehidupan manusia abad ini, dan menjadi budaya yang tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan manusia. Kini, agama tidak hanya berbentuk dalam real, kenyataan kehidupan, melainkan hadir dalam konteks teknologi. Dimana manusia mampu menemukan makna keagamaan yang ia cari melalui teknologi. (Fakhruroji, 2017, hal. 43)

Ada tiga kaidah utama dakwah yang mencerminkan tentang konteks komunikasi beragama. Pertama, *khatib an-nas 'ala qadri 'uqulihim*, berkomunikasi terhadap manusia seseuai dengan kapasitas intelektual. Kedua, *khatib an-na 'ala qadri buthunihim*, berkomunikasi dengan manusia sesuai dengan kebutuhan ekonomi. Ketiga, *khatib an-nas bi-lisani qawmihi*, berdakwah dengan bahasa kaum yang menjadi mad'unya. (Muhyidin, 2014: 22-24 dalam Fakhruroji, 2017: 45)

Dari ketiga kaidah tersebut, dapat dirasakan, bahwa kaidah ketiga, *khatib an-nas bi-lisani qawmihi*, merupakan dakwah terbaru dan akan terus berjalan mengikuti perkembangan jaman, karena berdakwah melalui bahasa kaumnya. Bahasa kaum disini bukan hanya sekedar bahasa dalam artian kata-kata, melainkan bagaimana dakwah hadir sesuai dengan kondisi kaum tertentu agar terbangunnya komunikasi yang empatik yang berimbang pada sifat keingintahuan manusia terhadap agama. (Fakhruroji, 2017, hal. 16)

Sehingga dakwah di era digital menggunakan media, memang dianggap perlu. Terkhusus, dengan gampangnya akses media yang kita gunakan, dakwah hadir dengan segala inovasi dan kreasi yang baru. Berbagai macam media yang berkembang saat ini juga memberi kemudahan pada khalayak dalam mendapatkan hiburan dan informasi yang diinginkan dengan cepat. Media elektronik seperti radio merupakan salah satu contoh hasil kemajuan teknologi komunikasi modern yang dapat dijadikan sebagai media dalam menyiarkan risalah Islam. Media dakwah itu sendiri adalah sebagai alat objektif yang menjadi saluran untuk menyampaikan atau menghubungkan mad'u dengan da'i. Sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dan efisien. (Endang, 2009, hal. 93)

Media radio dianggap memiliki kekuatan yang begitu hebat, karena memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasikan begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan ruang penyiar atau informasi penyiar melalui telinga pendengar. Dengan mendengarkan radio disini pendengar bisa berimajinasi

dengan bebas dan merasa memiliki teman di segala aktivitas, karena pada dasarnya media radio memiliki rasa kedekatan kepada pendengar, sehingga layaknya dua teman yang sedang bercerita, karakter personal yang ada pada media radio mampu membuat pendengar larut dan hanyut dalam mengikuti sebuah program radio, sehingga pendengar tidak sungkan untuk berbagi informasi, meluapkan isi hati, dengan berbagai perasaan yang dirasakan, seperti bahagia, kesal, senang, dan sedih. (Muhaemin, 2014, hal. 26) Untuk mencapai itu semua tentu bergantung pada komunikasi antara penyiar dengan pendengarnya.

Suatu program radio akan lebih hidup jika komunikasi yang dibangun mampu menggugah hasrat keingintahuan pendengar. Terlebih lagi program siaran keagamaan yang hakikatnya butuh pemahaman yang pasti, tentunya butuh keahlian penyiar dalam menyampaikan materi kepada audiens karena siaran radio yang hanya berupa audio, pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Ustadz Asep Sudarman, beliau adalah sosok mubaligh yang memiliki tutur bahasa yang baik, kental dengan Bahasa Sunda halus namun dimengerti oleh banyak orang mampu menarik para mad'u untuk tetap mendengarkan dakwah beliau walaupun tak jarang beliau menggunakan Bahasa Indonesia juga bahasa populer seperti "*umat zaman now, Muhammad zaman now, Umar zaman now,*".

Sebagai seorang mubaligh, beliau tidak hanya tampil dari panggung ke panggung, dari satu event ke event yang lainnya. Namun beliau mampu masuk ke wilayah media yang masih digandrungi masyarakat hingga saat ini, yakni radio. Melalui radio beliau memiliki nama branding yang lebih dikenal, yakni Asep Anom

Asep Anom memiliki ciri khas tersendiri dalam menyampaikan ceramahnya. Sehingga pendengar pun mampu mengenali beliau meskipun hanya melalui suara. Lembut tetapi lugas dalam menjelaskan membuat pendengar seakan terhipnotis dengan ceramah-ceramah beliau di Radio Dahlia Fm setiap paginya. Keberhasilan beliau dalam menyampaikan risalah dakwah terbukti dengan masih eksisnya beliau di radio dalam jangka waktu yang lama.

Secara disadari bahwa keberhasilan seorang komunikator, dilihat dari bagaimana dia beretorika dengan pendengarnya. Karena retorika memiliki kedudukan dan fungsi yang penting bagi aktivitas kehidupan manusia. (Saputra, 2006, hal. 1) Retorika tidak sekedar berbicara di hadapan atau didengarkan oleh banyak orang. Melainkan yakni menggabungkan seni berbicara dan ilmu pengetahuan yang dimiliki untuk membangkitkan gairah dan meyakinkan banyak orang mengenai permasalahan tertentu dengan pendekatan persuasif. (Rakhmat J. , Retorika Modern : Pendekatan Praktis, 2006, hal. 102)

Terlebih, jika komunikator menyampaikan pesan tanpa face to face secara langsung, pasti memiliki tingkat kesulitan yang lebih tinggi. Karena biasanya

pendengar akan merasa tersentuh jika kita melihat visualnya secara langsung. Baik itu dari penceramah tersendiri ataupun visual lainnya. Namun Asep Anom membuktikan dengan keberadaanya di Radio Dahlia Fm Bandung.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis tertarik untuk membahas retorika dakwah Asep Anom dalam menyampaikan risalah Islam khususnya di Radio Dahlia Fm Bandung. Maka dengan demikian skripsi ini penulis memberikan judul. “*Retorika Ustadz Asep Sudarman ( Asep Anom) di Radio Dahlia Fm Bandung.*”

## **B. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah**

### **1. Fokus penelitian**

Peneliti sangat menyadari bahwa aktivitas kegiatan dakwah Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom) sangatlah padat. Dan aspek menarik yang dapat diteliti dari Asep Anom sangatlah banyak, dan tidak mungkin untuk dimasukkan semua data beliau di dalam skripsi ini. Maka dari itu peneliti hanya memfokuskan retorika dakwah yang beliau gunakan ketika menjadi pengisi program siaran radio di Dahlia Fm Bandung.

### **2. Rumusan masalah**

Adapun untuk mempertegas pokok permasalahan, penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan, diantaranya:

- a. Bagaimana *ethos, pathos, dan logos* yang digunakan Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom) di Radio Dahlia Fm?

- b. Bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom)?
- c. Bagaimana management kata yang digunakan oleh Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom) menurut pandangan Islam ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam setiap penulisan, pasti memiliki tujuan di dalamnya, berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka tujuan dari permasalahan pokok tersebut yakni :

1. Untuk mengetahui *ethos, pathos, dan logos* Ustadz Asep Sudarman ( Asep Anom)
2. Untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Asep sudaran (Asep Anom) dalam ceramahnya
3. Untuk mengetahui management kata yang digunakan oleh Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom) menurut pandangan Islam

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan berguna untuk pengetahuan dan wawasan ilmiah Komunikasi Penyiaran Islam dalam kegiatan dakwah terutama di bidang khitobah. Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembang teori-teori maupun konsep-konsep dalam memahami retorika dakwah yang dilakukan praktisi dakwah sehingga mampu mengembangkan dakwahnya di masyarakat.

2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan berguna bagi masyarakat terutama anak-anak muda saat ini yang akan menjadi calon-calon *da'i* agar bisa menyampaikan dakwah menggunakan retorika yang mampu menggugah dan meyakinkan mad'u. Meskipun tidak bertatap muka secara langsung, melalui audionya pun mampu menarik minat generasi muda khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Diharapkan juga berguna bagi kalangan milenial agar mampu menjadi pionir kreatif dalam berdakwah melalui teknologi.

#### **E. Landasan Pemikiran**

Dakwah saat ini dipahami bukan hanya proses penyampaian pesan Islam dalam bentuk ceramah, khutbah di podium atau mimbar saja, yang biasa dilakukan para penceramah atau *muballigh*, akan tetapi dakwah bisa dilakukan di media elektronik seperti televisi, aplikasi-aplikasi media sosial, juga radio. Dengan begitu, kegiatan dakwah di media elektronik merupakan berbagai aktivitas keislaman yang memberikan dorongan, percontohan, dan penyadaran, baik berupa aktivitas lisan atau tulisan (*ahsanulqaulan*) maupun aktivitas badan atau perbuatan nyata (*ahsanulamalan*) dalam rangka merealisasikan nilai-nilai ajaran Islam sesuai dengan kedudukan dan profesinya masing-masing, untuk mewujudkan individu dan kelompok yang *salam, hasanah, thayyibah* (adil, makmur, sejahtera), dan memperoleh ridha Allah Swt.

Dakwah di era milenial ini memiliki pergeseran makna yang baru, bahwa dakwah tidak hanya bersifat kaku dan struktural yang hanya berdiri di atas mimbar. Namun bisa menggunakan inovasi yang lainnya. Urgensi dakwah

dalam kehidupan manusia bisa dibilang sangat penting hingga, dalam Kitab Suci Al-Qur'an pun disebutkan sebanyak 213 kali. Suatu sebutan yang tidak sedikit berkaitan dengan perintah ajakan kepada ajaran Islam. (Munir, 2008, hal. 3) Sebagaimana Allah berfirman

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

“Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir.” (Departemen Agama RI, 2012, hal. 119)

Pada ayat tersebut Allah memerintahkan bahwa dakwah merupakan amanat yang harus dikerjakan oleh umat manusia. Karena sebaik – baik umat, adalah yang mengajak kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang munkar, tertera dalam firman Allah Surat Ali Imran ayat 110.

Dakwah tidak hanya tabligh sekedar menyampaikan. Namun dakwah, bisa didefinisikan sebagai usaha penyampaian untuk mengubah *the way of thinking*, *the way of feeling*, dan *the way of life* sebagai sasaran dakwah menuju kualitas hidup yang lebih baik.

Dengan begitu, dakwah hadir sebagai peran penting dalam kehidupan. Melihat fenomena tersebut, apabila dakwah disampaikan melalui tangan-tangan kreatif akan membuahkan hasil yang lebih terlihat. Sehingga dalam konteks

tabligh, dakwah tidak hanya berdiri di atas panggung dan mimbar melainkan bisa melalui teknologi. Seperti dalam media elektronik, fasilitas-fasilitas yang ada tentunya mampu memanjakan masyarakat dalam membantu kebutuhan dan kehidupannya. Karena sejatinya, teknologi yakni secara sederhana sebagai alat bantu manusia. Tingkat konsumsi masyarakat terhadap media elektronik sangatlah tinggi, seperti televisi. Namun tidak menutup kemungkinan, radio pun menjadi salah satu hiburan atau media yang diminati oleh masyarakat. Maka dari itu, peluang dakwah akan tinggi jika dakwah berada di wilayah media elektronik. Tetapi tidak menutup kemungkinan peluang keberhasilan dan kegagalan pasti akan terjadi. Baik itu di media manapun bahkan radio sekalipun.

Kunci dari itu semua adalah bagaimana seorang da'i mampu menyampaikan pesan dakwah yang disampaikan. Terlebih, di media radio yang tidak bertatap wajah langsung, retorika sangat diperlukan. Retorika tidak sekedar berbicara di hadapan atau didengarkan oleh banyak orang. Melainkan yakni menggabungkan seni berbicara dan ilmu pengetahuan yang dimiliki untuk membangkitkan gairah dan meyakinkan banyak orang mengenai permasalahan tertentu dengan pendekatan persuasif. (Rakhmat J., Retorika Modern : Pendekatan Praktis, 2006, hal. 103) Beretorika itu harus dipertanggungjawabkan karena mampu menggeser nilai pemahaman komunikasi, jika benar tidak ada masalah. Sedangkan sebaliknya jika salah maka menjadi suatu tanda bahaya yang harus segera diluruskan.

Maka dari itu seni berbicara seorang komunikator tentunya ditentukan dengan gaya komunikasi serta ethos, pathos, logos sang komunikator. Kemudian

bahasa yang digunakan tentunya punya pengaruh yang tak kalah penting. Bagaimana seorang komunikator bisa memengaruhi komunikan tergantung dari keindahan ia dalam berbahasa.

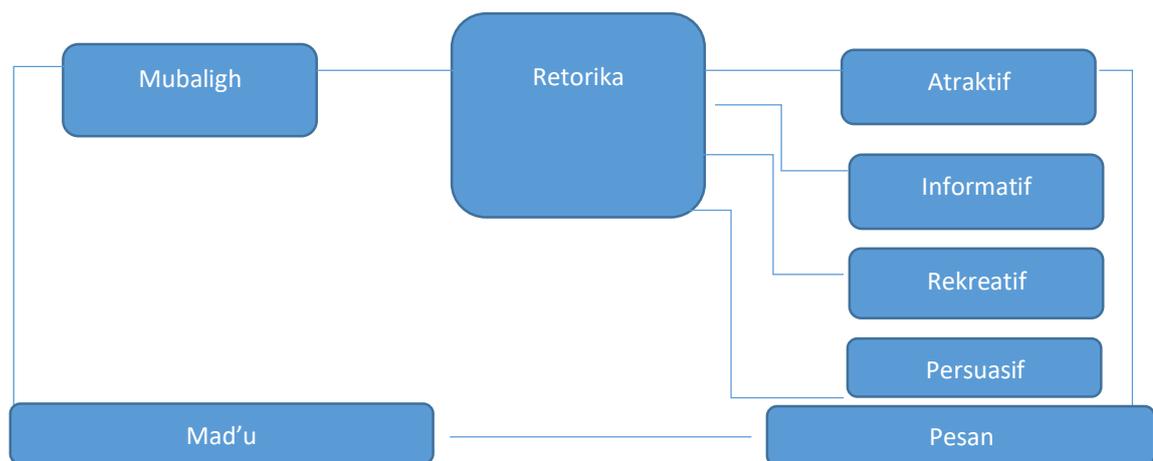
Retorika berasal dari cara yang benar, kata – kata yang sesuai, dan mampu membawa kesan mendalam bagi komunikan. (Isbandi Sutrisno, 2014, hal. 77) Hakikatnya seorang komunikan harus berbicara jelas, singkat, dan mengena. Jika berbahasa menjadi aspek penting dalam beretorika berarti pengolahan kata, dimana bisa terlihat dari diksi yang komunikator gunakan. Diksi adalah pemilihan dan pemakaian kata oleh pengarang dengan mempertimbangkan aspek makna kata yaitu makna denotatif dan makna konotatif sebab sebuah kata dapat menimbulkan berbagai pengertian.

Dari pemilihan kata ini munculah gaya komunikasi untuk memberikan efek puitis atau tegas yang mampu mengantarkan komunikator untuk membuai para komunikan. Sebagai seorang pembicara, tidak hanya tefokus pada materi yang disampaikan. Namun, seorang orator harus mampu berbicara dengan menarik (atraktif), bernilai informasi (informatif), menghibur (rekreatif), dan berpengaruh (persuasif). (Ridwan, Filsafat Komunikasi, 2013, hal. 53)

Sehingga dakwah di radio harus memiliki unsur tersebut, karena hanya berbentuk audio tanpa melihat wajah secara langsung. Dimulai dari persiapan menyiapkan materi, menyusun bahasa dan gaya bahasa. Memilih diksi yang akan digunakan, merupakan hal penting agar dakwah yang disampaikan menarik dan mampu menarik hati para pendengar, semua hal tersebut dapat

tercapai apabila komunikator memiliki *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang baik. Sebagaimana Aristoteles menyebutkan dalam teorinya.

Untuk dapat mencapai tujuan dari dakwah ini, tentunya bergantung para orator atau pembicara yang membawakannya. Bagaimana dia mampu menyampaikan dengan gaya bicara yang baik. Karena dalam retorika, salah satu aspek keberhasilan berretorika adalah bagaimana merangkai kata sehingga menjadi suatu kata-kata atau untaian kalimat yang indah, bagaimana orang bisa terpengaruh, terbuai, serta yakin dengan kata-kata yang kita ucapkan. Maka dari itu penting seorang pembicara memiliki retorika yang baik.



Gambar 1. Skema Retorika

Dalam menyampaikan pesan kepada mad'u, mubaligh tidak bisa lepas dari aspek ketertarikan, penguasaan materi, menghibur, dan mampu mengajak mad'u untuk meyakini dan menjalankan apa yang disampaikan oleh mubaligh. Dan itu semua diyakini bisa tercapai apabila mubaligh memiliki retorika yang baik.

## **F. Langkah- Langkah Penelitian**

### **1. Objek Penelitian**

Peneliti tertarik mengambil pembahasan retorika ini, karena dirasa penting dalam berkehidupan sehari – hari. Apalagi dalam hal – hal penting dalam menyampaikan risalah agama, dan Asep Anom terpilih menjadi objek penelitian karena beliau mampu menjaga eksistensinya dalam berdakwah melalui media radio hingga saat ini.

### **2. Metode Penelitian**

Studi deskriptif kualitatif merupakan metode yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian ini bukan untuk menguji hipotesis, namun memberi penjelasan secara menyeluruh dan mendalam mengenai hasil penelitian. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif, di mana data dan temuan disajikan dalam bentuk uraian atau deskripsi kata-kata, bukan diuji atau dianalisis dengan angka-angka statistik atau matematika.

### **3. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Data tentang ethos, pathos, dan logos yang dipilih oleh Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom)
- b. Data tentang gaya komunikasi yang dipilih oleh Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom) dalam ceramahnya.

- c. Data tentang management kata yang dipilih oleh Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom)

#### **4. Sumber Data**

- a. Sumber data primer, Ustadz Asep Sudarman (Asep Anom), Radio Dahlia 101.5 FM, dan Masyarakat yang mendengar Radio Dahlia Fm
- b. Sumber data sekunder, dokumen recorder.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Observasi, peneliti meneliti secara langsung mendengarkan ceramah – ceramah beliau di radio. Mengamati dan mencatat langsung setiap perkataan yang dilontarkan oleh Ustadz Asep Sudarman agar observasi yang dilakukan berjalan sebagaimana mestinya.

Teknik Wawancara, peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada orang yang bersangkutan yakni Ustadz Asep Sudarman , Radio Dahlia Fm, Masyarakat yang mendengar Radio Dahlia Fm Bandung

#### **6. Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif deskriptif, yaitu dengan melakukan pendeskripsian terhadap retorika Ustadz Asep Sudarman. Hal ini dilakukan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. Teknik Seleksi Data, yakni mengklasifikasikan semua data yang masuk menjadi bagian yang spesifik guna mendapatkan suatu keselarasan dalam jawaban yang diberikan oleh Ustadz Asep Sudarman.
- b. Menafsirkan data yang telah diklasifikasikan, dan

- c. Menarik kesimpulan dari data yang telah terkumpul sesuai dengan pembahasan serta tujuan penelitian.

