Kredibilitas Da'i dengan Keseriusan Jama'ah dalam Menyimak Ceramah

Siti Barokah¹, Mukhlis Aliyudin¹, Ahmad Agus Sulthonie¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

**Email : Sitiibarokah1@gmail.com*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui uraian tentang tiga indikator kredibilitas da'i di Masjid Al-A'raaf. perspektif kredibilitas da'i yaitu Etos, Patos dan Logos. Tujuan selanjutnya adalah untuk mengetahui hubungan kredibilitas da'i dengan keseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah. Penelitian ini di latar belakang oleh jama'ah yang tidak serius dalam menyimak ceramah. Berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan yaitu ketidakseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah yaitu mengantuk hingga tertidur. Penelitian ini dapat mengungkapkan latarbelakang terjadinya masalah tersebut berdasarkan perspektif ilmu kredibilitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran angket kepada jama'ah dan mengumpulkan dokumentasi data yang diperlukan untuk menunjang validitas penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah mayoritas dipengaruhi oleh retorika da'i. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tafsir logika yang dihubungkan dengan konteks Dakwah Komunikasi Penyiaran Islam. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa da'i masjid Al-A'raf memenuhi ketiga indikator kredibilitas, yang menunjukkan bahwa mayoritas da'i memiliki Ethos yaitu keahlian relevansi materi sesuai perkembangan zaman, Patos yaitu da'i selalu meninjau emosi dan karakter jama'ah, dan loghos yaitu da'i memiliki argumentasi yang kuat. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas da'i di Masjid Al-A'raaf sangat baik.

Kata Kunci : Kredibilitas; Keseriusan Ceramah; Jama'ah

ABSTRACT

This research was backgrounded by Jamaah who was not serious in listening to lectures. Based on the facts that took place in the field, they were not serious about listening to the lecture, namely drowsiness to sleep. This research can reveal the background of the occurrence of these problems based on credibility perspective. The purpose of this study is to find out a description of three indicators of credibility in the Al-A'raf Mosque. the perspective of credibility is Ethos, Patos and Logos. The next objective is to find out the relationship between credibility and the seriousness of the congregation in listening to lectures. This study uses quantitative methods using descriptive methods, data collection techniques used in this study are questionnaires to Jamaah and collect documentation of data needed to support the validity of this study. The results of this study indicate that the seriousness of the congregation in listening to the lectures of the majority is influenced by the rhetoric of da'i. Analysis of the data used in this study is a logical interpretation that is related to the context of Islamic Broadcasting Communication Da'wah. From the results of data analysis shows that the preacher of Al-A'raf mosque fulfills all three indicators of credibility, which shows that the majority of preachers have Ethos, namely the relevance of material expertise in accordance with the times, Patos namely the preacher always reviews the emotions and character of the congregation, and loghos namely preachers have strong arguments. The conclusion of this study shows that the credibility of da'i at Al-A'raf Mosque is very good.

Keyword: *Credibility; the seriousness of lecture; pilgrims*

PENDAHULUAN

Dakwah sebagai aktivitas transmisi, transformasi dan difusi serta internalisasi ajaran islam terhadap umat manusia. (Enjang, 2019:150) dalam prosesnya melibatkan unsur mubaligh, pesan, metode, media dan mad'u yang merupakan satu kesatuan dengan memiliki keterkaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya. Dakwah dengan tujuan untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik ini dilakukan dengan berbagai metode. Salah satu metode yang digunakan adalah ceramah dengan cara penyampaian pesan beretorika dimana penyampaian pesan dakwahnya dilakukan secara lisan.

Dakwah sudah menjadi kebutuhan yang mutlak bagi manusia. tanpa dakwah, manusia tidak mengenal kebajikan, jika kebajikan tidak lagi dikenal, sejarah hidup akan kacau, hakikat dakwah sangat diperlukan demi kelangsungan hidup di masa mendatang. Dalam hal ini khitobah merupakan suatu teknik atau metode dakwah yang banyak di warnai oleh ciri dan karakteristik seorang da'i pada suatu aktivitas dakwah. Oleh karena itu, penguasaan keterampilan berbicara didepan mad'u merupakan satu pokok untuk mempengaruhi para pendengar agar mengikuti dan mengamalkan isi pesan yang disampaikan oleh da'i.

Dalam Q.S An-nahl: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Da'i menjadi figur atau contoh baik dalam hal bersikap, penentu baik buruknya dakwah, akhlak, penampilan, kepribadian, dan profesionalisme menopang kualitas dakwah yang akan atau sedang dilakukannya, dan menjadi ciri dari seorang da'i. Keberhasilan dakwah dalam wujud terjadinya perubahan perilaku pada objek dakwah dari buruk menjadi baik atau dari baik menjadi lebih baik, akan turut dipengaruhi oleh mutu personal da'i. Seorang da'i akan berhasil komunikasinya, dalam arti mampu mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku komunikan (mad'u), apabila komunikan itu merasa bahwa komunikatornya (da'i) ikut bersamanya. (Kustadi, 2013: 84). Da'i sebagai komunikator memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan, sikap komunikator yang tercermin dari kata dan perilakunya, yang mengandung perpaduan dari keahlian, kearifan, kebenaran, timbang rasa dan tegang rasa. Dengan ethosnya itu seorang mad'u atau da'i menjadi sumber kepercayaan (*source credibility*) dan sumber daya tarik (*source attractiveness*). Dalam berkomunikasi seorang komunikator dianggap berhasil apabila ia menunjukkan *source credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan. Kepercayaan ini ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya. (Nasrudin, 2013: 140) Sebagai komunikator ketika berkomunikasi yang berpengaruh bukan apa saja yang ia katakan, tetapi juga keadaan ia sendiri. Da'i tidak dapat menyuruh mad'u untuk mendengarkan apa yang ia katakan namun juga mad'u akan memperhatikan siapa yang mengatakan.

Sebuah kaidah menyebutkan “*anyone does not only communicate what he says, but he also communicates who he is*”. Seseorang tidak hanya akan melihat dari apa yang ia sampaikan, melainkan akan melihat siapa dirinya. Pribadi penyampai pesan menjadi penentu pantas tidaknya sebuah pesan dapat diterima atau tidak. Sebuah pesan yang baik, tetapi disampaikan oleh seseorang yang berkepribadian pendusta dapat dipastikan penerimaannya akan ragu atau tidak akan percaya kepada pesan yang dibawanya. Seorang da'i sebagai seorang komunikator yang menyampaikan dakwahnya harus memiliki kredibilitas yang baik terhadap komunikan (mad'u) sebab dalam hal ini sangat berpengaruh terhadap kepercayaan mad'u tentang apa yang ia sampaikan juga siapa yang menyampaikan. Kepercayaan mad'u harus prioritas hingga sampai pesan dakwahnya aspek utama kepercayaan dari mad'u itu ada pada diri da'i itu sendiri.

Efektifitas berdakwah tidak saja ditentukan oleh kemampuan berdakwah,

tetapi juga sangat dipengaruhi oleh diri da'i. Aristoteles menjelaskan bahwa retorika itu menaruh perhatian melalui teori kredibilitas dengan konsep *ethos*, *pathos* dan *loghos*. Menurut aristoteles seorang komunikator yang memiliki kredibilitas jika memenuhi 3 syarat yakni *ethos* (kepercayaan anda), *pathos* (emosi khalayak), dan *loghos* (logika dalam pendapat/argumen).

Seorang da'i dituntut mampu menjaga dan merawat kepribadian positifnya serta mampu mengkondisikan pengaruh-pengaruh agar menunjang terhadap lahirnya kepribadian yang baik, kredibilitas tidak melekat pada diri pembicara. Kredibilitas terletak pada persepsi khalayak tentang pembicara, karena kredibilitas itu sama dengan persepsi khalayak tentang komunikator.

Salah satu Majelis Ta'lim yang melaksanakan pengajian rutin adalah masjid Al-A'raaf yang terletak di Kampung Rancakamurang, Rw 08, Kelurahan Cisaranten Kidul, Kecamatan Gedebage, Kota Bandung. Pengajian rutin ini dilaksanakan hari kamis dan sabtu setiap minggunya, dari masa ke masa pengajian rutin ini memiliki perkembangan baik da'i maupun jama'ahnya, pengajian rutin ini tidak hanya di isi oleh mubaligh daerah setempat, namun semakin baik perkembangannya Majelis Ta'lim ini di isi oleh 6 orang da'i disamping itu pengajian ini di isi oleh da'i dari kampung Rancakamurang dan diluar daerah yaitu dari kampung Gedebage Wetan, Kampung Bebedahan ,dan Cicalengka Kabupaten Bandung sehingga para da'i yang mengisi pengajian tersebut memiliki karakter dan jam terbang serta pola dakwah yang berbeda dan berakibat jama'ah memiliki kesan yang berbeda terhadap da'i yang mengisi pengajian rutin tersebut, hal ini mempengaruhi tingkat kepercayaan dan respon masyarakat terhadap da'i. Terkadang dalam pelaksanaanya da'i ketika berceramah kurang mendapat perhatian dan respon yang baik dari jama'ah. Dari ke-6 da'i tersebut hanya ada beberapa da'i saja yang mendapat perhatian yang berbeda dari masyarakat selebihnya tidak demikian. Bahkan jama'ah nampak jenuh, tidak memperhatikan, ngantuk sampai tertidur.

LANDASAN TEORITIS

Dakwah, secara bahasa (etimologi) berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Pengertian dakwah dari segi bahasa ini masih memiliki karakteristik yang umum, karena yang namanya mengajak, memanggil atau menyeru bisa saja terjadi pada kebaikan atau keburukan. Dalam konteks pengertian bahasa Al-Qur'an menunjukkan contoh-contoh penggunaan kata dakwah. (Aliyudin, 2009: 3) Menurut Ibnu Taimiyah dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan mentaati apa yang telah diberitakan oleh Rasul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihatNya. Penggunaan kata dakwah dan definisinya bisa digunakan untuk ajakan kebaikan dan ada juga kata dakwah yang menunjukkan

ajakan pada keburukan, bahkan ada kata dakwah yang artinya do'a. Seorang komunikator (Da'i), harus mempunyai kredibilitas yang mumpuni dalam melakukan dakwahnya. Dalam hal ini subjek dakwah harus mempersiapkan fisik, mental, maupun materi yang akan disampaikan. (Munir, 2013: 175).

Kredibilitas ialah seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima). Menurut *Gobbel*, menteri propaganda Jerman dalam Perang Dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi. Inti kredibilitas adalah persepsi, yang secara sederhana dapat diartikan pandangan komunikan terhadap komunikator. Oleh karena itu persepsi selalu berubah-ubah bergantung pada pelaku persepsi (komunikan), topik yang dibahas dan situasi. (Nasrudin, 2015:141)

Kredibilitas seorang komunikator bisa berubah bila terjadi perubahan khalayak, topik, dan waktu. Artinya kredibilitas seorang pembicara pada suatu tempat belum tentu bisa sama ditempat lain kalau khalayak berubah. Demikian pula halnya dengan perubahan topik dan waktu. Seorang komunikator bisa saja menguasai topik tertentu, tetapi belum tentu dengan topik yang lain. Begitu juga dengan seorang pembicara yang tadinya memiliki kekuasaan bisa didengar oleh orang lain, tetapi ketika ia tidak berkuasa orang tidak mau lagi mendengarkannya. (Cangara, 2014: 105)

Faktor-faktor yang mempengaruhi keadaan seseorang pembicara (da'i) agar terjadi (1) internalisasi, (2) identifikasi, dan (3) ketundukan dalam proses dakwahnya adalah dipengaruhi oleh adanya: *Pertama*, faktor kredibilitas, yaitu seperangkat persepsi mustami (*mad'u*) mengenai sifat-sifat (karakter) *da'i* yang dibangun dalam kerangka pikiran baik, maksud baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*). *Kedua*, faktor atraks, yakni kesukaan seseorang pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang yang dipengaruhi oleh adanya daya tarik fisik, adanya ganjaran, familiarity, kedekatan, dan kemampuan. Faktor atraksi ini akan berpengaruh pada tingkat efektivitas penyampaian pesan dan perubahan pendapat dan sikap mustami (*mad'u*), karena seorang *da'i* akan dipandang menarik bila mustami merasa adanya kesamaan, adanya kedekatan, dan memiliki daya yang diharapkan. Oleh sebab itu seorang *da'i* yang ingin mempengaruhi mustaminya hendaknya memulai pesannya dengan cara menegaskan kesamaan antara dirinya dengan mustaminya. *Ketiga*, kekuasaan yaitu kemampuan yang menimbulkan ketundukan, karena dengan kekuasaan menyebabkan seorang *da'i* dapat "*memaksakan*" pesan kepada orang lain. Salah satu kekuasaan adalah keahlian yang berasal dari pengetahuan, pengalaman keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh *da'i*. Maksud keahlian adalah bahwa *da'i* memiliki kemampuan yang luas tentang apa yang disampaiakannya dan memiliki pengetahuan serta

keterampilan tentang bagaimana menyikapinya. *Keempat*, popularitas, yaitu dikenal oleh masyarakat baik karena keahlian yang dimiliki atau karena faktor positif lainnya. Hal ini akan menarik perhatian dan kepercayaan mad'u. Oleh sebab itu akan sangat baik jika para da'i berusaha memiliki keahlian tertentu yang akan menunjang popularitas. (Aliyudin, 2009: 159)

Seorang da'i yang kredibel adalah seseorang yang memiliki kompetensi dibidangnya, integritas kepribadian, ketulusan jiwa dan memiliki status yang cukup. Da'i harus menjadi saksi kebenaran, menjadi teladan umat dan berakhlak baik yang mencerminkan nilai-nilai islam. Menurut *James McCroskey* (1966) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi lebih jauh menjelaskan bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari kompetensi, sikap, tujuan, kepribadian, dan dinamika. (Cangara, 2014: 106)

Menurut *Aristoteles* kredibilitas bisa diperoleh jika seorang komunikator (da'i) memenuhi tiga syarat untuk mempengaruhi khalayak (manusia), yaitu *Ethos*, *Pathos*, Dan *Logos*. (Kesatu *Ethos* ialah komunikator harus mampu menunjukkan kepada khalayak bahwa memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya sehingga ucapan-ucapan tersebut dapat dipercaya, dan status yang terhormat. Seorang komunikator harus memiliki kekuatan kuat dari karakter kepribadiannya. Ketika anda menunjukkan kualifikasi anda secara sengaja atau tidak, anda membentuk ethos (kesan yang baik mengenai anda). (Rakhmat, 2017: 77).

Inilah contoh-contoh pernyataan yang menimbulkan ethos yaitu: Pernyataan mengenai sumber-sumber yang anda kutip, Pernyataan yang menunjukkan keterlibatan anda dalam studi yang relevan dengan pembicaraan, Pernyataan yang mengacu pada posisi, penghargaan atau prestasi yang anda capai, Pernyataan yang menunjukkan pada peristiwa, orang atau tempat penting yang berkaitan dengan topik anda. Kedua *Pathos* ialah komunikator harus menyentuh hati khalayak (perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang). Kekuatan yang dimiliki seorang komunikator ialah dalam mengendalikan emosi pendengarnya (komunikas). Para ahli retorika modern menyebutnya imbauan emosional. Ketiga *Logos* ialah meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti, disini seorang komunikator mendekati khalayak melalui otaknya. Kekuatan yang dimiliki seorang komunikator dalam logos yaitu melalui argumentasinya. Khalayak akan bersedia dan "bersuka rela" mengiuti ajakan/ajuran komunikator apabila pesannya disampaikan dengan uraiannya yang masuk akal dan argumentasi yang kuat. Dalam kenyatannya, tidak semua orang memiliki logos dalam setiap perkataan yang disampaikannya. Mungkin ada orang yang cenderung memiliki pathos daripada logos atau sebaliknya. (Nasrudin, 2015: 148)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini hasil menguraikan hubungan Kredibilitas Da'i terhadap keseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah. Pada tanggal 1 Oktober hingga 31 Oktober dengan enam da'i yang berbeda peneliti kaji seberapa besar indikator yang terdapat pada da'i yang telah menyampaikan ceramahnya. Meskipun perkembangan teknologi sudah sampai pada gadget di setiap tangan manusia, akan tetapi dakwah melalui lisan ini masih tetap dilakukan di dalam masjid dengan menggunakan pengeras suara. Dengan kata lain dakwah di tengah perkembangan ilmu dan teknologi ini telah memasuki berbagai ranah, seperti internet yang masuk melalui berbagai media sosial seperti facebook, instagram, line, dll. Perfileman yang ditayangkan di layar lebar dan banyak lagi media lain yang pada dasarnya media tersebut tidak ada pada zaman rosulullah.

Namun demikian, ceramah yg dilaksanakan pada pengajian rutin merupakan salah satu kegiatan dakwah yang dengan berserah diri jama'ah akan berdatangan dan pada dasarnya keberhasilan dakwah dari zaman ke zaman diterima oleh mad'unya melalui pendekata kultural. Dengan mempertimbangkan sosiokultural lokasi dakwahnya dengan mempertimbangkan aspek budaya setempat maka dakwah islamiyah akan mudah diterima apabila tidak menolak dan menggantikan budaya yang sudah ada. Dengan kata lain, ceramah merupakan pencerahan dan penyampaian pesan dakwah yang langsung melalui lisan dari seorang da'i kepada masyarakat luas. Maka fungsi ceramah dalam sistem dakwah sebagai komunikasi adalah untuk menyelesaikan tugas-tugas penting demi menata kehidupan manusia menjadi sebuah kehidupan yang baik (cara makan, pakaian, kepuasan dan menikmati hidup dengan mebar di jalan Allah) dan untuk menciptakan/ memupuk hubungan dengan oranglain sebagai penyambung lidah. Dengan ini kegiatan dakwah merupakan pergerakan dakwah pada wilayah tertentu yang selanjutnya akan dilanjutkan dengan strategi da'i meneruskan apa yang telah disampaikan dimasyarakat.

Terdapat hubungan Kredibilitas da'i terhadap keseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah di Masjid Al-A'raaf namun tidak sepenuhnya mempengaruhi keseriusan jama'ah. karena dari keenam da'i yang telah dipantau dan diteliti selama satu bulan pengajian bulanan ini masih terdapat jama'ah yang tertidur.

Seorang komunikator (Da'i), harus mempunyai kredibilitas yang mumpuni dalam melakukan dakwahnya. Dalam hal ini subjek dakwah harus mempersiapkan fisik, mental, maupun materi yang akan disampaikan. Hasil penelitian dikelompokkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1

Kredibilitas Ustad Husein

No	Kredibilitas Da'i	P
1.	Ethos	30%
2.	Pathos	30%
3.	Loghos	40%
Jumlah		100%

Sumber data : Hasil Obervasi, Oktober 2017

Tabel 2

Kredibilitas Ustad Ikhwan

No	Kredibilitas Da'i	P
1.	Ethos	40%
2.	Pathos	30%
3.	Loghos	30%
Jumlah		100%

Sumber data : Hasil Observasi, Oktober 2017

Tabel 3

Kredibilitas ustad Dede Baedowi

No	Kredibilitas Da'i	P
1.	Ethos	30%
2.	Pathos	30%
3.	Loghos	40%
Jumlah		100%

Sumber data : Hasil Obervasi, Oktober 201

Tabel 4

Kredibilitas Ustad Oo Somantri

No	Kredibilitas Da'i	P
1.	Ethos	40%
2.	Pathos	20%
3.	Loghos	40%
Jumlah		100%

Sumber data : Hasil Obervasi, Oktober 2017

Tabel 5

Kredibilitas Ustad Imron

No	Kredibilitas Da'i	P
1.	Ethos	20%
2.	Pathos	20%
3.	Loghos	60%
Jumlah		100%

Sumber data : Hasil Obervasi, Oktober 2017

Tabel 6

Kredibilitas Ustadzah Oom Komariah

No	Kredibilitas Da'i	P
1.	Ethos	30%
2.	Pathos	30%
3.	Loghos	40%
Jumlah		100%

Sumber data : Hasil Obervasi, Oktober 2017

Klasifikasi pada da'i berdasarkan *Ethos*, *Pathos* Dan *Loghos* secara umum (seluruh responden)

Menurut *Aristoteles* kredibilitas bisa diperoleh jika seorang komunikator (da'i) memenuhi tiga syarat untuk mempengaruhi khalayak (manusia), yaitu *Ethos*, *Pathos*, Dan *Loghos*. (Cangara, 2014:105) *Ethos* ialah komunikator harus mampu menunjukan kepada khalayak bahwa memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya sehingga ucapan-ucapan tersebut dapat dipercaya, dan status yang terhormat. Seorang komunikator harus memiliki kekuatan kuat dari karakter kepribadiannya. Ketika anda menunjukan kualifikasi anda secara sengaja atau tidak, anda membentuk *ethos* (kesan yang baik mengenai anda).¹ Sebelum berceramah seorang komunikator (da'i) harus mempersiapkan mulai dari materi, hingga penampilan sebelum ia memulai ceramah. Karena hal ini terkait dengan tingkat kredibilitas (keyakinan, karakter, keahlian) seorang da'i di hadapan jama'ah.

Membangun ethos bisa seorang komunikator lakukan dengan beberapa cara antara lain adalah memperhatikan penampilan, menguasai keahlian, membangun percaya diri yang tinggi, serta membangun merk pribadi). Tujuan dakwah adalah suatu faktor yang menjadi pedoman arah proses yang dikendalikan secara sistematis dan konsisten. Dalam kegiatan dakwah selalu terjadi proses interaksi, yaitu hubungan antara da'i dari satu pihak dan mad'u sebagai objek dakwah dari pihak lain. Interaksi dalam proses dakwah ini ditujukan untuk mempengaruhi mad'u yang akan membawa perubahan sikap sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Seorang da'i harus benar-benar mengerti kondisi sasaran dakwah dari segi umur, geografis, pendidikan, dan lain-lain agar tujuan dakwah dapat tercapai.

Faktor sugesti, imitasi dan identifikasi, serta imitasi tampaknya mengharuskan da'i memiliki ciri-ciri dan kepribadian yang prima untuk dapat menarik mad'u. Dalam faktor imitasi misalnya, da'i dituntut agar mampu menarik perhatian sasaran dakwah agar mereka mencontoh (mengimitasi ide-ide serta tindakan da'i yang sesuai dengan ajaran islam. Dalam faktor identifikasi dan simpati menuntut seorang da'i menjadi publik figur, seseorang yang memiliki keahlian dibidangnya, memiliki prestasi agar sasaran dakwah tertarik untuk mengidentifikasi dirinya atau menarik simpati pada diri da'i tersebut sehingga perubahan sikap terjadi.

Faktor-faktor dasar interaksi sosial tersebut juga mengharuskan seorang da'i membina hubungan yang baik dengan mad'u, sehingga mad'u tidak ragu untuk mencontoh dan meneladani sikap dan kepribadian da'i.

Kedua, Uraian tentang *Pathos* pada Da'i di Masjid Al-A'raaf, *Pathos* ialah komunikator harus menyentuh hati khalayak (perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang). Kekuatan yang dimiliki seorang komunikator ialah dalam mengendalikan emosi pendengarnya (komunikasi). Para ahli retorika modern menyebutnya imbauan emosional. Hal ini penting dan harus dilakukan seorang komunikator agar selalu melibatkan emosi jama'ah (Audiens). Seorang komunikator (da'i) dalam ceramahnya akan membantu jama'ah lebih mudah memahami perspektif da'i. Ada banyak hal yang bisa seorang da'i lakukan untuk mengembangkan *pathos* dalam diri seorang komunikator (da'i) seperti menggunakan cerita, menggunakan humor, menggunakan visual, *body language*, penekanan kata atau jeda. Salah satu syarat komunikator yang kredibel harus memperhatikan aspek *Pathos* agar mengolah emosi/nada dengan baik.

Ketiga, Uraian tentang *Pathos* pada Da'i di Masjid Al-A'raf

Ada dua prinsip dasar yang harus seorang komunikator pegang untuk mengembangkan logos yang kuat, yaitu: Kesatu, Buatlah dimengerti apapun argumen seorang komunikator yang disampaikan, jama'ah harus mudah memahami. Gunakan bahasa yang sederhana.

Kedua, Buatlah logis, pastikan argumen seorang da'i yang disampaikan mudah ditalar oleh jama'ah. Jangan pernah memberikan pernyataan yang sulit, apalagi yang susah diterima oleh logika. Perlu seorang komunikator yang harus diperhatikan setiap argumen yang disampaikan seorang komunikator akan dipikirkan oleh jama'ah jika itu masuk akal, maka jama'ah akan mempercayai apa yang disampaikan. Jika tidak masuk akal jama'ah akan menolaknya.

Dari tingkat kredibilitas da'i ketika dibandingkan terhadap tingkat keberhasilan dapat disimpulkan bahwa kredibilitas da'i mempengaruhi keseriusan jama'ah dalam Menyimak ceramah, Namun Jama'ah yang tidak serius menyimak ceramah bukan berarti dikarenakan kredibilitas da'i melainkan dari dalam jiwa jama'ah masing-masing.

Kondisi Sosial Jemaah Pengajian Rutin Di Majelis Ta'lim Al- A'raaf.

Pelaksanaan pengajian rutin ibu-ibu dilaksanakan di Majelis Ta'lim Al- A'raaf setiap hari kamis dan sabtu sore dengan jamaah heterogen dari berbagai latar belakang pendidikan, ekonomi, dan kondisi sosial yang beragam. Hal ini diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

Pada bagian ini akan digambarkan kondisi jamaah pengajian di Majelis Ta'lim Al-A'raaf berdasarkan jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan pekerjaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7

Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	F	%
1	Wanita	50	100
Jumlah		50	100

Sumber data: Hasil Observasi, Oktober 2017.

Dari tabel di atas menunjukkan untuk jamaah pengajian Majelis Ta'lim Al-A'raaf adalah ibu-ibu. Kegiatan jamaah yang mengikuti kegiatan ceramah pada pengajian rutin di Majelis Ta'lim Al-A'raaf sangat bervariasi. Keberagaman usia dan sosial tidak menjadi kendala yang pelik, karena jamaah sebagian besar adalah masyarakat sekitar Majelis Ta'lim Al-A'raaf. Nuansa religi (keagamaan) yang tercipta disekitar lokasi memudahkan jamaah untuk berbaur, tidak mengedepankan status sosial. Karena secara tidak langsung perbedaan usia dan sosial akan mempengaruhi pemahaman, artinya usia muda dan usia tua akan berbeda tangkapnya terhadap materi yang disampaikan. Begitu pula dengan masalah status sosial, akan mempengaruhi dalam pemahaman dan penerimaan

materi.

Tabel 8

Kondisi jamaah berdasarkan pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	F	%
1	Ibu rumah tangga	30	60
2	Guru	10	20
3	Pedagang	5	10
4	Wiraswata	5	10
Jumah		50	100

Sumber data: Hasil Observasi, Oktober 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa kondisi jamaah berdasarkan pekerjaan yang paling mendominasi adalah ibu rumah tangga sebanyak 30 orang atau 60%. Keadaan ekonomi jamaah pada pengajian rutin di Majelis Ta'lim Al – A'raaf sangat bervariasi pula. Mereka sebagian besar adalah karyawan dan ibu rumah tangga, tetapi ada juga yang berprofesi sebagai pedagang, guru, PNS, dan wiraswasta.

Tabel 9

Kondisi sosial jamaah berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	F	%
1	SD	10	20
2	SMP	10	20
3	SLTA	20	40
4	Sarjana	10	20
Jumlah		50	100

Sumber data: Hasil Observasi, Oktober 2017

Tabel diatas memperlihatkan variasi latar belakang pendidikan jamaah Majelis Ta'lim Al-A'raaf. Dilihat dari tingkat pendidikan ini, jamaah yang berlatar belakang pendidikan SD menempati urutan pertama dari segi jamaah yaitu sebanyak 10 orang atau sekitar 20 %. Jamaah yang berlatar belakang SMP sebanyak 10 orang atau 20 %. Jama'ah yang berlatar belakang SMA 20 orang atau 40%. Dan jamaah yang berlatar belakang Sarjana (S1) sebanyak 10 orang atau 20%.

Latar belakang pendidikan Jama'ah sangat bervariasi, pendidikan terendah

adalah SD, sedangkan pendidikan tertinggi adalah perguruan tinggi. Sedangkan faktor Pendidikan yang diperoleh seseorang akan berpengaruh terhadap tingkat pengetahuannya termasuk mempengaruhi orang tersebut dalam memahami suatu permasalahan agama. Namun tidak menutupi kemungkinan bagi mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang sedang atau rendah untuk memiliki pemahaman keagamaan yang cukup baik, sebab pendidikan dalam realitasnya tidak diperoleh melalui jalur formal saja tetapi juga bisa melalui jalur non formal.

Seputar Da'i Di Masjid Al-A'raaf

Apabila dilihat dari latarbelakang pendidikan, sisi keilmuan dan pengalaman organisasi tidak diragukan lagi untuk para da'i di Masjid Al-A'raaf. Berikut ini jadwal pengajian rutin setiap minggu disertai dengan materi yang sudah di jadwalkan.

Tabel 10
Jadwal Ceramah Da'i

No	Jadwal Da'i	Hari/Tanggal	Hari/Tanggal	Materi
1.	Ustad Husein	Kamis, 5 Oktober 2017	Sabtu, 4 November 2017	Fiqih
2.	Ustad Dede Baedowi	Kamis, 12 Oktober 2017	Kamis, 11 November 2017	Hukum keluarga (Perkawinan, Rumahtangga)
3.	Ustad Imron	Kamis, 19 Oktober 2017	Sabtu, 7 Oktober 2017	Akidah, Sosial
4.	Ustad Ikhwan	Kamis, 26 Oktober 2017	Sabtu, 14 Oktober 2017	Tafsir
5.	Ustadzah Oom Komariah	Kamis, 2 November 2017	Kamis, 21 Oktober 2017	Al-Qur'an
6.	Ustad Oo Somantri	Kamis, 9 November 2017	Kamis, 28 Oktober 2017	Al-Qur'an dan Hadist

Pelaksanaan pengajian rutin ibu-ibu di Majelis Ta'lim Al-A'raaf kampung Rancakamurang Kelurahan Cisaranten Kidul Kecamatan Gedebage Kota Bandung, tidak terlepas dari beberapa unsur dakwah antara lain Da'i, Mad'u,

Materi, Metode Dan Media. Semua itu berhubungan demi tercapainya tujuan dakwah. Meskipun kegiatan pengajian hanya dilakukan seminggu dua kali, tetapi menunjukkan nilai yang berarti untuk ibu-ibu.

Dalam praktiknya da'i yang dipercaya untuk membahas materi tersebut sesuai dengan latarbelakang keilmuan dan keahlian di bidangnya, tidak sedikit da'i juga memilih materi yang sesuai dengan kondisi jama'ah. Da'i diatas sudah diatur sesuai jadwalnya, namun apabila seorang da'i berhalangan tidak bisa mengisi jadwalnya maka ada pengganti da'i yang sudah disiapkan dari jauh-jauh hari oleh ketua ibu-ibu Majelis Ta'lim. Dalam pembahasan kali ini akan dibahas lebih dalam tentang pesan yang akan disampaikan dalam pidato.

Menurut Acep Aripudin langkah pertama yang harus dilakukan oleh seorang da'i sebelum memulai ceramahnya penting setelah mental adalah menyiapkan pesan yang akan disampaikan. Hal pertama yang harus diketahui adalah prinsip organisasi pesan. Melalui bagaimana cara da'i menyampaikan pesan dakwahnya. Walaupun banyak materi dan informasi yang dimiliki seorang da'i, akan tetapi jika penyampaian dakwahnya tidak sistematis dan teroganisir maka akan kurang efektif memberi kesan pada da'i bahwa ia tidak menguasai persoalan, materi dan metodologi dakwah. Oleh sebab itu penguasaan materi dan metodologi bagi seorang da'i adalah suatu kemestian. (Aripudin, 2011: 5)

Jalaludin Rahmat berpendapat bahwa ada tiga prinsip yang dapat mempengaruhi seluruh organisasi pesan dalam berpidato yaitu:

Sampel (Faktual dan Analogi); Sampel (*example*) merupakan contoh atau sebuah perumpamaan yang disampaikan dalam pidato, sampel dapat dilakukan dengan dua cara. Yang pertama adalah menyebutkan fakta-fakta aktual, yang kedua adalah dengan membuat sebuah ilustrasi dari cara pertama.

Dalam persiapan angket ini ada 5 indikator yaitu mendengarkan, memahami, menyetujui, mengambil tindakan, memberi umpan timbal balik, kelima indikator tersebut terbagi menjadi 3 bagian dalam aspek kredibilitas komunikator yakni Ethos, Pathos, dan Loghos. Berikut ini penjelasannya:

Tabel 11

ETHOS			
INDIKATOR	PERTANYAAN	JAWABAN	
		YA	TIDAK

Memahami	Apakah anda memperhatikan ceramah dan memahami pesan yang disampaikan oleh da'i?
	Apakah anda bisa menyimpulkan isi ceramah yang disampaikan oleh da'i
Menyetujui	Setelah mengerti isi ceramah apakah anda setuju yang disampaikan da'i?
	Apakah anda pernah tidak menyetujui pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i?

Keempat pertanyaan diatas merupakan aspek ethos, sebab pertanyaan diatas lebih membahas mengenai kepercayaan, kepribadian, daya tarik dan keahlian terhadap da'i, karena kredibilitas merupakan persepsi komunikasi terhadap komunikator (da'i). Kepercayaan pada komunikator ditentukan oleh keahliannya dan dapat tidaknya ia dipercaya. Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan yang besar akan dapat meningkatkan daya perubahan sikap, sedang kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan. Lebih dikenal dan disenangnya komunikator oleh komunikan, lebih cenderung komunikasi untuk mengubah kepercayaannya kearah yang dikehendaki komunikator. Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang diterima komunikasi dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris. Dalam hal ini, pesan yang dikomunikasikan mempunyai daya pengaruh yang lebih besar, apabila komunikator dianggap sebagai seorang ahli, apakah keahliannya itu khas atau bersifat umum seperti yang timbul dari pendidikan yang lebih baik atau status sosial atau jabatan/profesi yang lebih tinggi.

Selain itu, untuk memperoleh kepercayaan sebesar-besarnya, komunikator bukan saja harus mempunyai keahlian, mengetahui kebenaran, tetapi juga cukup objektif dalam memotivasikan apa yang diketahuinya. Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan. Misalnya, komunikator dapat diseangi atau dikagumi sedemikian rupa, sehingga pihak komunikasi akan menerima kepuasan dari usaha menyamakan diri

dengannya melalui kepercayaan yang diberikan. Atau komunikator dapat dianggap mempunyai persamaan dengan komunikan, sehingga komunikan bersedia untuk tunduk kepada pesan yang dikomunikasikan komunikator.

Tabel 12

PATHOS		
INDIKATOR	PERTANYAAN	JAWABAN
		YA TIDAK
Mendengarkan	Apakah anda memahami isi ceramah yang disampaikan?	
	Apakah anda mengantuk/jenuh saat da'i menyampaikan ceramahnya dengan monoton?	
	Apakah anda fokus mendengarkan ceramah saat da'i berceramah dengan gaya yang bagus/menarik?	

Ketiga pertanyaan diatas merupakan aspek Pathos, sebab pertanyaan diatas lebih membahas mengenai imbauan emosional terhadap da'i, karena kredibilitas merupakan persepsi komuinkan terhadap komunikator (da'i). Pertanyaan tersebut mengacu dalam buku *Rethorics* karya Aristotle Artinya seorang komunikator dalam komunikasi yang bersifat persuasinya haruslah mempengaruhi emosi pendengar agar pendengar dapat menerima pesan dan menyentuh hati pendengarnya. Salah satu contoh pertanyaan "*Apakah anda mengantuk atau jenuh saat da'i menyampaikan ceramahnya dengan monoton?*" pertanyaan diatas erat kaitanya dengan imbauan kepada seorang komunikan, sebab apabila jama'ah mengantuk bahkan hingga tertidur di karenakan penyampaian ceramah da'i monoton membuat jama'ah jenuh.

Salah satu syarat komunikator yang kredibel harus memperhatikan aspek Pathos agar mengolah emosi/nada dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian peneliti akan memaparkan olahan vokal segi nada suara.

Nada suara, demikian saat memperhatikan da'i berceramah para da'i tersebut memiliki tingkatan nada suara baik itu nada rendah, naik, dan naik turun atau sebaliknya.

Kesatu, nada tinggi, nada tinggi memang mengungkapkan rasa marah, takut, dan kaget. demikian tidak hanya rasa marah, takut dan kaget saja, mengungkapkan kritikan, rasa ketidak sanggupan pun memungkinkan seorang mubaligh menaikkan intonasinya. Tergantung mubaligh mengatur intonasinya.

Kedua, nada rendah, nada rendah sendiri menunjukkan rasa senang, tenang dan sedih. Setiap humor yang beliau sampaikan dari mulai video satu sampai video dua belas mekanisme vokalnya pasti selalu rendah atau datar.

Ketiga, nada naik turun atau sebaliknya, nada yang naik turun atau sebaliknya secara teknis disebut *infleksi* atau menunjukkan antusiasme, semangat, atau kadang-kadang rasa takut. Hal ini kembali kepada seorang mubaligh yang mengatur intonasi penjelasan tersebut hanya sebagai acuan saja. Uraian tentang *Loghos* pada Da'i di Masjid Al-A'raaf. *Loghos* ialah meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti, disini seorang komunikator mendekati khalayak melalui otaknya. Kekuatan yang dimiliki seorang komunikator dalam logos yaitu melalui argumentasinya yang logis. Khalayak akan bersedia dan "bersuka rela" mengiuti ajakan/ajuran komunikator apabila pesannya disampaikan dengan uraiannya yang masuk akal dan argumentasi yang kuat. Dalam kenyatannya, tidak semua orang memiliki logos dalam setiap perkataan yang disampaiannya. Mungkin ada orang yang cenderung memiliki pathos dari pada logos atau sebaliknya.

Tabel 13

LOGHOS		
INDIKATOR	PERTANYAAN	JAWABAN
		YA TIDAK
Mendengarkan	Apakah anda menyampaikan pesan dakwah yang anda dengar dari da'i untuk lingkungan sekitar anda?	
	Apakah anda mengamalkan pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i?	

Memberi Umpan
Balik

Apakah anda fokus
mendengarkan ceramah saat
da'i berceramah dengan gaya
yang bagus/menarik?

Ketiga pertanyaan diatas merupakan aspek Loghos, sebab pertanyaan diatas lebih membahas mengenai imbauan logis mengenai materi yang disampaikan secara masuk akal terhadap da'i, karena kredibilitas merupakan persepsi komunikasi terhadap komunikator (da'i).

Tujuan yang dimaksud pada pembahasan loghos disini pun haruslah dipilih, yang pertama apakah pesan yang disampaikan itu untuk menghibur, memberitahukan atau mempengaruhi. Yang kedua adalah, tentu dalam menyampaikan pesan terdiri dari beberapa pokok pembahasa/ gagasan yang hendak disampaikan, maka hal ini adalah penengah agar tidak terjadi kesalahan seperti pemikiran ceroboh dan penggunaan kata-kata jelek maka ada penyambung antara dari pokok pembahasan pertama pada pokok pembahasan selanjutnya dengan menggunakan berbagai kata. Prinsip yang terakhir adalah titik berat. Titik berat merupakan gagasan utama dalam pokok pembahasan yang disampaikan dengan hentakan atau menaikkan nada/intonasi.

Salah satu contoh pertanyaan "*Apakah anda menyampaikan pesan dakwah yang anda dengar dari da'i untuk lingkungan sekitar anda?*" pertanyaan diatas erat kaitanya dengan aspek terakhir dalam bab kredibilitas ini, pertanyaan itu mengacu pada jama'ah yang menerima pesan dakwah dengan baik, apabila pesan yang disampaikan oleh da'i masuk akal, dan mudah diserap maka jama'ah akan menyampaikan atau mengingat dalam daya ingatnya.

Dalam angket ini, saya menggunakan 2 skala diantaranya: Ya dan Tidak masing-masing skala memiliki skor yang berbeda-beda, apabila jama'ah menjawab Ya maka skornya 1 (satu) dan apabila jama'ah menjawab Tidak maka skornya 0 (nol).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah mayoritas dipengaruhi oleh retorika da'i. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tafsir logika yang dihubungkan dengan konteks Dakwah Komunikasi Penyiaran Islam. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa da'i Majelis Ta'lim Al-A'raaf memenuhi ketiga indikator kredibilitas, yang menunjukkan bahwa mayoritas da'i memiliki *Etos* yaitu bakat keahlian, dan relevansi materi dengan perkembangan zaman, *Patos* yaitu da'i selalu meninjau emosi dan karakter jama'ah, dan *logos* yaitu da'i memiliki argumentasi yang kuat. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa

kredibilitas da'i di Majelis Ta'lim Al-A'raaf sangat baik. Dengan demikian seorang da'i atau mubaligh dalam proses dakwah yang perlu diperhatikan dan berpengaruh pada mad'u bukan saja apa yang ia katakan, tetapi juga akan terkait dengan siapa dan bagaimana yang mengatakannya. Oleh sebab itu seorang da'i boleh hanya untuk memperhatikan apa yang dikatakannya, akan tetapi penting juga memperhatikan aspek-aspek fisik atau penampilan. Ukuran keberhasilan suatu penyampaian (tabligh) adalah apabila adakwah yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u dalam keadaan utuh. Sedangkan ukuran keberhasilan dalam arti ajakan dakwah adalah manakala mad'u memenuhi ajakan da'i

Kredibilitas seseorang tidak tumbuh dengan sendirinya, ia harus dicapai melalui usaha yang terus menerus, harus dibina dan dipupuk, serta konsisten sepanjang hidup. Kredibilitas dalam konteks dakwah perspektif komunikasi sama dengan persepsi mad'u (khalayak) tentang da'i. Ketika kredibilitas ini dimiliki oleh seorang da'i, maka da'i tersebut akan memiliki citra (penilaian) positif dihadapan mad'unya.

Seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap melalui mekanisme daya tarik, jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengan mereka dalam hubungannya dengan opini secara memuaskan. Misalnya, komunikator dapat diseangi atau dikagumi sedemikian rupa, sehingga pihak komunikan akan menerima kepuasan dari usaha menyamakan diri dengannya melalui kepercayaan yang diberikan. Atau komunikator dapat dianggap mempunyai persamaan dengan komunikan, sehingga komunikan bersedia untuk tunduk kepada pesan yang dikomunikasikan komunikator.

Selanjutnya seorang komunikator akan sukses dalam komunikasinya, kalau ia menyesuaikan komunikasinya dengan *the image* dari komunikan, yaitu memahami kepentingannya, kebutuhannya, kecakapannya, pengalamannya, kemampuan berfikirnya, kesulitannya, dan sebagainya. Singkatnya, komunikator harus dapat menjaga kesemestann alam mental yang terdapat pada komunikan, yang disebut *the image of other* oleh Prof. Hartley.

Menurut Jalaludin Rakhmat kredibilitas terletak pada persepsi khalayak tentang pembicara (komunikator/da'i), kredibilitas tersebut dapat dibentuk dan dibangun.

Cara membangun kredibilitas yaitu:

Otoritas, seorang komunikator memiliki otoritas artinya ia memiliki keahlian yang diakui. Otoritas dibentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman. Misalnya cendekiawan Islam yang di didik di Amerika dianggap tidak memiliki otoritas untuk memberikan ceramah keislaman, dibandingkan dengan sarjana yang di didik di Mesir. Setiap orang pasti

mempunyai otoritas untuk bidang yang sesuai dengan pendidikan dan pengalamannya.

Komponen kedua dalam membangun kredibilitas yaitu *good sense*. Pendengar menyukai gagasan yang dikemukakan oleh pembicara yang di pandang objektif.

Good character (akhlak yang baik), termasuk akhlak yang baik adalah kejujuran, integritas dan ketulusan.

Good will, para pendengar akan tertarik kepada anda bila mereka tau bahwa anda berbicara untuk kepentingan mereka bahwa anda sedang “berjuang” untuk kesejahteraan dan kebahagiaan mereka.

Dinamisme, yaitu ekspresi fisik dari komitmen psikologis anda terhadap topik, bila komukiator berbicara serius maka komunikan pun akan menanggapi dengan serius. Dan apabila komunikator berbicara secara lesu kelihatan capek maka komunikan pun akan dilanda kebosanan. (Rakhmat, 2012: 73-75)

PENUTUP

Terdapat hubungan Kredibilitas da'i terhadap keseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah di masjid Al-A'raaf namun tidak sepenuhnya mempengaruhi keseriusan jama'ah. karena dari keenam da'i yang telah dipantau dan diteliti selama satu bulan pengajian bulanan ini masih terdapat jama'ah yang tertidur.

Da'i masjid Al-A'raf memenuhi salah satu indikator kredibilitas da'i yaitu *ethos*, dalam hal ini da'i memiliki keahlian bakat retorika murni yang da'i dapatkan dengan berjalanan hidup yang membuat para da'i terbiasa dengan berbicara di depan umum. Sebelum berceramah seorang komunikator (da'i) harus mempersiapkan mulai dari materi, hingga penampilan sebelum ia memulai ceramah. Karena hal ini terkait dengan tingkat kredibilitas (keyakinan, karakter, keahlian) seorang da'i di hadapan jama'ah. Hasil penelitian menyatakan bahwa da'i memiliki 3 aspek yang kredibel sebab persepsi mad'u terhadap da'i diatas 60%, dengan demikian telah memenuhi syarat interpretasi skor yang kuat.

Sesuai dengan indikator sebelumnya, da'i Masjid Al-A'raf memenuhi aspek *Pathos* sebagai salah satu indikator kredibilitas da'i. Secara praktis da'i dalam ceramahnya berusaha untuk membangkitkan dan meredam perasaan jama'ah dengan melihat situasi dan kondisi isu-isu aktual yang berkembang saat ini. Selain itu da'i juga dalam penyampaian ceramahnya selalu melihat kondisi jama'ah. hasil penelitian menyatakan bahwa da'i memiliki 3 aspek yang kredibel sebab persepsi mad'u terhadap da'i diatas 70%, dengan demikian telah memenuhi syarat interpretasi skor yang kuat. Hal ini penting dan harus dilakukan seorang komunikator agar selalu melibatkan emosi jama'ah (Audien).

Seorang komunikator (da'i) dalam ceramahnya akan membantu jama'ah lebih mudah memahami perspektif da'i. Ada banyak hal yang bisa seorang da'i lakukan untuk mengembangkan pathos dalam diri seorang komunikator (da'i) seperti menggunakan cerita, menggunakan humor, menggunakan visual, *body language*, penekanan kata atau jeda.

Da'i Masjid Al-A'raf memenuhi indikator kredibilitas da'i yang terakhir yaitu aspek *loghos*. Prespektif *loghos* tentang kredibilitas da'i ini menjelaskan bahwa da'i selalu menjelaskan format pesan khutbahnya dengan menggunakan analogi dan argumentasi logis dan rasional yang disesuaikan dengan relevansi hari ini dengan berlandaskan Al-Quran dan Hadits. Hasil penelitian menyatakan bahwa da'i memiliki 3 aspek yang kredibel sebab persepsi mad'u terhadap da'i diatas 70%, dengan demikian telah memenuhi syarat interpretasi skor yang kuat.

Dalam menyampaikan tugas risalahnya para dai hendaknya dilengkapi dengan berbagai bekal keutamaan sifat-sifat kemuliaan. Seperti sifat yang diberikan Allah kepada rasul adalah sebagai berikut: *Kesatu, Shidiq*, artinya jujur dan benar serta terhindar dari sifat dusta (al-kidzb) atau bohong. *Kedua, Amanah*, artinya dapat dipercaya dan terhindar dari sifat khianat. *Ketiga, Tabligh*, artinya menyampaikan dan terhindar dari sifat al-kitman atau menyembunyikan sesuatu. *Keempat, Fathanah*, artinya bijaksana dan brilian serta terhindar dari sifat al-jahl atau bodoh.

DAFTAR PUSTAKA

- AS, E., Aliyudin. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu dakwah*, Bandung: Widya Padjadjaran
- Suhandang, K. (2013). *Ilmu Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Nasrudin, E. (2015). *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Cv Pustaka Setia
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT. RajaGrafindo Persada
- Amin, S.A. (2013). *Ilmu Dakwah*, Jakarta: AMZAH
- Rakhmat, J. (2012) *Retorika Modern*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Aripudin. (2011) *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Suratmin, S. (2015). *Kredibilitas dan kepribadian da'i*, <http://shalehsuratmin.blogspot.com/2015/09/kredibilitas-dan-kepribadian-dai.html>
- Nurjaman, A. (2016). *Pola Komunikasi Kyai Dan Solidaritas Jama'ah*, Vol 10, No 2 Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies*, 305-330
- Ikrima A. (2016). *Dakwah Majelis Rasulullah dan Kecintaan Jama'ah kepada Dakwah Islam*, Vol 1 No 2, *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.