



Pengorganisasian Pesan Dakwah Da'i Selebriti Ustad Al-Habsy

Budi Ariyanto*

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Metro Lampung

* *email.budiariyanto445@mail.com*

ABSTRACT

Indonesian society is currently experiencing changes in the context of the missionary movement. The appearance of da'i celebrities in da'wah activities is more about television business goals that can increase the viewer's rating. The television industry will look for a type of religious speaker that can attract mad'u's attention, compared to the orientation of the impact produced. Research on organizing da'i's da'wah message has the purpose of knowing the organization of messages in preaching. Based on the theme raised in this study, how to construct a message of preaching or how to form a message of da'wah by Al-Habsyi. Relevant to the objectives, this study uses qualitative methods with a case study approach. In general the message of preaching was delivered by Ustadz Al Habsyi in a mubasyaroh. Organizing the da'wah message of Al-Habsy is divided into several stages. The first stage, which is to raise the attention of mad'u, with the opening sentence accompanied by the nasyid and shalawat chants that attract the attention of mad'u. The second stage is organizing da'wah messages by reflecting on the fulfillment of mad'u's needs for da'wah material or religious messages. The third stage presents da'wah messages through stories. The use of stories, actions and persuasive communication is a characteristic inherent in the pattern of organizing the message of Ustadz Al-Habsy.

Keywords : *Organizing, Da'wah Message, Da'i*

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia saat ini mengalami perubahan dalam konteks gerakan dakwah. Tampilnya da'i selebriti dalam kegiatan dakwah, lebih kepada tujuan bisnis televisi yang dapat meningkatkan rating pemirsa. Industri televisi akan mencari tipe penceramah keagamaan yang dapat menarik perhatian mad'u, dibanding dengan orientasi pada dampak yang dihasilkan. Penelitian tentang pengorganisasian pesan dakwah da'i selebriti ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengorganisasian pesan dalam berdakwah. Berdasarkan tema yang diangkat dalam penelitian ini, bagaimana konstruk pesan dakwah atau bagaimana merumuskan pesan dakwah oleh Al-Habsyi. Relevan dengan tujuan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Secara umum pesan dakwah disampaikan ustad Al Habsyi secara *mubasyaroh*. Pengorganisasian pesan dakwah ustad Al-Habsy terbagi dalam beberapa tahap. Tahap pertama, yaitu membangkitkan perhatian mad'u, dengan kalimat pembukaan yang diiringi lantunan nasyid dan shalawat yang memikat perhatian mad'u. Tahapan kedua, pengorganisasian pesan dakwah dengan merefleksikan pemenuhan kebutuhan mad'u atas materi dakwah atau pesan agama. Tahap ketiga menyajikan pesan dakwah melalui kisah. Pemanfaatan kisah, tindakan dan komunikasi

persuasif menjadi karakteristik yang melekat pada pola pengorganisasian pesan dakwah ustad Al-Habsy.

Kata kunci : Pengorganisasian, Pesan Dakwah, Da'i

PENDAHULUAN

Kondisi masyarakat Indonesia saat ini mengalami perubahan dalam konteks gerakan dakwah. Suatu fenomena tertentu menunjukkan bahwa gerakan dakwah di Indonesia cenderung lebih menguntungkan para da'i dibandingkan dengan masyarakat yang diserunya. Fenomena ini disebabkan oleh kebanyakan da'i yang dilambungkan status sosialnya ketika sudah laku dan diterima oleh majlis taklim. Da'i yang sudah diterima dimasyarakat kemudian status sosialnya meningkat, ekonominya meningkat dan terkenal, tapi faktanya tidak membawa dampak terhadap masyarakat yang diserunya. Secara sosiologis gerakan dakwah Indonesia hanya mampu melahirkan struktur masyarakat baru bahwa dimana kelompok da'i menjadi elite dan kelompok masyarakat yang tetap miskin dan terpinggirkan.

Da'i yang terkenal biasanya diminta menjadi pengisi dalam program di televisi, kemudian hal tersebut dapat meningkatkan popularitasnya. Popularitas da'i inilah yang kemudian menjadi label da'i selebriti. Identiknya da'i selebriti memberikan tarif mahal, jadwalnya padat, banyak mengisi di program televisi dan kegiatan keagamaan di masyarakat.

Padatnya jadwal da'i dalam kegiatan dakwahnya dituntut untuk memahami dan mampu mengorganisasi pesan dakwah secara cermat dan tepat. Kebanyakan da'i mengulang satu tema yang sama untuk disampaikan pada kegiatan dakwahnya di tempat yang lain. Kebiasaan ini sebenarnya tidak dianjurkan dalam pengorganisasian pesan dakwah. Da'i dengan tarif mahal tentu dituntut untuk disiplin dan profesional dalam dakwahnya. Tujuannya dapat menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat di mana da'i berdakwah.

Tidak hanya berdakwah semata mencari popularitas dan melupakan kemampuan dalam memahami serta memiliki pemahaman luas tentang ilmu agama. Da'i yang memiliki pemahaman yang baik ini kemudian menjadi populer dengan ilmunya, maka akan bertahan lama dan memberikan kekuatan dakwah Islam. Memahami masyarakat secara menyeluruh dari beberapa aspek. Hal ini mampu menciptakan proses pengorganisasian pesan yang efektif.

Mengintegrasikan kondisi masyarakat dengan isi pesan dakwah merupakan tugas seorang da'i. Da'i merupakan seorang penyampai pesan-pesan ajaran Islam. Kegiatan penyampaian pesan pada kondisi masyarakat yang tidak lepas dengan permasalahan baru yang muncul. Kondisi ini tidak hanya berpengaruh pada siapa yang sedang bermasalah dan siapa yang membuat kesalahan, namun permasalahan

ini juga berpengaruh terhadap kelangsungan da'i dalam melaksanakan kegiatan dakwahnya. Seorang da'i dalam menghadapi khalayak luas yang sedemikian kompleks perlu lebih kreatif dan inovatif dalam mempersiapkan pesan dakwah.

Pesan dakwah atau maddah disampaikan oleh da'i sebagai isi dalam berdakwah. Pemahaman mad'u ditentukan oleh pesan yang disampaikan da'i, sehingga dalam menyusun pesan dakwah harus dengan sistem yang baik dan sesuai dengan kondisi mad'u. Kemampuan mengidentifikasi ini kemudian akan membangun komunikasi yang efektif. Keefektifan ini muncul karena objek dakwah sudah dipahami karakternya oleh seorang juru dakwah. Ketepatan materi dakwah yang disampaikan menjadi mudah diterima semua kalangan, serta tidak memunculkan perselisihan terkait isi pesan dakwahnya.

Pengorganisasian pesan tidak lepas dengan tujuan yang ingin dicapai oleh da'i. Sehingga perlu memperhatikan objek yang menjadi sasaran dakwahnya, selain itu juga perlu materi dakwah yang akan diolah menjadi suatu pesan dakwah yang relevan. Kemudian pesan dakwah tidak terlepas dengan penggunaan media dalam menganalisis mad'u guna tercapainya tujuan dakwah.

Pesan dakwah sering disampaikan ustad Ahmad Al Habsyi yaitu pesan yang ringan dan mudah dipahami, namun materi yang disampaikan disuatu tempat dengan tempat yang lain sering mengalami persamaan atau mengulang isi pesan dakwah yang sama. Adapun redaksinya yang berbeda tetapi masih dalam tema yang sama. Penyampaian pesan dengan lembut dan humoris ini dapat memberikan kesan tersendiri. Kesan juga didapatkan dari pakaian yang dikenakan dan gayanya.

Studi-studi sebelumnya yang berjudul pesan dakwah Hasan Al-Banna dalam buku majmu'at al-rasail, menunjukkan bahwa pengorganisasian pesan dakwah didasarkan pada tiga aspek yaitu, akidah dengan membangun spiritualitas, syariah dalam wacana kekuasaan, dan akhlak dengan wacana relasi sosial. Pesan dakwah dalam penelitian itu berorientasi pada membenahan sistem kehidupan sosial yang rusak dengan upaya mengembalikan kedalam sistem Islam. Pesan dakwah tidak selalu sama pada kondisi masyarakat tertentu, sehingga isi dakwah pun relatif dengan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan mad'u (Fuadi, 2018, hal. 335-337).

Pengorganisasian pesan juga dibahas dalam penelitian tentang pesan dakwah pada buletin jum'at Himmah, dapat diambil pengertian bahwa pengorganisasian pesan dakwah tidak lepas dengan penggunaan media cetak untuk menyampaikan dakwah kepada masyarakat. Perbedaan dalam pengorganisasian pesan dakwah, dalam penelitiannya disesuaikan dengan media apa yang digunakan dalam berdakwah, sedangkan penelitian ini disesuaikan dengan kondisi mad'u. Hal ini dilakukan guna menghindari dari ketidapahaman masyarakat terhadap isi pesan dakwah (Haryanto, 2016).

Penelitian yang relevan yang dilakukan oleh Maskur dan Irfan Noor (2014), tentang ustad selebriti Abdullah Gymnastiar dalam budaya populer. Penelitian

tersebut dapat dipahami perbedaannya yaitu hasilnya menunjukkan bahwa ustad selebriti dikonstruksikan oleh media sehingga muncul dan menjadi populer dengan perkembangannya yang begitu pesat (Maskur dan Irfan Noor, 2014). Media mengangkat nama seorang da'i dengan mudah dan cepat ketika kemampuannya dalam berdakwah dapat diakui dan mudah diterima di masyarakat. Biasanya ditandai dengan pengorganisasian pesan yang baik dan menarik.

Berdasarkan pemaparan di atas dipahami bahwa dalam pengorganisasian pesan setiap ustad atau da'i memiliki cara berbeda-beda. Terdapat beberapa perbedaan dalam penelitian sebelumnya yaitu, pada sistem pengorganisasian pesan yang menggunakan klasifikasi pendahuluan, isi pesan, dan kesimpulan. Selanjutnya, objek kajian penelitian ini yaitu seorang da'i. Pengorganisasian pesan dakwah inilah yang kemudian menjadi menarik untuk di kaji.

Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu sistem pengorganisasian pesan dakwah Ustad Habib Ahmad Al Habsyi. Secara khusus yang diangkat dalam penelitian ini yaitu, bagaimana pengorganisasian pesan dakwah Habib Ahmad Al Habsyi, bagaimana pesan dakwah dalam menarik perhatian, memenuhi kebutuhan, pemuasan, visualisasi dan melakukan tindakan yang dibutuhkan oleh mad'u?

Sesuai dengan masalah penelitian maka digunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus perspektif Moleong. Pembahasan utama dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan, tentang suatu fenomena yang terjadi secara alamiah. Selanjutnya dianalisis dengan cara induktif. Sesuai dengan teori tersebut, maka penelitian ini mencoba menggali suatu kasus yang khas dari sistem pengorganisasian pesan dakwah ustad yang berasal dari daerah khusus ibukota Jakarta Habib Ahmad Al Habsyi sebelum menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ahmad Al Habsyi lahir di Palembang, Sumatera Selatan pada tanggal 17 mei 1980. Abu Bakar Al Habsyi ayahnya adalah seorang keturunan Arab Palembang. Sejak kecil beliau sudah diajarkan dan dididik di lingkungan agama. Beliau didaftarkan ke pondok pesantren Ar Riyadh Palembang.

Mulai usia 15 tahun atau setingkat kelas 3 SMP, beliau sudah belajar dakwah. Awalnya hanya mengikuti jejak ayahnya berdakwah keliling Malaysia dan Singapura. Pendidikan dalam keluarga dan di pesantren menjadi bekal dalam dakwahnya, sehingga lebih percaya diri dan mampu tampil dan mengemas pesan dengan baik. Usia 20 tahun, pernah mengikuti ajang pemilihan model majalah remaja, juga pernah menginginkan untuk terjun dalam dunia artis. Pemampilannya yang keturunan Arab, layak sebagai seorang bintang. Namun tidak diperkenankan oleh gurunya sehingga memutuskan untuk tidak terjun pada dunia artis.

Al Habsyi semakin berkembang dakwahnya dengan tema ceramahnya yang

ringan untuk dipahami dan mudah di mengerti. Ia pandai membuat kisah dalam ceramahnya. Kepiawaian dalam mengorganisasi isi pesan dakwahnya tersebut yang kemudian mendapat reson positif dari jamaah. Masa selanjutnya, pada 2005 mulai di undang oleh stasiun televisi untuk berduet dengan ustad Jefri Al Buchori, sejak itulah kemudian namanya terkenal di media. Karier Al Habsyi begitu banyak seperti dimulai sebagai da'i cilik, penceramah, pemilik travel haji dan umroh Alhabsyitravel.net, pengisi program acara SCTV, program AKSI Indosiar, dan pengajian di pondok pesantren Ar-Riyadh Palembang.

Pesan Dakwah Ustad Habib Ahmad Al Habsyi

Pengorganisasian merupakan keseluruhan proses pengelompokan orang, alat, tugas, wewenang dan tanggung jawab. Dilakukan pengorganisasian untuk terciptanya suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai satu kesatuan yang utuh. Tujuannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan di awal (Siagian S. P., 2005). Pengelompokan dalam pengorganisasian pesan dakwah dapat dilakukan dengan melihat kondisi masyarakat berdasarkan karakteristik masing-masing. Tujuannya dapat mengetahui pesan apa yang tepat untuk disampaikan supaya tidak terjadi kesulitan dalam memahaminya.

Sebelum menetapkan pengorganisasian pesan dakwah, perlu diketahui langkah-langkah atau prosedur yang harus dilakukan seorang da'i, yaitu: Survey awal tentang kondisi mad'u, menyusun strategi dan pendekatan yang akan digunakan, menetapkan standar isi atau tujuan yang akan dicapai, menyusun materi dakwah yang relevan, konsisten dan lengkap, menyiapkan media komunikasi yang tepat (Kamaluddin, 2016, hal. 47).

Media dilihat dengan program tampilan yang berisi konten-konten Islam saat ini tidak begitu dominan dan masih kurang menarik. Tayangan program dakwah di media itu seperti mencari bentuk yang ideal. Berbagai metode dan konsep yang diterapkan oleh pengelola program dalam media belum menghasilkan tayangan yang menarik pemirsa. Melihat perkembangan situasi dan keadaan yang dijelaskan di atas, keterlibatan para da'i di Indonesia terhadap pengorganisasian pesan dakwah atau konten dakwah di media harus disesuaikan dengan kebutuhan dan persepsi yang bersama (Mulkan, 2014, hal. 61).

Persiapan awal sebelum melaksanakan dakwah tersebut dapat dilakukan oleh da'i, akan tetapi bisa juga tidak dilakukan. Tidak dilakukan prosedur tersebut bukan berarti tidak ada persiapan, namun langkah-langkah tersebut dilakukan dengan cara spontanitas. Ada sisi baiknya ketika prosedur itu dilakukan secara spontan, karena mengetahui langsung mad'u, sehingga dapat menyesuaikan pesan yang di sampaikan secara tepat sasaran. Pengorganisasian pesan harus dilakukan dengan cermat dan dinamis.

Adapun sistem pengorganisasian pesan dakwah ustad Habib Ahmad Al Habsyi yaitu menggunakan strategi (manhaz), yaitu strategi mubasyaroh (langsung)

melihat, menatap mad'u, kemudian langsung terpikir materi apa yang cocok untuk disampaikan dengan kondisi tersebut atau sering disebut *defence in the condition*. Pesan yang disampaikan merupakan pesan yang secara spontan dipersiapkan dalam jangka pendek, hal ini dilakukan untuk mengantisipasi perubahan keadaan mad'u dan komposisi pesan yang ingin disampaikan. Faktor inilah yang kemudian menjadi cara yang tepat dan menarik untuk dilakukan.

Mengetahui kondisi mad'u di lapangan memungkinkan da'i untuk menemukan ide pesan yang akan disampaikan. Semisalnya pada kajian yang jamaahnya kaum perempuan, maka yang diangkat yaitu bab tentang perempuan. *Direct sharing* ini yang kemudian menjadi menarik dan memiliki kesan tersendiri. Intinya adalah sampaikan dakwah itu dari hati menuju ke hati dan apapun yang berangkat dari hati maka akan berkesan di hati serta hati-hati bawa hati.

Sebagai seorang da'i yang telah memahami faktor personal mad'u, maka akan memformulasikan sistematika pengorganisasian pesan. Sebagaimana yang dikemukakan Alan H. Monroe:

“Monroe's motivated sequence states that on the first step is to state the problem the customer is having, then explain it if one cannot solidify the need and give a representation of the situation that may occur” (Monroe, 1943). Langkah-langkah memotivasi menurut Monroe, yang menyatakan bahwa langkah pertama yaitu menyatakan masalah yang dialami masyarakat, menjelaskan jika seseorang tidak dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan representasi dari keadaan yang mungkin dapat terjadi.

Pertama tahapan perhatian, yaitu membangkitkan perhatian khalayak terhadap ide yang ditawarkan dengan menggunakan cerita mendetail, contoh mengejutkan, statistik dramatis, kutipan dan lainnya. Ustad Al Habsyi membangkitkan perhatian dengan menggunakan ucapan salam dengan menggunakan alunan nasyid. Nasyid ini dinilai efektif sebagai media pendukung dalam berdakwah, yang demikian karena masyarakat di Indonesia umumnya menyukai hal semacam itu.

Dakwah dengan media nasyid ini cukup signifikan perkembangannya. Nasyid yang berarti senandung terdapat pesan-pesan dakwah untuk selalu mengingat Allah SWT. Manusia mengingat dan menaati perintah dan menjauhi larangan-Nya sesuai yang terkandung dalam al-Qur'an dan Hadits. Tidak hanya itu nasyid mampu menjadi perjuangan umat muslim dalam memerangi perkembangan musik barat yang bernuansa tidak sesuai dengan kepribadian umat muslim.

Kedua, tahapan kebutuhan. Tahap ini menunjukkan tema yang disampaikan berlaku untuk kebutuhan psikologis khalayak. Premisnya bahwa audiens adalah apa yang memotivasi tindakan. Melebihi dari menetapkan ada suatu permasalahan yang signifikan. Ada masalah yang tidak sesuai dengan kondisi audiens. Tunjukkan bahwa kebutuhan tidak akan hilang dengan sendirinya, dengan menunjukkan contoh dan semacamnya, sehingga meyakinkan audiens bahwa mereka memiliki kebutuhan pribadi yang kemudian mengambil tindakan.

Hal ini da'i membangkitkan rasa kebutuhan khalayak akan gagasan yang ditawarkan sesuai dengan tujuan dakwah kita. Relevan dengan cara membangkitkan rasa kebutuhan ini, maka ustad Al Habsyi memiliki metode tersendiri. Diantaranya, menggunakan strategi langsung dengan mengangkat tema ter-update dan mengilustrasikan dengan kisah yang menggambarkan kebutuhan mad'u. Melalui pengilustrasian tersebut khalayak akan merasa membutuhkan dengan ilmu yang akan disampaikan.

Pengorganisasian bagian isi pesan harus disusun dengan menyertakan ilustrasinya dengan contoh yang sedang menjadi topik hangat dalam masyarakat. Penjelasannya pun menggunakan bentuk perskripsi atau langkah-langkah, dan penjelasan singkat. Tujuannya untuk memudahkan dalam memahaminya serta tidak ada kalimat yang terlewat untuk di pahami secara efektif (Luwita, 2016: 299). Pemahaman terhadap materi yang disampaikan tentu melibatkan pelaku dakwah dan khalayak yang menjadi objek dakwah.

Hubungan da'i dan mad'u bukan hanya menyampaikan materi saja, namun jika dimungkinkan untuk menerima masukan dan tanggapan masyarakat. Mad'u yang membutuhkan materi lain dapat menanyakannya, dengan cara ini kebutuhan mad'u sedikit bisa dipenuhi. Da'i bukan berarti orang yang paling benar, justru dengan sikap keterbukaan da'i dan mad'u, akan menambah wawasan yang lebih luas dan terjalin komunikasi yang efektif.

Tahapan yang ketiga, yaitu tahapan pemuasan. Penyelesaian masalah yang diharapkan mad'u. Memberikan solusi secara spesifik, sehingga dapat diterapkan oleh individu maupun komunitas untuk memecahkan masalah. Tahapan ini berisi tentang penawaran solusi dan upaya pemenuhan kebutuhan terhadap apa yang dirasakan oleh mad'u. Setiap dakwah ustad Al Habsyi ada suatu proses pemenuhan kebutuhan khalayak dengan cara memberikan tema sesuai dengan komposisi mad'u dan tidak akan membahas tema yang tidak cocok, karena hal itu dapat berdampak pada ketidakpahaman mad'u. Sehingga tidak ada hasil yang signifikan dalam kegiatan dakwahnya.

Da'i harus meyakini bahwa dakwah merupakan tugas mulia. Komitmen ini harus dimiliki seorang da'i, untuk dapat berjuang dengan tangguh di medan dakwah. Tidak mudah menyerah lantaran tantangan yang dihadapi dipandang sulit. Da'i pantang untuk membeda-bedakan tempat berdakwah, ia harus siap dan ikhlas mengemban tugas dimanapun. Hakekatnya Tuhan orang beriman itu sama, kapanpun, dan dimanapun ia berada.

Keempat, tahapan visualisasi yaitu memberitahu mad'u tentang apa yang akan terjadi jika solusi yang diberikan kemudian dilaksanakan dan tidak dilaksanakan. Visualisasikan secara detail untuk mengantisipasi terjadinya kesalahpahaman dalam memproyeksikan gagasan ke masa yang akan datang. Menggambarkan kepada suatu kebaikan ketika gagasan yang disampaikan dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Tahapan yang terakhir yaitu tahapan tindakan, dengan memberitahu mad'u tindakan apa saja yang dapat mereka laksanakan dan digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Tahap ini dilakukan dalam komunikasi lisan atau berdakwah yang bersifat persuasif. Sering ustad Al Habsyi mengkritik mad'u untuk melaksanakan apa yang diperintahkan, namun dikemas dengan cara yang unik dan menarik. Bahkan metode ini disebut metode mengkritik terasa kripik. Maksudnya adalah menasehati khalayak tanpa terasa mereka di nasehati tetapi mereka melakukan dengan senang hati tanpa disadari dan tidak ada paksaan.

Memperhatikan kelemahan dari mad'u serta menutupinya dengan faktor sosial yang relevan merupakan langkah efektif dalam berdakwah, yang memiliki peluang besar untuk diterima dakwahnya (Asmaya, 2016, hal. 60). Mengintegrasikan pemahaman da'i dengan mad'u inilah yang tidak banyak dimiliki oleh kalangan da'i ataupun ahli komunikasi. Membangun spiritualitas atau kesadaran batin (inner awareness), gambaran integrasi personal (personal integration). Spiritualitas inilah yang kemudian menjadi fondasi awal setiap manusia dalam menjalin hubungan baik antar sesamanya. Terciptanya persatuan dan kesatuan pemahaman dengan apa yang menjadi tujuan bersama dalam meraih kebahagiaan dan keselamatan (Fuadi, 2018, hal. 336).

Tujuan mulia yang telah disepakati dan merupakan janji Allah SWT ini kemudian perlu ditegakkan. Mengembangkan dakwah secara intensif dan efektif merupakan langkah awal dan terus dilakukan demi keberhasilan umat muslim dalam memelihara kemajuan jaman dan perkembangan teknologi yang begitu pesatnya. Perselisihan antar umat muslim sebisa mungkin untuk diminimalisir, bahkan dihilangkan dari benak dan pikiran umat untuk memecah belah umat sendiri.

Keteguhan dan keuletan dalam memperjuangkan tugas mulia ini harus ada dalam kepribadian muslim. Muslim bergerak dan mendukung aktivitas gerakan dakwah Islam tanpa mengintimidasi gerakan-gerakan yang bernuansa Islam. Kekuasaan yang dimiliki kemudian dijadikan alat untuk memperjuangkan agama Islam, sehingga kekuatan penyampaian pesan dakwah tidak terbatas pada pengorganisasian yang dilakukan seorang da'i saja, melainkan tanggung jawab bersama.

Banyaknya intimidasi dan larangan atas gerakan dakwah Islam ini yang kemudian memunculkan beberapa permasalahan. Cara seperti itu yang dapat melemahkan kekuatan umat muslim dalam kegiatan dakwah. Tak dipungkiri bahwa setiap muslim memiliki pendapat yang berbeda, namun ketika perbedaan tersebut di akomodasi dengan baik maka akan menjadi kekuatan yang begitu besar. Tentu saja akan meningkatkan ghirah (semangat) berlomba-lomba dalam meraih kebaikan.

Kekuatan yang semacam ini yang tidak banyak disadari oleh banyak umat

muslim. Kepentingan pribadi yang lebih diutamakan dibanding kepentingan umat. Melihat berbagai permasalahan namun tetap membiarkan bahkan tanpa kepedulian. Melihat kemungkaran dimana-mana, namun dianggap biasa saja. Sikap semacam ini tidak bisa dibiarkan hingga merambah pada generasi berikutnya.

Menjaga supaya umat Islam tetap berjaya dan mampu memperjuangkan apa yang telah diperintahkan dan menjauhi yang menjadi larangannya. Bepegang teguh dengan apa yang menjadi sumber yaitu al-Qur'an dan Hadits. Pedoman itulah yang memberikan petunjuk menuju kesejahteraan dan kejayaan umat muslim tanpa perpecahan dan peperangan diantara sesama muslim.

Pengorganisasian Pesan Dakwah Ustad Habib Ahmad Al Habsyi

Pesan dakwah merupakan pesan yang isinya muatan dakwah, yaitu muatan tentang amar ma'ruf nahi munkar (Sujatmiko, 2105, hal. 184). Baik itu disampaikan secara jelas maupun secara kiasan. Penyampaian ide dalam pesan dakwah tersebut sesuai dengan bagian-bagian, diantaranya ada pendahuluan, bagian isi atau badan pesan dan penutup atau kesimpulan. Bagian pendahuluan dalam penyampaian pesan dakwah tentunya harus ada ucapan Basmallah, Alhamdulillah, dan shalawat kepada Rasul, kemudian mengajak orang untuk bertakwa dan taat kepada Allah. Adapun cara dalam mem-packaging-nya berbeda. Ustad Habib Ahmad Al Habsyi lebih tertarik dengan menggunakan nasyid dalam melantunkan shalawat, Alhamdulillah, pada bagian pembukaan. Melantunkan nasyid ini dilakukan karena masyarakat indonesian sangat tertarik dan suka terhadap hal-hal yang demikian.

Agama Islam memerintahkan dalam menyampaikan pesan dakwah hendaklah dengan bahasa kaumnya. Bahasa disini seperti menghadapi kaum ramaja, maka jangan lupa untuk menggunakan bahasa-bahasa gaul, sehingga mereka tidak terkesan di ceramahi akan tetapi merasa dirangkul diajak bersama-sama. Ketika berhadapan dengan kaum ibu-ibu yang pada umumnya suka shalawatan maka diajaklah shalawatan. Hal-hal yang seperti itulah yang perlu ditampilkan (Habsyi, 2018).

Penampilan tersebut merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan baik secara lisan maupun tulisan, dan tingkah laku yang berisikan pesan-pesan illahiah. cara ini dilakukan untuk menyeru dan mengajak manusia kepada ajaran Allah yaitu ajaran Islam, maka hal itu disebut dengan dakwah (Rahim, 2017, hal. 69). Dakwah tanpa pesan memang tidak memiliki makna apa-apa, tetapi dakwah juga tidak semena-mena pesan, melainkan juga kapan harus disampaikan, kepada siapa disampaikan, siapa yang menyampaikan, melalui media apa dan seterusnya ini yang dapat menyempurnakan kegiatan dakwah (Fuadi, 2018, hal. 339).

Isi pesan dakwah tetap akan menitipkan pesan yang update, misalnya ketika terjadi keterlambatan datang. Terkadang manusia menganggap bahwa rencana manusia lebih baik daripada rencana Tuhan. Ada kemacetan di jalan misalnya, manusia sering berburuk sangka, padahal apapun itu semua Allah yang

menghadirkan, tinggal bagaimana manusia menyikapinya. Disini seorang da'i dapat menghadirkan kisah yang update, misalnya memasukkan kisah bapak Sony Setiawan yang batal menumpangi pesawat Lion Air JT 610 rute Jakarta-Pangkalpinang, yang jatuh di perairan Karawang (Putri, 2018).

Merenungi peristiwa dalam kisah itu, maka dapat diambil hikmahnya dalam setiap permasalahan. Tidak lantas menyalahkan satu sama lain, yang justru bukan untuk menyelesaikan permasalahan namun akan menimbulkan permasalahan baru yang lebih besar. Baiknya tetap optimis dan tawakal dalam menghadapi permasalahan. Mencari kebenaran bukan mencari siapa yang salah, dengan demikian akan meringankan kita dalam mencari solusi di setiap masalah.

Penyampaian pesan dakwah tidak lepas dengan kisah, baik kisah yang terdahulu, sekarang ataupun kisah yang akan datang. Bercerita kisah itu penting, kisah mampu menguatkan hati, karena di dalam al-Qur'an terdapat 3/4 bagian tentang kisah. Sebagaimana dicontohkan Rasulullah yang tidak menggunakan kisah dalam menyampaikan visi dan misinya. Melalui kisah-kisah tersebut, maka masalah berburuksangka kepada Allah dapat diatasi, dengan memberi pemahaman sesuai dengan peristiwa yang terjadi.

Selain sebagai pedoman hidup, al-Qur'an juga memuat kisah – kisah yang perlu diresapi. Kisah yang disajikan dalam al-Qur'an merupakan kisah nyata dan fakta sejarah, bukan fiksi atau rekayasa apalagi dongeng (QS. Ali Imran(3): 62, QS.Al-Kahfi (18):13, QS. Al-Qasas (28): 3). Kisah-kisah ini merupakan pesan dakwah yang menarik apalagi dikemas dengan rapi. Kisah perjuangan Rasul dan respon umat yang dihadapi kala itu, menjadi semangat para da'i masa kini. Sosok itu akan menjadi penyemangat dalam mengemban tugas dakwahnya. Selain itu kisah ini dapat membentuk sikap anak-anak yang secara psikologis mencari sosok idola dalam hidupnya (Jafar, 2018, hal. 61).

Ada juga yang menarik dalam berdakwah, yaitu mengambil kisah yang lagi viral, misalnya dalam membaca al-Fatihah. Kebanyakan membacanya al-Fatekah. Hal ini kemudian menjadi sebuah kritikan kepada masyarakat, namun tidak disadari bahwa mereka sedang dikritik, ini yang kemudian dinamakan mengkritik terasa kripik. Selain menghadirkan kisah, sumber rujukan lain seperti kitab-kitab juga dipersiapkan dan diambil sebagai isi pesan dakwah.

Sumber pesan dakwah ada dua jenis, yaitu pesan yang dicari melalui penelitian empiris dan laboratoris. Kedua jenis pesan yang diberikan Tuhan lewat para Nabi dan Rasul. Pesan yang ditemukan dari hasil penelitian ini kemudian menjadi ilmu – ilmu sosial dan sains teknologi. Sedangkan pesan yang bersumber dari wahyu, ini kemudian menjadi ilmu agama. Keduanya dapat digunakan sebagai isi pesan dakwah sesuai dengan yang diinginkan (Kamaluddin, 2016, hal. 40).

Penekanan pesan dakwah salah satunya yaitu dilakukan dengan hikmah, yaitu perkataan yang jelas dan benar. Terdapat dalam QS. Yusuf (12) ayat 108, "katakan: inilah jalan (agama)-ku, aku dan ordang-orang yang mengikutiku

mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata. Maha Suci Allah, dan aku tiada termasuk orang-orang yang musyrik.”

Da'i dalam mengemukakan hasil penelitian harus jelas dengan menyebutkan kualifikasi penelitian dan tahun penelitian, dimaksudkan untuk menilai kredibilitas suatu penelitian yang dapat dijadikan rujukan sumber pesan dakwah. Da'i dianggap tidak menggugah (*striking*) dan tidak meyakinkan (*convincing*) jika tidak ditopang dengan data hasil-hasil penelitian dalam materi yang terkait data empiris.

Sumber pesan dakwah yang berasal dari wahyu, yang utama adalah Al-Qur'an. Al-Qur'an disamping sebagai sumber pesan dakwah, juga memiliki fungsi penting dalam kehidupan, yakni sebagai kitab petunjuk (*hudan*), pemisah antara yang haq dan yang bathil (*furqan*), pembenar dan standar ujian atas kitab suci (*musaddiq dan muhaymin*), pembawa rahmat (*rahmat*), penawar penyakit (*syifa'*), pembawa pencerahan (*Jafar, 2018, hal. 49-53*).

Disamping al-Qur'an, hadits termasuk pesan pokok dakwah, hadits menempati posisi kedua setelah al-Qur'an. Hadits tidak boleh bertentangan dengan al-Qur'an, akan tetapi melengkapi dan sebagai pendukung isi dalam al-Qur'an sebagai sumber utama. Seorang da'i tentu tidak akan kekurangan isi pesan dakwah yang akan disampaikan, karena terdapat banyak sumber yang dapat digunakan serta diolah sebagai pesan dakwah yang berkualitas dengan sumber-sumber terpercaya. Penekanannya bertujuan untuk menjaga semua materi yang disajikan dalam aktivitas dakwah berdasarkan konsep Islam, yaitu al-Qur'an dan Sunnah (*Siagian M. , 2016, hal. 761*).

Pesan-pesan dakwah itu sifatnya dinamis, dalam arti dapat disesuaikan dengan kondisi insidentil penerima dakwah. Mengingat negara Indonesia merupakan negara multikultural, dengan karakter yang beranekaragam. Kondisi seperti itulah yang kemudian menarik dan menantang da'i. Pesan dakwah yang disampaikan tidak asal disusun tanpa memetakan kondisi yang ada di lapangan.

Perkembangan saat ini tidak terlepas dengan permasalahan yang komplek. Munculnya masalah-masalah kontemporer tentu diperlukan sebuah pesan yang memiliki penafsiran sesuai dengan permasalahan yang terjadi saat ini. Penafsiran yang tepat akan memberikan sebuah penyelesaian masalah (*problem solving*) serta jawaban atas masalah kontemporer yang dihadapi masyarakat. Pengembangan ini dapat dilakukan dengan mengembangkan sifat pesan dakwah. Sifat pesan dakwah ini dapat diambil dari al-Qur'an dengan menggunakan pendekatan komunikasi.

Bagian penutup ini mempengaruhi terhadap kesan mad'u kepada da'i yang menyampaikan pesan dakwah, apakah berhasil dengan mengamalkan pesan yang disampaikan atau sebaliknya. Penutup dalam dakwahnya ustad Habib Ahmad Al Habsyi ini ada beberapa tehnik, yaitu dengan dzikir, lantunan kalimat tauhid dan ada kalimat-kalimat humor selagi tidak menyimpang. Kalimat humor ini dilakukan supaya hubungan hati ke hati manusia itu terjalin. Ketawa dan lucunya ini yang dapat memantapkan hati, maka ditutuplah dengan lantunan kalimat tauhid dan dzikir

yang mampu menghangatkan hati.

Menurut Enjang AS dakwah pada era sekarang tidak hanya dipahami dengan penyampaian pesan Islam melalui mimbar, ceramah, khutbah di mimbar saja, tetapi berbagai aktivitas keislaman yang memmberikan motivasi, teladan baik tulisan maupun lisan (ahsanuqaulan) dan berupa perbuatan nyata (ahsanuamalan) (M. Ghozali Moenawar dan Tata Septayuda, 2015, hal. 213). Bentuk dan model dakwah semacam ini yang harus dimiliki oleh da'i, selain hanya sekedar menyampaikan pesan saja. Da'i sebagai teladan dan memiliki kharisma dalam dakwahnya.

Ciri khas dan kharismatik da'i berpengaruh terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Ada beberapa da'i terkadang lepas kendali dengan pengorganisasian pesan dakwah. Menyampaikan dengan menyelipkan humor, tetapi humornya yang mendominasi isi pesan dakwah yang diterima khalayak. Kesalahan ini yang kadang tidak disadari, yang disebabkan tujuan dakwah yang disusun tidak berorientasi dalam amar ma'ruf nahi munkar.

Terutama da'i selebriti, pesan dakwahnya cenderung kurang. Keadaan yang demikian disebabkan dengan banyaknya jadwal, dan kegiatan dakwah yang lain. Disamping itu ketika disampaikan melalui media, terdapat aturan yang mengikat da'i dalam berekspresi sebebas mungkin dan menyampaikan pesan sebanyak mungkin. Keterbatasan waktu inilah yang kemudian seorang juru dakwah belum bisa menyampaikan materi sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan mad'u.

Pergeseran ini kemudian menjadi momok bagi khalayak atau mad'u dalam mendapatkan materi yang disampaikan. Hak untuk mendapatkan dan dapat memenuhi kebutuhan akan materi pesan dakwah yang disampaikan sering tidak terpenuhi. Disisi lain hadirnya media, mampu menghantarkan para da'i menjadi populer ini merubah kondisi sosialnya kearah yang lebih baik. Keadaan seperti inilah yang kemudian dakwah tidak dapat mewujudkan tujuan umat, melainkan untuk mewujudkan kesejahteraan pelaku dakwahnya.

PENUTUP

Pengorganisasian pesan dakwah yang digunakan ustad Habib Ahmad Al Habsyi ini sesuai dengan prosedur yang ada. Strategi mubasyarah ini menjadi strategi awal dalam membaca situasi dan kondisi mad'u. Dakwah yang menjadi fokusnya yaitu mengenai permasalahan kontemporer yang sedang dihadapi masyarakat. Masalah yang muncul baru-baru ini mengakibatkan kebimbangan dalam masyarakat atas penyelesaian yang tepat dan sesuai syariat.

Hadirnya pesan dakwah yang dikemas dengan rapi dan sesuai dengan komposisi masyarakatlah yang dapat diterima dengan baik serta mendapatkan perhatian lebih dari khalayak. Kebutuhan mereka yang mendasari atas ketertarikan terhadap pesan dakwah yang disampaikan, namun disamping itu adanya pengorganisasian yang sistematis dan pengorganisasian yang baik juga menjadi

pendukung terhadap penerimaan mad'u atas pesan tentang ajaran Islam tersebut.

Menyampaikan pesan yang mudah diterima dan dipahami mad'u ini menjadi tantangan da'i. Tanggung jawab secara moral memang menjadi konsekuensi setiap orang yang menyampaikan pesan dakwah. Baik dilihat dari perubahan yang didapatkan juga terhadap perilaku keseharian masyarakat secara luas dalam pengamalan perintah Allah SWT. Seorang juru dakwah tentu tidak sesak nafas dalam mengemban tugas mulia tersebut. Justru menjadikan tantangan ini sebagai bentuk perjuangan dan menggantikan jihad dimasa Rasulullah SAW.

Pengorganisasian pesan dakwah ustad Al Habsyi terbagi dalam beberapa tahap. Tahap pertama, yaitu membangkitkan perhatian mad'u, dengan kalimat pembukaan diiringi lantunan nasyid, dan shalawat yang memikat perhatian mad'u. Tahapan kedua adalah memberikan isi pesan dakwah yang sesuai dengan kebutuhan mad'u yang ada dalam dakwahnya. Tahapan ketiga yaitu memberikan pemuasan berupa solusi terhadap masalah yang seang dihadapi oleh mad'u, dalam hal ini dilakukan pengamatan kepada mad'u sehingga pesan dakwahnya sebagai problem solving. Tahapan yang keempat, yaitu menggambarkan dengan kisah-kisah terdahulu, sekarang dan kisah yang akan datang. Tahapan yang terakhir yaitu menekankan pada tindakan atau pengamalan atas pesan yang disampaikan dengan mengemas berupa komunikasi persuasif. Rumusan pesan ustad Al Habsyi tersebut sudah mampu memberikan hasil signifikan terhadap perkembangan dakwah, terlebih mampu diimplementasikan oleh khalayak luas.

Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menggali informasi tentang strategi da'i dalam mengembangkan dakwah secara signifikan serta mampu mengungkapkan faktor yang menghambat perkembangan dakwah. Sehingga dalam pengembangan ilmu psikologi dakwah dapat merumuskan strategi yang tepat dalam pelaksanaan dakwah di masyarakat yang heterogen.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmaya, E. (2016). Faktor Personal dan Situasional Penerimaan Pesan Dakwah. *Komunika*, 10(1), 46-66.
- Fuadi, M. H. (2018). Pesan Dakwah Hasan Al-Banna dalam Buku Majmu'at al-Rasail. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 325-340.
- Haryanto. (2016). Pesan Dakwah pada Buletin Ju'at Himmah. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 12(1), 1-14.
- Ilaihi, W. (2013). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ismail, N. dkk. (2018). Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 22-45.
- Jafar, A. (2018). Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 41-66.
- Kamaluddin. (2016). Pesan Dakwah. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, 2(

B. Ariyanto

2), 37-58.

- Luwita, R. D. (2016). Strategi Penyusunan Pesan Undas.co dalam Meningkatkan Kepedulian Remaja pada Industri Kreatif Lokal Kota Samarinda. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 292-305.
- Moenawar, M.G. & Septayuda, T. (2015). Komunikasi Profetik dan Pesan Dakwah dalam Film Habibie dan Ainun. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 211-220.
- Maskur & Noor, I. (2014). Ustad Selebriti Abdullah Gymnastiar dalam Budaya Populer (Perspektif Hipersemiotika Yasraf Amir Piliang). *Studia Insania*, 2(1), 47-57.
- Moleong, L. J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulkan, D. (2014). Islamic Peaching (Da'wa) Portrait in Television (Indonesian Cases). *The International Journal of Social Sciences*, 19(1), 55-64.
- Putri, Z. (2018). Kisah Sony yang Selamat dari Tragedi Lion Air JT 610. Jakarta: Detik.com, diakses pada tanggal 01 Desember 2018, pukul 14.30 WIB.
- Rahim, U. A. (2017). Pesan Komunikasi Dakwah dalam Petatah-Petitih Minang. *Jurnal Sosial Budaya*, 14(1), 63-79.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Siagian, M. (2016). The Position of Da'wah Messages and Ethics in Malaysian an Indonesian Television Programs. *Malaysian Journal of communication*, 32(2), 749-769.
- Siagian, S. P. (2005). *Organisasi, Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Suhandang, K. (2014). *Strategi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sujatmiko, I. (2105). Pesan Dakwah dalam Lagu "Bila Tiba". *Jurnal Komunika*, 9(2), 181-195.