

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak adanya pemberadaban manusia, kegiatan komunikasi tidak terlepas dari aktivitas manusia itu sendiri. Untuk terus melangsungkan hidupnya, manusia harus berinteraksi dengan satu sama lain melalui komunikasi.¹ Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang bertujuan untuk menyampaikan dan memahami pesan, ide, gagasan, serta sikap antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan), yang biasanya berakhir dengan suatu hasil yang dikenal sebagai efek komunikasi.

Kegiatan komunikasi bukan hanya memberi atau bertukar informasi, namun komunikasi juga merupakan kegiatan persuasif yang artinya suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan cara membujuk atau mengajak secara halus. Tujuannya adalah memengaruhi orang lain untuk melakukan sesuatu ataupun memiliki paham yang sama dengan orang yang menyampaikan pesan atau yang biasa disebut komunikan.²

Secara umum komunikasi dilakukan dengan kata-kata (lisan) yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Apabila bahasa lisan tidak dapat dimengerti oleh kedua belah pihak, komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan gerakan tubuh atau menunjukkan sikap tertentu, yang dikenal sebagai komunikasi non-verbal. Gaya komunikasi juga merupakan aspek penting dalam proses ini.³

Setiap manusia tentunya memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda maka dari itu apabila seseorang dapat mengenal gaya komunikasi orang lain maka orang itu juga akan dapat menemukan kesadaran diri sehingga dapat mengembangkan relasi, interaksi, dan merespon antar personal demi menciptakan komunikasi yang efektif.

¹Abdul Hamid Bashori, *Gaya Komunikasi Da'i Dalam Komunikasi Dakwah, EL-FATIHA: Jurnal Dakwah dan Penyuluhan Islam*, 01(1), 2022, hal.2.

²Ratu Mutialela C, *Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hal.1.

³Abdul Hamid Bashori, *Gaya Komunikasi....*, hal.2.

Gaya komunikasi merupakan elemen krusial dalam interaksi sosial, yang dapat mencerminkan kepribadian dan nilai-nilai individu. Gaya tersebut bisa dilihat dari cara komunikator menggunakan tata bahasa, sikap, sumber pesan, dan pemilihan kata-kata. Dengan demikian, komunikasi memiliki dampak terhadap citra seseorang.

Kegiatan komunikasi juga dapat dilakukan dalam kegiatan keagamaan. Salah satu contoh kegiatan yang biasa dilakukan adalah dakwah.⁴ Dalam dakwah, gaya komunikasi tidak hanya berperan dalam menyampaikan informasi, tetapi juga berfungsi untuk membentuk pemahaman dan sikap audiens terhadap ajaran yang disampaikan. Gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang da'i sangat berpengaruh terhadap efektivitas penyampaian pesan dakwah. Dakwah dalam penyampaian komunikasinya juga memiliki beberapa komponen yaitu adanya da'i (*muballigh*), objek dakwah (*mad'u*), media dakwah (*wasilah*), materi dakwah (*madah*), metode dakwah (*thariqah*), dan efek dakwah (*atsar*).

Dalam pengertiannya dakwah merupakan suatu seruan atau mengajak manusia kepada risalah islam dan menuju jalan yang benar yang ditentukan oleh Allah SWT untuk seluruh umat manusia. Komunikasi dakwah ini diartikan sebagai proses penyampaian nilai-nilai keagamaan dari komunikator kepada komunikan. Hal yang didakwahkan adalah sekumpulan pesan keagamaan yang telah dipelajari oleh komunikator dan disampaikan atau dikomunikasikan kepada objek dakwah.

Di era yang semakin modern ini, masyarakat cenderung bosan dengan metode dakwah yang monoton, sehingga seorang da'i harus memiliki trik atau ciri khas tersendiri untuk menarik perhatian masyarakat utamanya kalangan remaja. Gaya komunikasi dakwah dengan diiringi sholawat menjadi ciri khas Gus Muchammad Badaruddin Abdullah atau yang biasa disapa dengan Gus Badar. Tidak hanya bersholawat Gus badar juga berdakwah dengan bahasa yang

⁴*Ibid.*

santai dan asik sehingga para pendengarnya mudah menerima dan merespon dakwah dari beliau.

Gus Badar dikenal dengan komunitasnya yang bernama Jaljalut. Komunitas Jaljalut Indonesia yang semula merupakan gerakan anak muda yang lahir dari kota kecil kini mulai merambah di kota-kota di sekitarnya. Pendiri dari komunitas ini merupakan anak muda yang tidak memiliki jalur habaib ataupun kiyai ternama sebagaimana umumnya kelompok sholawat di Indonesia. Gus badar sebagai pendiri merupakan putra dari kiyai kampung yang memiliki semangat membara dalam berdakwah.

Dalam era modern yang penuh tantangan dan perubahan budaya, dakwah menghadapi dinamika baru dalam Masyarakat, khususnya generasi muda dan kelompok marginal. Penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti karena hadirnya Gus Badar Abdullah bersama komunitas Jaljalut dalam dunia dakwah kontemporer memberikan fenomena yang unik dan inspiratif. Gus badar dikenal dengan pendekatan dakwah yang khas, memadukan strategi sentimental, rasional, dan indrawi, serta mampu membangun solidaritas kuat di antara anggota komunitasnya. Keberhasilannya dalam membina komunitas Jaljalut yang anggotanya berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda, mulai dari anak jalanan, mantan preman, dan kelompok yang dianggap negatif oleh masyarakat, menunjukkan efektivitas gaya komunikasi dakwah yang telah diterapkannya.

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang melatar belakangi terjadinya gaya komunikasi yang diterapkan Gus Badar dan apa saja gaya komunikasi yang diterapkan oleh Gus Badar Abdullah dalam menyampaikan pesan dakwah kepada komunitas Jaljalut?
2. Bagaimana persepsi anggota komunitas Jaljalut terhadap gaya komunikasi dakwah yang disampaikan oleh Gus Badar Abdullah?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan bagaimana gaya komunikasi Gus Badar dan persepsi dari komunitas Jaljalut dalam berdakwah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai gaya komunikasi dakwah Gus Badar dan cara beliau menyampaikan dakwah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya dan sebagai informasi yang dapat dikembangkan dalam seminar di masa mendatang.

Selain itu, penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi dirinya sendiri dan para pembaca secara umum. Penelitian ini sangat penting bagi penulis karena didasari oleh rasa ingin tahu yang mendalam dalam memilih judul skripsi tersebut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat oleh peneliti adalah hasil dari penelitian bisa dijadikan acuan bagi peneliti tentang bagaimana cara berkomunikasi dalam kegiatan berdakwah di masa depan, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

b. Bagi Masyarakat

Menjadi acuan bagi masyarakat dalam mengembangkan model dakwah yang sesuai dengan kebutuhan serta karakter lingkungan sosial, dengan menekankan pendekatan sentimental, rasional, dan indrawi sehingga pesan agama dapat lebih mudah dipahami dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.