

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Biografi Emha Ainun Nadjib

Emha Ainun Nadjib yang lebih dikenal dengan sebutan Cak Nun atau Mbah Nun lahir di desa Menturo, Sumobito, Jombang, Jawa Timur. Ia lahir pada hari Rabu Legi, 27 Mei 1953 dan merupakan anak ke-4 dari 15 bersaudara. Ayahnya adalah seorang kyai terpandang di desanya.¹

Sebahagian masa kecil Emha Ainun Nadjib dihabiskan di desanya. Ia bersekolah disalah satu sekolah dasar di desanya. Setelah lulus sekolah dasar ia melanjutkan pendidikan di Pondok Modern Gontor Ponorogo. Namun pada pertengahan tahun ketiganya bersekolah di Gontor ia dikeluarkan dari sekolah karena demo melawan dept. keamanan. Kemudian dia pindah ke Yogyakarta dan bersekolah di SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta.²

Setelah lulus SMA, Emha Ainun Nadjib melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas UGM, namun dia tak sampai lulus. Emha merasa tidak betah dan kemudian memilih bergabung dengan kelompok penulis muda, Persada Studi Klub (PSK). Di (PSK) Emha Muda menemukan bakat kepenyairan dan kepenulisan. Tulisan-tulisan hasil karya Emha banyak dimuat di media massa. Inilah titik penting dari hadirnya pengakuan masyarakat atas eksistensinya.³

¹ Emha Ainun Nadjib, *Sedang Tuhan Pun Cemburu*, (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2015). hlm. 440

² <http://docs.google.com/file/d/0B3UxDd4duYHuaDYzaE5sdmJUTTg/edit>

³ Emha Ainun Nadjib, *Sedang Tuhan Pun Cemburu*, (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2015). hlm. 442

Sebagai seorang penyair dan penulis karir Emha terbilang cukup bagus. Ia pernah mengikuti kegiatan kesenian internasional seperti, Lokakarya Teater di Filipina (1980); International Writing Program di Universitas Iowa, Iowa City, AS (1984); Festival Penyair Internasional di Rotterdam, Belanda (1984); serta Festival Horizonte III di Berlin Barat, Jerman Barat (1985).⁴

Karya-karya bidang kepenulisan Emha cukup banyak diterbitkan, baik berupa sajak maupun esai. Diantara sajaknya yang telah terbit adalah: *M. Frustasi, Sajak-Sajak Sepanjang Jalan, Sajak-Sajak Cinta, Nyanyian Gelandangan, 99 Untuk Tuhanku, Suluk Pesisiran, Syair Asmaul, dll.* Sedangkan buku esainya yang telah diterbitkan adalah: *Dari Pojok Sejarah, Sastra Yang Membebaskan, Secangkir Kopi Jon Pakir, Markesot Bertutur, Markesot Bertutur Lagi, Slilit Sang Kyai, 2,5 Jam Bersama Soeharto, Jogja Indonesia Pulang Pergi, Gelandangan Di Kampung Sendiri, Sedang Tuhan Pun Cemburu, Indonesia Bagian Dari Desa Saya, Anggukan Ritmis Kaki Pak Kiai,* dan masih banyak lagi.⁵

Buku Emha Ainun Nadjib yang berjudul “Secangkir Kopi Jon Pakir merupakan karyanya yang terbit tahun 1994. Dalam buku ini Emha Ainun Nadjib tampak bergelut dengan persoalan-persoalan hidup masyarakat kelas bawah, yang diungkapkan lewat “bahasa jelats”, sederhana (strukturnya) dan jenaka (gayanya).

Buku ini bercerita tentang Jon Pakir alias Jon yang *Faqir*. Jon Pakir adalah seorang pakar kondang asal jombang yang piawai dalam meracik gagasan dan merakit

⁴ *Ibid*

⁵ <http://docs.google.com/file/d/0B3UxDd4duYHuaDYzaE5sdmJUTTg/edit>

kata-kata. Dalam buku ini Jon menghibur pembaca sekaligus menyajikan secangkir kopi yang *mat—matan* untuk dinikmati kapan dan dimana saja.

Kopi yang dimaksud dalam buku ini bukan sembarang kopi. Ada kopi modal untuk pelit, kopi ‘Amenangi Zaman Jahiliah, kopi ‘Junalisme Absolute, kopi ‘Syahadat Kiai Jangkung, kopi ‘Sosiologi Munyuk, kopi ‘Fastabiqul Fulus dan kopi-kopi lainnya yang ditanggung lebih *sip* ketimbang kopi *nasgithel* (panas, legi, kenthel)

Dari sekitar seratus lima puluh kopi yang tersaji dalam buku ini, sang koki mencoba membicarakan problem-problem masyarakat kelas bawah (dalam arti luas) yang banyak diobrolkan di gardu-gardu, di warung-warung, dan ditempat obrolan lain.

Karya lain dari seorang Emha Ainun Nadjib adalah buku berjudul “Slilit Sang Kyai”. Slilit sang kiai adalah “kumpulan kolom” bukan “buku”. Artinya, kumpulan ini bukan paparan gagasan yang sejak semula disusun dalam suatu rakitan sistemik, seperti lazimnya sebuah buku disusun.

Bagian pertama kumpulan ini diikat oleh tema-tema keagamaan, dalam hal ini Islam, meskipun bukan tidak merambah perspektif religiositas dalam arti luas.

Pada bagian kedua, tulisan-tulisan yang tersajikan memaparkan berbagai problem yang dihadapi oleh berbagai kelompok masyarakat. Yakni, mereka yang mengalami “sunyi” ekonomi, politik, dan budaya, serta tertepikan dalam pergulatan sejarah.

Bagian ketiga kumpulan ini adalah tulisan-tulisan yang memasuki persoalan-persoalan yang lebih makro dan universal. Setiap tema yang diajukan selalu ditarik kedalam skala makro dan universal.

Pada bagian ujung dalam buku ini dapat ditemukan sebuah kolom yang berbicara tentang bakat bangsa yang berbeda-beda, yang sesungguhnya akan juga melahirkan cita-cita, pilihan kebudayaan, ataupun cara memodernisasi diri yang juga berbeda. Dalam buku ini Emha membayangkan suatu peradaban yang tidak berporos tunggal.

“Markesot Bertutur” dan *“Markesot Berututur Lagi”* merupakan salah satu karya emas dari perjalanan kepengarangan Emha Ainun Nadjib. Buku markesot bertutur ini menggambarkan kisah seorang bernama Markesot. Markesot adalah sosok lugu nan cerda, mbeling, terkadang misterius. Dalam kesehariannya dengan sahabat-sahabatnya, Markembloh, Markasan, Markemon, dan lain-lain yang tergabung dalam konsorsium para Mbabung (KPMb).

Markesot memperbincangkan seabrek problem masyarakat kita. Dari konflik politik internasional sampai soal celana. Dari tasawuf hingga filosofi urap. Dalam gaya bertutur khas Jawa Timur yang penuh canda hingga sindiran. Markesot mengajak kita meneropong kehidupan secara arif dan menemukan hakikat dibalik nilai-nilai semu yang merjalela.

2,5 Jam Di Istana (Kesaksian Seorang Rakyat Kecil) adalah buku yang membuka tabir saat-saat terakhir bersama Soeharto. Buku tersebut merupakan upaya Emha Ainun Nadjib dalam menjelaskan sesuatu yang berkaitan dengan keadaan saat terjadinya reformasi.

Dalam buku tersebut Emha mengajak pembaca untuk saling menyadari bersama bahwa hendaknya segala informasi dan silaturahmi diantara sesama rakyat kecil lebih mengandalkan komunikasi langsung dan empiris di lapangan rakyat kecil sendiri.

Melalui buku *2,5 Jam Di Istana (Kesaksian Seorang Rakyat Kecil)* Emha bermaksud meneguhkan kembali ikrar pembaca bahwa *amanu, hajar wa-jahadu*, bahwa *ijtihad* dan *jihadn*, bahwa reformasi atau *tajdidun-nafs wa tajdidul-ummah* merupakan pekerjaan semua pihak. Serta yang terpenting dari reformasi adalah *thaharah*: mereformasikan diri sendiri sehingga berpikiran adil, berpandangan jernih dan memelihara kasih sayang sosial.

Ringkasan dari beberapa karya Emha Ainun Nadjib diatas merupakan gambaran tentang pemikiran-pemikiran Emha Ainun Nadjib. Pemikiran yang dituangkan oleh Emha melalui tulisan tersebut mencakup seluruh aspek kehidupan sosial masyarakat.

Sebagai seorang pekerja sosial, kehidupan Emha lebih banyak dijadwal oleh masyarakat yang selalu setia disapanya lewat pelbagai acara.dan pertemuan. Setidaknya ada empat acara rutin yang diasuhnya,diantaranya: *Padhang Mbulan* (Jombang), *Mocopat Syafaat* (Yogyakarta), *Kenduri Cinta* (Jakarta) dan *Gambang Syafaat* (Semarang), Acara-acara tersebut masih eksis hingga sekarang.

Padhang mbulan adalah salah satu acara rutin yang diadakan oleh Emha Ainun Nadjib di desa Menturo, Jombang, Jawa Timur. Acara tersebut merupakan acara *maiyyahan* yang pertama kali diadakan oleh Emha Ainun Nadjib. Padhang mbulan sudah berlangsung selama 23 tahun dan masih berlangsung hingga saat ini.⁶

Acara maiyyahan yang rutin diadakan oleh Emha Ainun Nadjib di Yogyakarta adalah Mocopat Syafaat. Mocopat Syafaat pertama kali diadakan oleh Emha Ainun

⁶ <https://www.caknun.com/tag/padhangmbulan/>

Nadjib pada tahun 1999. Acara tersebut masih berlangsung hingga saat ini menginjak tahun ke-18.

“... 18 tahun yang lalu, anda mungkin masih SD. Lahir tahun berapa? Itu tahun 1999. Berarti anda masih 4 tahun. Saya sudah ada disana sejak pertama.”⁷

Acara rutin lainnya yang diadakan oleh Emha Ainun Nadjib adalah Kenduri Cinta di Jakarta dan Gambang syafaat di Semarang. Kedua acara ini diadakan pertama kali pada sekitar tahun 2000 akhir.

“... terus kemudian kayak di Jakarta, di Kenduri Cinta, kenduri cinta itu mulai 2000 akhir kalau nak salah. Terus Gambang syafaat Semarang juga kurang lebih ditahun yang sama.”⁸

Beberapa posisi penting organisasi juga pernah ditempati oleh Emha. Ia pernah dipilih menjadi redaktur harian *Masa kini*, menjadi dewan kesenian Yogyakarta dan menjadi fungsionaris Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia. Namun seluruh posisi itu ia tinggalkan dengan alasan keamanan yang ia dapatkan dirasa menjepit kebebasannya.⁹

Selain dalam bidang kepenulisan dan jurnalistik Emha Ainun Nadjib juga banyak berperan untuk negara. salah satunya adalah ketika proses peralihan kekuasaan dari Soeharto ke Habibie. Emha Ainun NADjib merupakan orang yang menggagas adanya dewan reformasi dan komite reformasi

⁷ Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

⁸ Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

⁹ Emha Ainun Nadjib, *Sedang Tuhan Pun Cemburu*, (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2015). hlm. 442

“Bukan hanya ada, tapi Mbah Nun itu banyak berperan untuk Negara. Beliau merupakan penggagas dewan reformasi dan komite reformasi pada saat itu.”¹⁰

“... termasuk dalam hal ini reformasi, ya. Kalau anda nanti baca bukunya beliau yang berjudul 2,5 jam bersama Pak Harto dan mati ketawa ala refotnasi. Menurut saya pribadi tidak ada tokoh politik baik itu aktivis maupun akademisi pada masa itu tahun 1998-1999 yang memiliki rumusan tranformasi politik selengkap Mbah Nun.”¹¹

Menurut Helmi Mustofa, salah satu tim progress kiai kanjeng, Emha Ainun memiliki rumusan pemikiran tentang transformasi peralihan kekuasaan pada saat itu.

B. Karakteristik Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib

Komunikasi dalam setiap prosesnya selalu memiliki karakteristik yang berbeda. Perbedaan karakteristik yang terdapat dalam suatu proses komunikasi tergantung pada tujuan yang ingin dicapai dalam tindakan komunikasi. Komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Emha Ainun Nadjib memiliki karakteristik sendiri. Peneliti membagi karakteristik tersebut menjadi tiga bagian yaitu; tatanan komunikasi; model komunikasi; dan fungsi komunikasi.

1. Tatanan komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib

Tatanan komunikasi adalah proses komunikasi ditinjau dari dari jumlah komunikan, apakah hanya satu orang komunikasi, sekelompok orang, atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar.¹² Mengacu pada pengertian tersebut maka

¹⁰ Helmi mustofa, Wawancara, 20 April 2017

¹¹ Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

¹² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti. 2000).

tatanan komunikasi diklasifikasikan menjadi komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok.



Gambar 4.1

Dalam gambar 4.1 merupakan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 17 April 2017 pada salah satu acara rutin yang diadakan Emha Ainun Nadjib yaitu acara Mocapat Syafaat. Dalam gambar tersebut menunjukkan jenis komunikasi yang terdapat dalam dakwah Emha Ainun Nadjib adalah jenis komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok adalah suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitikberatkan perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil.¹³

Michael Burgoon dan Michael Ruffner memberi pengertian mengenai komunikasi kelompok. menurut mereka komunikasi kelompok adalah

¹³ Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*, (Jakarta: UI Press, 1985) hlm. 6

“situasi interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat”.¹⁴

Defenisi lain tentang komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh.¹⁵

Dari pengertian-pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan tatap muka dalam suatu kelompok dalam jumlah lebih dari tiga orang.

Mengacu pada jumlah partisipan dan peran anggota kelompok dalam komunikasi kelompok maka komunikasi kelompok terbagi menjadi dua. Komunikasi kelompok (*Group communication*) dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu kelompok kecil dan kelompok besar. Pengkalisifikasian ini mengacu bukan pada hitungan matematis, melainkan kesempatan komunikan dalam menyampaikan tanggapannya.¹⁶



¹⁴ Daryanto dan Mulio Rahardjo, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Gava Media, 2016) hlm. 84

¹⁵ Alvin A. Goldberg dan Carl E. Larson, *Komunikasi Kelompok Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*, (Jakarta: UI Press, 1985) hlm. 6

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 1992). hlm. 8

Gambar 4.2

Dalam gambar 4.2 yang merupakan cuplikan dari video kegiatan dakwah “Kenduri Cinta” menunjukkan komunikasi kelompok yang dilakukan Emha Ainun Nadjib dalam dakwahnya adalah komunikasi kelompok besar. Menurut Onong Uchjana Komunikasi diklasifikasikan dalam komunikasi kelompok besar apabila dalam proses komunikasi kelompok tersebut ada situasi dimana antar komunikator dan komunikan sukar terjadi komunikasi antarpersona seperti yang terjadi dalam komunikasi kelompok kecil.¹⁷

Hal ini diperkuat oleh ciri komunikasi kelompok yang mengacu pada jumlah partisipan. Jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok berkisar antara 3 sampai 20 orang. Pertimbangannya, jika jumlah partisipan melebihi 20 orang, kurang memungkinkan berlangsungnya suatu interaksi dimana setiap anggota kelompok mampu melihat dan mendengar anggota lainnya.¹⁸

¹⁷ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya. 1992). hlm. 9

¹⁸ Daryanto dan Mulio Rahardjo, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Gava Media, 2016) hlm. 84

Dalam setiap kegiatan dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib jumlah partisipan yang hadir selalu melebihi 20 orang. Karenanya akan sangat sukar untuk setiap partisipan melakukan tatap muka dan berinteraksi satu sama lain atau terjadinya proses komunikasi antarpribadi seperti yang terjadi dalam kelompok kecil. Kesimpulan mengenai tatanan komunikasi yang ada dalam komunikasi dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib adalah komunikasi kelompok (*group communication*) yakni komunikasi kelompok besar.

2. Model Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib.

Model adalah cara untuk menunjukkan sebuah objek yang mengandung banyak proses di dalamnya dan hubungan dengan unsur pendukungnya.¹⁹

Menurut Little John model adalah "*In broad a term model can apply to any symbolic representation of thing, process or idea*". (Dalam pengertian yang luas model-model dapat diterapkan pada setiap representasi simbolik dari suatu benda, proses atau ide).²⁰

Sementara itu Deutsch mengemukakan bahwa model mempunyai fungsi pengorganisasian. Maksudnya adalah model dapat membantu mengorganisasikan unsur-unsur secara sistematis, sehingga kita memperoleh gambaran secara holistik.²¹

Dalam kaitannya dengan komunikasi, model komunikasi dibuat untuk membantu kita memahami komunikasi dan menspesifikasi bentuk-bentuk komunikasi. Wiseman dan Barker mengemukakan bahwa model komunikasi memiliki tiga fungsi, yaitu; *pertama*,

¹⁹ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo.2004). hlm 9

²⁰ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo.2004). hlm 9

²¹ Ibid., hlm 11

menggambarkan proses komunikasi; *kedua*, menunjukkan hubungan visual; *ketiga*, membantu menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.²²

Model komunikasi yang dijelaskan dalam penelitian ini ada tiga yaitu, model komunikasi S-R (stimulus-respon), model komunikasi Aristoteles, dan model komunikasi Laswell.

Komunikasi yang dilakukan Emha Ainun Nadjib dalam setiap proses dakwahnya adalah model komunikasi Aristoteles. Hal ini ditinjau dari posisi individu yang terlibat dalam prosesnya. Selain itu untuk menentukan model komunikasi yang digunakan oleh Emha Ainun Nadjib dalam dakwahnya juga ditinjau dari tujuan berlangsungnya komunikasi tersebut.

Model komunikasi Aristoteles menjelaskan bahwa ada tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*). dari penjelasan tersebut jika dikaitkan dengan model komunikasi dalam dakwah Emha Ainun Nadjib posisi Emha Ainun Nadjib adalah sebagai pembicara (*speaker*) kemudian khalayak sebagai pendengar (*listener*) dan pesan dakwah dalam komunikasinya.

Komunikasi model Aristoteles terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya merubah sikap mereka.²³ Hal ini merupakan proses yang terjadi dalam komunikasi model Aristoteles. Ditinjau dari proses komunikasi yang terjadi pada model komunikasi Aristoteles sama halnya dengan tujuan dari setiap proses dakwah yakni *Irsyad*, yang berarti mencapai kedewasaan, mengajar,

²² *Ibid*

²³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2004). hlm.145

memimpin, membimbing, menunjukkan, memberi nasihat dan petunjuk. Sedangkan kata *irsyad* (al-irsyad) berarti petunjuk, pengajaran,, nasihat, pendapat, dan pertimbangan.²⁴

Kesimpulannya model komunikasi yang digunakan dalam setiap komunikasi dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib adalah model komunikasi Aristoteles. Hal ini ditinjau dari posisi individu dalam setiap proses komunikasinya. Selain itu, tujuan komunikasi dalam model komunikasi Aristoteles juga sama seperti tujuan dari proses dakwah.

Model komunikasi Aristoteles dalam komunikasi dakwah Emha Ainun Nadjib dapat ditinjau dari pesan persuasif yang dilancarkan dalam setiap komunikasi dakwah Emha Ainun Nadjib. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan oleh pidato itu kedalam suatu keadaan emosi.²⁵



Gambar 4.3

²⁴ Basit, Abdul. *Wacana Dakwah Kontemporer*, (Purwokerto: Stain Press.2006). hlm. 839

²⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2010). hlm.146

Gambar 4.3 merupakan cuplikan video padhangmbulan Januari 2017 *part* 1-2. Pada menit 00:16:48 dalam cuplikan video tersebut Emha Ainun Nadjib menyampaikan pesan yang bersifat persuasi.

“... *opo wae seng ko lakoni iku, seng ko alami iku ayo dikonsep itu sebagai sebuah rahmat. Kon jaya yo rahmat, kon tibo yo rahmat, kon seneng atimu yo rahmat, kon sedih atimu yo rahmat, kon waras yo rahmat, kon loro yo rahmat. Jajal nganggo teori iku.*”

Maksud dari cuplikan perkataan Emah Ainun Nadjib tersebut adalah apa saja yang kita lakukan, apa saja yang kita alami ayo dikonsep itu sebagai sebuah rahmat. Kamu jaya ya rahmat, kamu jatuh ya rahmat, hatimu senang ya rahmat, hatimu sedih ya rahmat, kamu sehat ya rahmat, kamu sakit ya rahmat. Coba pake teori tersebut.

Dalam cuplikan video pada menit 00;16;48 tersebut Emha Ainun Nadjib menyampaikan pesan persuasi. Emha ainun nadjib mengajak khalayak untuk memahami segala sesuatu itu sebagai sebuah rahmat dari Allah SWT.

Persuasi Komunikasi model Aristoteles terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya merubah sikap mereka.²⁶

Dalam cuplikan video pada menit 00;16;48 tersebut Emha Ainun Nadjib menyampaikan pesan persuasi. Emha ainun nadjib mengajak khalayak untuk memahami segala sesuatu itu sebagai sebuah rahmat dari Allah SWT. Emha melakukan persuasi dalam dalam rangka mengubah sikap khalayak dalam memahami segala sesuatu.

3. Fungsi Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib

²⁶ Dedddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2004). hlm.145

Komunikasi sebagai sebuah proses tentu memiliki fungsi dalam kehidupan sosial masyarakat. William I gorden membagi fungsi komunikasi menjadi empat bagian penting yaitu; fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial; fungsi komunikasi sebagai komunikasi ekspresif, fungsi komunikasi sebagai komunikasi ritual; dan fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental.²⁷

Dalam komunikasi dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib, fungsi komunikasi yang ada dalam proses komunikasinya adalah fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental.

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental adalah komunikasi yang digunakan dengan komunikasi yang digunakan bertujuan untuk memberikan efek langsung kepada komunikan. Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur.²⁸

Untuk membuktikan pendapat peneliti mengenai fungsi komunikasi yang digunakan Emha Ainun Nadjib tersebut, peneliti menganalisis isi pesan dalam komunikasi dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib. Analisis pesan-pesan dalam komunikasi dakwah Emha Ainun Nadjib untuk menunjukkan tujuan-tujuan yang terdapat dalam fungsi komunikasi instrumental yang merupakan fungsi yang ada dalam komunikasi yang dilakukan Emha Ainun Nadjib. Tujuan-tujuan tersebut adalah:

²⁷ Dedddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2004). hlm.5-30

²⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.2004). hlm.30

a. Menginformasikan.

Tujuan pertama dalam fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental adalah menginformasi. Maksudnya adalah pesan-pesan yang terdapat dalam proses komunikasi bersifat informatif.

Dalam salah satu video dakwah Emha Ainun Nadjib “Kenduri Cinta” part 1 dan 2 dengan tema “Fundamentalisme Khandak” yang berlangsung di Jakarta tanggal 10 Februari 2017, terdapat beberapa pesan yang bersifat informatif. Seperti yang terdapat pada menit 48:42 sampai 48:54, beliau mengatakan, “...*jadi bapak beliau itu dulu tokoh masyarakat terutama dibidang kebudayaan dan agama di Makassar, namanya bapak Arsal Al-Habsyi. Ketika itu era orde baru, walikota di Makassar namanya Bayu Daeng Patumpu...*”

Pada menit 48:42 sampai 48:54 dalam video kenduri cinta, Emha Ainun Nadjib memberikan informasi mengenai salah satu narasumber yang hadir pada acara tersebut.

Kemudian terdapat dalam video yang sama pada menit 01:12:03-01:12:10. Pada menit tersebut Emha Ainun Nadjib mengatakan, “... *Rasulullah sendiri begitu ada orangtua jadi jamaahnya Dia memperpendek suratnya, mempercepat sujudnya segala macem, seneng mereka...*”

Pada menit 01:12:03-01:12:10 Emha Ainun Nadjib menyampaikan informasi mengenai Rasulullah dalam melakukan ibadah shalat.

Salah satu pesan informatif juga terdapat dalam video “kenduri cinta” Part 2 pada menit 00:26-00:53 Emha Ainun Nadjib mengatakan,

“... Di Arab Saudi itu ada seorang Syekh yang dibiayai pemerintah karena kakeknya dulu sangat berjasa kepada perkembangan Islam, beliau sering mengadakan shalawatan dirumahnya dan banyak jamaah-jamaahnya atau tamu-tamu dari Indonesia yang hadir ketika maulidan, shlawat maulid dirumahnya...”

Informasi yang disampaikan oleh Emha Ainun Nadjib pada menit 00:26-00:53 dalam video kenduri cinta part 2 adalah mengenai seorang syekh di Arab Saudi yang dibiayai oleh negaranya. Dalam transkrip tersebut juga memberi informasi tentang banyaknya jamaah-jamaah asal Indonesia yang berdatangan ke rumah syekh tersebut ketika dia mengadakan shalawatan.

b. Mengajar

Tujuan lain dari fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental adalah mengajar. Dalam video dakwah Emha Ainun Nadjib “Kenduri Cinta” dengan tema “Fundamentalisme Khandak” part 1 dan 2 ada beberapa pesan yang bersifat mengajar, seperti pada menit 01:09:01. Pada menit tersebut dia mengatakan.

“... Kalau tafsir berdiri sendiri akan menghasilkan madzhab-madzhab akan menghasilkan perpecahan-perpecahan tapi kita memakai tadabbur sebagai pelindungnya. Tadabbur itu tergantung kesudahan ketika kamu menafsirkan kesudahannya harus membuatmu lebih dekat kepada Allah SWT, membuat akhlakmu lebih baik, membuat hatimu lebih tenang, membuat pikiranmu lebih jernih, itu tadabbur...”

Dari transkrip cuplikan video kenduri cinta pada menit 01:09:01 Emha Ainun Nadjib mengajarkan bagaimana yang dimaksud dengan tafsir. Kemudian Emha juga mengajarkan tadabbur sebagai pelindung dari tafsir-

tafsir yang menyebabkan perpecahan. Semua hal tersebut dalam rangka membuat dekat kepada Allah SWT dan untuk mengubah akhlak menjadi lebih baik.

Selain itu pesan bersifat mengajar juga terdapat pada menit 01:12:50-01:13:00. Pada menit tersebut dia mengatakan, “...*Khandak itu artinya anda harus punya pengambilan jarak yang sehat, kapan anda merasa ditaburi sesuatu yang kurang sehat anda harus bikin khandak, disegala bidang...*”

Maksud dari transkrip cuplikan video pada menit 01:12:50-01:13:00 adalah Emha Ainun Nadjib mengajarkan kepada khalayak tentang khandak. Khandak adalah pengambilan jarak yang sehat

c. Mendorong/Menggerakkan

Pesan komunikasi yang bersifat mendorong menjadi salah satu tujuan dalam fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental juga terdapat dalam video dakwah Emha Ainun nadjib. Dalam video dakwah “Kenduri Cinta” dengan tema “Fundamentalisme Khandak” part 1 ada pesan yang bersifat mendorong/menggerakkan. Seperti yang terdapat pada menit 01:04:20-01:04:28, dia mengatakan “... *Jadi temen-temen sekalian tolong anda jangan tersiksa oleh hal-hal sesaat seperti pilkada. Kita punya masa depan yang panjang dan anda lah yang akan membangun zaman baru...*”

Pada menit 01:04:20-01:04:28 dalam video kenduri cinta, emha Ainun Nadjib menggerakkan khalayak dengan sebuah pesan yang disampaikan. Emha Ainun Nadjib menggerakkan khalayak untuk memulai membangun zaman baru dan mengajak khalayak agar tidak tersiksa dengan hal-hal sesaat.

Dari beberapa transkrip cuplikan video dalam komunikasi dakwah Emha Ainun Nadjib, yakni pada menit 48:42-48:54, 48:42-48:54, 01:12:03-01:12:10, 01:12:03-01:12:10, 00:26-00:53 dan 00:26-00:53, peneliti menemukan muatan pesan yang bertujuan seperti yang disebutkan dalam tujuan fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental. Muatan-muatan pesan tersebut bertujuan untuk menginformasikan, mengajar, mendorong/menggerakkan.

Dengan demikian peneliti memiliki kesimpulan bahwa fungsi komunikasi yang terdapat dalam dakwah Emha Ainun Nadjib adalah fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental.

C. Strategi Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib

Untuk mencapai sebuah tujuan tentu setiap orang mempunyai strategi. Strategi yang digunakan oleh individu akan berbeda dengan individu lain sesuai tujuan yang ingin dicapai. Dalam kaitannya dengan komunikasi, strategi komunikasi dibuat untuk mencapai tujuan dari komunikasi yang lebih efektif.

Menurut Middleton strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan yang optimal.²⁹

Strategi komunikasi secara umum adalah cara atau rancangan rencana yang digunakan demi mencapai suatu tujuan dengan lebih efektif dan tepat guna agar tujuan organisasi bisa tercapai.³⁰

1. Langkah-Langkah Penyusunan Strategi Komunikasi

Seperti yang sudah disebutkan dalam kerangka teori pada halaman 23-28, ada beberapa langkah-langkah yang digunakan dalam menyusun strategi komunikasi. Langkah-langkah tersebut adalah melakukan identifikasi target khalayak (*audience*), menetapkan komunikator, memilih media dan saluran komunikasi, menyusun pesan, dan mengukur keberhasilan yang dicapai.

Sebagai suatu proses komunikasi, dakwah juga tidak bisa lepas dari strategi. Strategi yang digunakan dalam proses dakwah bertujuan untuk menciptakan dakwah yang efektif. Dari hasil wawancara dengan pimpinan progres sekretariat Kiai Kanjeng yang merupakan perpanjangan tangan dari Emha Ainun Nadjib penulis menemukan beberapa strategi yang digunakan oleh Emha Ainun Nadjib. Strategi komunikasi yang digunakan Emha Ainun Nadjib dalam komunikasi dakwahnya berbeda dengan strategi komunikasi yang sudah ada namun memiliki beberapa kesamaan. Dalam komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Emha Ainun Nadjib memiliki beberapa strategi komunikasi, yaitu:

²⁹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 61

³⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2011). hlm.32

a. Membangun Kekuatan Komunikator

Dalam setiap proses komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali setiap aktivitas komunikasi. Sebagai ujung tombak suatu program, komunikator memiliki peranan penting. Untuk itu komunikator harus memiliki ide, kaya wawasan dan penuh kreativitas.

Ada tiga syarat penting yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator, yakni: (1) tingkat kepercayaan orang lain kepada dirinya (kredibilitas), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*).³¹

Sebagai seorang komunikator Emha Ainun Nadjib sudah berkiprah puluhan tahun diIndonesia. Hal inilah yang kemudian membangun kredibilitias, daya tarik, dan kekuatan Emha Ainun Nadjib sebagai komunikator.

“Kalau dari sudut Cak Nun-nya, Cak Nun bisa seperti inikan bukan sejak kemarin. Beliau itu sudah menancapkan kaki itu sejak remaja. Itu membuat beliau dicari orang terus, otoritasnya kuat, orang pasti datang mencari beliau. Karena sejak semula beliau sudah, ibaratnya begini jaryahnya beliau kepada bangsa Indonesia itu sudah sejak muda bukan dia pahlawan yang baru kemarin nongol terus ngomong. Gak mungkin kalau orang baru kemari sore terus orang datang segitu banyaknya secara *istiqomah* itu gak mungkin. Maka setiap beliau ngomong pasti akan berkekuatan karena beliau sudah sejak muda menanamkan kekuatan itu.”³²

Kredibilitas menurut Aristoteles bisa diperoleh jika seorang komunikator memiliki *ethos*, *phatos*, *logos*. *Ethos* menunjukkan karakter kepribadian seseorang sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. *Pathos* ialah kekuatan

³¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 108

³² Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

yang dimiliki seorang komunikator dalam mengendalikan emosi, sedangkan *logos* ialah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya.³³

Kesimpulannya adalah kredibilitas, kekuatan dan daya tarik adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kaitannya dengan proses komunikasi. Kredibilitas akan memunculkan kekuatan dan kekuatan yang ada akan memunculkan daya tarik dalam proses komunikasi.

Syarat-syarat penting seorang komunikator yang sudah ditancapkan sejak muda dan melekat pada diri Emha Ainun Nadjib membuat kekuatan dalam setiap komunikasi yang dilakukannya. Inilah yang membuat orang berduyun-duyun datang ke setiap acara yang diadakan oleh Emha Ainun Nadjib.

b. Membangun Kepekaan Komunikator

Dari hasil wawancara yang diperoleh, salah satu strategi komunikasi yang diterapkan Emha Ainun Nadjib adalah membangun kepekaan terhadap masalah yang dihadapi khalayak. Berangkat dari hal inilah Emha Ainun Nadjib memulai proses komunikasinya.

“...komunikasi yang dalam pengertian bagaimana beliau didalam acara itu berkomunikasi dengan orang begitu enakunya kuncinya apa, kuncinya beliau itu *open minded*, kuncinya beliau itu punya kepekaan, beliau punya hati yang peka sekali, sensibilitas beliau tinggi. ...Dari situlah beliau berbicara. Sesungguhnya kalau orang kemudian senang, karena sebagian kalau dalam konteks ini karena Mbah Nun (Emha Ainun Nadjib) menyuarakan hati anda semua. ...”³⁴

³³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 108

³⁴ Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

Dalam kaitannya dengan teori strategi komunikasi, membangun kepekaan adalah salah satu cara mengidentifikasi target atau khalayak (*audience*). Identifikasi target atau sasaran komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi khalayak (*audience*) dalam penerimaan informasi. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari luar pendidikan, dan juga dari masalah pendidikan. Faktor yang berasal dari luar masalah pendidikan antara lain: budaya dan nilai, geografis, pendapatan, lingkungan, ideologi dan kepercayaan. Sedangkan faktor lainnya adalah masalah yang menyangkut dengan pendidikan. Faktor-faktor yang ada pada diri komunikan tersebut akan berpengaruh kepada proses penerimaan pesan, selain itu faktor tersebut akan mempengaruhi pesan yang disampaikan³⁵

“... Beliau berangkatnya dari apa yang here and now beliau tangkap dalam situasi itu. Maka kadang-kadang beliau memunculkannya dari situ. Apa ada pertanyaan atau apa. Nanti ilmu yang sudah beliau ada tinggal dimasukkan aja.”³⁶

Proses komunikasi dakwah yang dilakukan Emha Ainun Nadjib berangkat dari masalah apa yang ditemukan pada khalayak. Identifikasi khalayak ini dilakukan Emha Ainun Nadjib setelah melihat dan mendengar dari khalayak itu sendiri.

c. Pemuatan Pesan Yang bersifat *Universal*

³⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 97

³⁶ Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

Pesan dalam proses komunikasi menunjukkan apa yang ingin kita bangun dan kita capai dalam proses tersebut. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.³⁷

Tahap pemilihan pesan menjadi krusial dalam memasuki area khalayak. Setiap khalayak memiliki keragaman yang berbeda satu sama lainnya. Untuk itu diperlukan muatan-muatan pesan yang cocok dengan kerangka berfikir dan kerangka pengalaman khalayak.³⁸

Salah satu hal yang penting dalam strategi komunikasi adalah pemuatan pesan. Dalam komunikasi yang dilakukan Emha Ainun Nadjib selalu memuat pesan yang bersifat *universal* (menyeluruh). Tujuan yang ingin dicapai dari pemuatan pesan bersifat universal ini adalah agar dapat menjangkau khalayak yang datang dengan bermacam-macam kebutuhan dan masalah.

“... Karena beliau itu menyampaikan hal-hal yang sifatnya *universal* dan prinsipil, jadi orang itu ngambilnya dari situ. Orang ngerasa seakan-akan, loh kok ini seperti ngomongnya ke saya ya. Itu karena hal-hal yang bersifat universal...”³⁹

Jadi dalam melancarkan komunikasinya Emha Ainun Nadjib memuat pesan yang bersifat *universal* agar bisa menjangkau semua khalayak yang datang.

³⁷ *Ibid.*, hlm 113

³⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 98

³⁹ Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

d. Menggunakan Prinsip Komunikasi Egaliter

Komunikasi egaliter berasal dari dua kata yaitu komunikasi dan egaliter. Komunikasi menurut Everett M. Rogers adalah proses dimana suatu ide dialihkan kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.⁴⁰ Secara ringkas komunikasi berarti proses penyampaian dari komunikasi kepada komunikan. Sedangkan *egaliter* dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti “bersifat sama” atau sederajat.⁴¹

Komunikasi egaliter dapat disimpulkan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan memposisikan diri sebagai orang yang memiliki kedudukan yang sama.

Dalam proses komunikasi dakwah Emha Ainun Nadjib selalu melakukan komunikasi dengan prinsip egaliter. Maksudnya beliau memposisikan diri sebagai orang yang mempunyai kedudukan tinggi dibandingkan orang-orang. Hal ini bertujuan agar untuk melindungi fitrah manusia.

“... menurut syekh Nursomad Kamba yang juga guru didalam maiyah, “*Ahsani Taqwiim*” itu adalah bahwa manusia itu diberi kesempurnaan fitrah didalam dirinya. Karena orang itu punya fitrah yang tinggi diantaranya wujudnya adalah orang itu gak suka diceramahin, orang itu gak suka digurui, siapapun pasti begitu. Makanya kalau ngomong itu jangan sampai terpeleset ke situasi itu. Harus dijaga betul. Kita tahu kapan ngomong pas, kapan ngomong begini, semua itu harus dirasakan. Kalau kita punya perasaan. Lah, Mbah Nun kan sering toh nge-cek ke jamaah apa yang dirasakan atau apa yang sedang dialami, *kudu ngomong opo iki*, seperti itu. Itu dalam rangka menjaga prinsip-prinsip dakwahnya seperti itu. Jadi kalau soal materinya itu hanya persoalan teknis, ilmu. Tapi bahwa ketika acara itu berlangsung, momentumnya harus pas. Fitrah manusia harus dilindungi, dijaga disitu, makanya Mbah Nun kan komunikasinya

⁴⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 32

⁴¹ <http://kbbi.web.id/egaliter>

yang *egaliter*, tidak mendudukkan diri lebih tinggi dari orang-orang, tidak segan-segan beliau juga menyerap dari pembicara lain, dari jamaahnya begitu.”⁴²

Penggunaan prinsip komunikasi egaliter dalam prosesnya juga dapat meminimalisir hambatan dalam komunikasi. Hambatan komunikasi yang dimaksud dalam hal ini adalah rintangan status. Rintangan status dalam komunikasi adalah rintangan yang disebabkan oleh jarak sosial antara peserta komunikasi. Misalnya perbedaan status antara senior dan junior atau antara atasan dan bawahan.⁴³

Mengacu pada hal tersebut maka prinsip komunikasi egaliter yang digunakan dalam dakwah Emha Ainun Nadjib akan dapat meminimalisir hambatan-hambatan komunikasi tersebut.

e. Pemilihan Media

Memilih media juga merupakan hal penting yang harus dipahami dalam strategi komunikasi. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik pesan dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh masyarakat.

Saat ini media yang digunakan Emha Ainun Nadjib untuk menginformasikan kepada khalayak adalah jenis media baru yaitu internet. Media baru (internet) adalah hasil rekayasa para pakar teknologi informasi yang berhasil menggabungkan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Disebut komunikasi massa karena bisa menjangkau

⁴² Helmi mustofa, Wawancara, 10 April 2017

⁴³ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 38

khalayak secara global atau tidak terbatas ruang dan waktu, dan dikatakan interpersonal karena pada saat yang bersamaan informasi tersebut bisa dikonsumsi secara pribadi.⁴⁴

Pemilihan internet sebagai saluran untuk menginformasikan dakwah Emha Ainun Nadjib dapat dilihat dengan adanya salah satu website yang dikelola oleh manajemennya yaitu “caknun.com”. dalam website tersebut berisi tentang informasi seputar kegiatan yang dilakukan Emha Ainun Nadjib, jadwal kegiatan, arsip dan video dokumentasi dari kegiatan dakwah Emha Ainun Nadjib.

⁴⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: Rajagrafindo Persada. 2013) hlm. 124