

PERAN ESTETIKA DALAM DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL

Ika Selviana

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Jalan Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo Kota Metro
nadashobah89@gmail.com

Abstract

Da'wah is basically an invitation in accordance with the origin of the Arabic word. Every invitation addressed to the da'wah target of religious knowledge has its own challenges and obstacles for a preacher. therefore it is necessary to have a touch of aesthetics in propaganda aimed at millennial generation through social media because they are more busy with cyberspace such as YouTube or Facebook.

The aesthetic form of da'wah is the taste of a *mad'u* in enjoying da'wah from a preacher. A preacher must pay attention to *maaddah* (material), *thoriqoh* (method), and *wasilah* (media) in delivering his da'wah to *mad'u*.

The method of preaching with the beauty of intonation of sounds, music, interludes of songs or blessings, as well as simple drawings is very popular with the millennial generation because it is more interesting and easy to understand, even the millennial generation likes young, outgoing, and pleasing to the eye lecturers.

Key word: aesthetic, da'wah, and millennial generation

A. PENDAHULUAN

لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ مِنْ كِبَرٍ ، قَالَ رَجُلٌ: «إِنَّ الرَّجُلَ يُحِبُّ أَنْ يَكُونَ ثَوْبُهُ حَسَنًا وَتَعْلُهُ حَسَنَةً»، قَالَ: ((إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ ؛ الْكِبَرُ بَطْرٌ الْحَقُّ ، وَغَمَطُ النَّاسِ))

“Tidak akan masuk surge seseorang yang di dalam hatinya terdapat kesombongan sebesar debu.” Ada seseorang yang bertanya, “Bagaimana dengan seorang yang suka memakai baju dan sandal yang bagus?” Beliau menjawab, “Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan. Sombong adalah menolak kebenaran dan meremehkan orang lain.” (HR. Muslim).

“Allah itu indah dan menyukai keindahan”. Keindahan menjadi suatu hal yang penting dan menjadi kecenderungan bagi setiap orang dalam memandang dan menilai sesuatu. Suatu yang indah akan menarik setiap orang yang melihat.

Estetika erat kaitannya dengan masalah keindahan. Salah satu konsep kunci estetika, kata Leaman, adalah sama dengan salah satu konsep kunci agama, yaitu “Cara memandang sesuatu sebagai suatu yang lain.”Yakni, bahwa sesuatu itu tidak sekedar sesuatu, tetapi juga menyimpulkan atau berkaitan dengan yang lain, yang lebih besar atau yang lebih kecil, yang lebih luas atau lebih dalam.¹ Melalui konsep tersebut estetika mempunyai kemiripan konsep dengan dakwah yang masih berkaitan dengan agama, dan estetika dapat disatukan dengan konsep dakwah sehingga dakwah akan lebih menarik.

Dakwah pada dasarnya adalah ajakan atau seruan sesuai dengan asal kata bahasa Arab. Setiap ajakan yang ditujukan kepada sasaran dakwah mengenai ilmu agama memiliki tantangan dan hambatan tersendiri bagi seorang da'i. Apalagi dakwah yang ditujukan kepada generasi milenial yang sangat menyukai hal-hal keduniaan dan sedikit tertarik kepada hal-hal

¹ Oliver Leaman, Estetika Islam; menafsirkan Seni dan Keindahan (Mizan: Bandung, 2004), h. 17.

keagamaan. Para da'I harus menggunakan strategi dakwah yang menarik agar dapat menarik generasi milenial yang sudah melek dan candu terhadap teknologi modern.

Estetika dinilai sangat perlu dalam penerapan dakwah pada generasi milenial. Hal itu diharapkan dapat lebih mudah menyentuh kalangan milenial dengan adanya keindahan dalam dakwah. Keindahan itu bukan hanya menyatu dengan isi materi tapi juga cara penyampain, suara, intonasi, penampilan, maupun media penyampaian.

B. Pengertian Estetika

Istilah estetika muncul pertama kali pada pertengahan abad ke-18, melalui seorang filsuf Jerman, Alexander Baumgarten. Dengan menggunakan kata Yunani *aisthetikos* yang berarti 'persepsi indrawi', Baumgarten bermaksud menciptakan ilmu pengetahuan tentang keindahan yang didasarkan pada persepsi indrawi. Peralihan perhatian dari benda-benda menjadi persepsi atas benda-benda, dari objek ke subjek, ditandai oleh perhatian Baumgarten pada pengalaman indrawi, yang menunjukkan bahwa posisi sentral dari pertanyaan "Bagaimana kita mengetahui suatu benda indah atau jelek?" mulai digantikan oleh pertanyaan, "apa yang terjadi jika seseorang merespon secara estetis?"²

Secara ideal, teori estetika akan memungkinkan seseorang untuk membedakan yang estetis dari yang nonestetis dengan menerangkan bermacam kondisi atau properti yang digunakan sebagai syarat yang harus dipenuhi atau dimiliki objek-objek estetis itu. Komponen yang berbeda dari apa yang dapat kita sebut sebagai "situasi estetis", memungkinkan kita untuk mengelompokkan teori estetika menurut (1) pembuat, (2) penonton atau penikmat, (3) objek atau kegiatan, dan

²Marcia Muelder Eaton, *Persoalan-persoalan Dasar Estetika*, terj. Embun Kenyowati Ekosiwi, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 5.

(4) hal yang melingkupi atau konteks di mana objek, kegiatan, atau pertunjukan tersebut dialami.³ Berdasarkan penjelasan tersebut teori estetika yang tepat dalam estetika dakwah berada pada point 2 yang termasuk estetika menurut penonton atau penikmat, sebab dakwah di sini diinikmati oleh generasi millennial sebagai penonton dan penikmat materi dari da'i sebagai penyampai dakwahnya.

C. Pengertian Dakwah.

Dakwah menurut etimologi (bahasa) berasal dari kata bahasa Arab : *da'a-yad'uda'wah* yang berarti mengajak, menyeru, dan memanggil.⁴ Di antara makna dakwah secara bahasa adalah *An-Nida* artinya memanggil ; *da'afilanunlkafulanah*, artinya sifulan mengundang fulanah. Selanjutnya menyeru, *ad-du'ailasyai'i*, artinya menyeru dan mendorong pada sesuatu.⁵ Dalam hal ini, dakwah yang disampaikan kepada generasi millennial haruslah mempunyai trik dan cara tersendiri sebab yang akan 'diajak' dan 'dipanggil' adalah ibarat anak belum baligh yang masih suka bermain.

Dalam dunia dakwah, orang yang berdakwah biasa disebut *Da'I* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *Mad'u*.⁶ Menurut Syaikh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran merupakan *fardlu* yang diwajibkan kepada setiap muslim.⁷ Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa siapapun bisa menyampaikan dakwah tetapi tidak semua orang bisa menjadi seorang da'i.

³*Ibid.*, h. 7.

⁴AmsalBakhtiar, *FilsafatIlmu*, (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2012), Cet ke-11,h. 173.

⁵SamsulMunir Amin, *RekonstruksiPemikiranDakwah Islam*, (Jakarta: RenekaCipta, 2008), h. 3.

⁶Jum'ah Amin Abdul Aziz, *FiqihDakwah; studiatasberbagaiprinsipdankaidah yang harusdijadikanacuandalamdakwahislamiyah*, (Solo: Cipta Media, 2011), h. 43.

⁷WahidinSaputra, *PengantarIlmuDakwah*, (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2011), h. 1.

Dari beberapa definisi di atas secara singkat dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh informan (*da'i*) untuk menyampaikan informasi kepada pendengar (*mad'u*) mengenai kebaikan dan mencegah keburukan. Aktivitas tersebut dapat dilakukan dengan menyeru, mengajak atau kegiatan persuasif lainnya. Esensi dakwah merupakan aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik.⁸ Usaha untuk mengajak *mad'u* itu adalah hal yang tidak mudah jika seorang *da'i* tidak mempunyai cara khusus dan materi yang tepat yang akan disampaikan kepada *mad'u* baik itu ditujukan ke seluruh kalangan atau terkhusus kepada generasi millennial.

Dakwah menjadikan perilaku Muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil'alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'i* (subyek), *maaddah* (materi), *thoriqoh* (metode), *wasilah* (media) dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.⁹ Oleh karena itu, penting bagi seorang *da'i* memperhatikan materi, metode, media, dan objek saat menyampaikan dakwahnya demi keberhasilan seruan dalam mengajak kepada kebaikan.

D. Generasi Milenial

Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau Generasi Langgas) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan

⁸*Ibid.*, h. 2.

⁹ A. Ilyas Ismail dan PrioHotman, *Filsafat Dakwah; Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 121.

tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Milenial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi Baby Boomers dan Gen-X yang tua. Milenial kadang-kadang disebut sebagai "Echo Boomers" karena adanya 'booming' (peningkatan besar), tingkat kelahiran pada tahun 1980-an dan 1990-an. Untungnya di abad ke-20 tren menuju keluarga yang lebih kecil di negara-negara maju terus berkembang, sehingga dampak relative dari "baby boom echo" umumnya tidak sebesar dari masa ledakan populasi pasca Perang Dunia II.

Dalam penyampaian dakwah, terdapat beberapa unsur yang mesti diperhatikan seorang da'i, yaitu *maaddah* (materi), *thoriqoh* (metode), dan *wasilah* (media). Ketiga hal tersebut penting karena merupakan unsur-unsur yang ada dalam dakwah. Adanya materi keagamaan akan tidak menarik jika tidak disentuh dengan unsur estetis yang disatukan dalam metode dan media penyampaian dakwah terhadap mad'u.

Banyak da'i yang menyampaikan ceramah dengan isi materi dengan keilmuan yang sangat baik. Namun terkadang dakwah yang disampaikan tidak dapat menyentuh semua kalangan terutama generasi milenial. Banyak generasi milenial lebih suka menyelami dunia media sosial selama berjam-jam. Jarang yang tertarik mengikuti kegiatan ceramah secara langsung atau sekedar menonton acara ceramah di televisi.

Pengetahuan agama hanya lekat pada ibu-ibu pengajian atau bapak-bapak dan kaum lansia. Lebih tepatnya ceramah dan pengajian hanya dekat dengan para orang tua yang sudah memiliki kesadaran dan pemikiran tentang akhirat, sebaliknya ceramah keagamaan jauh atau bahkan dijauhi oleh kaum millenial yang masih berpikir untuk menikmati hidup dan menjalankan sesuatu sesukanya.

Adanya kemajuan teknologi yang juga berjalan beringan dengan kecintaan kaum millenial pada teknologi kekinian membuat banyak waktu luang mereka tersita untuk menyelami dunia maya. Adanya dakwah melalui televisi atau masjid-masjid dalam acara

pengajian atau tabligh akbar terkadang tak mampu menarik banyak kaum millennial untuk mengikutinya.

Beberapa dari da'i berikut dikenal generasi millennial melalui televisi dan tidak sedikit dari mereka yang memiliki ciri khas dalam penyampaian dakwahnya, seperti Ustadz Maulana yang mempunyai jargon tertentu dalam sebuah stasiun televisi dengan gaya yang humoris, Ustadz Jefri Albukhori yang gaul, Ustadz Wijayanto yang lucu, Ustadz Solmed yang tidak membosankan, Ustadz Yusuf Mansur yang lembut, Ustadzah Oki Setiana Dewi yang cantik dan cerdas, dan Mamah dedeh yang tegas dan berbicara lantang.

Dari sekian banyak ustadz yang dikenal melalui televisi, beberapa generasi millennial juga mengetahui ceramah yang disampaikan ustadz Khalid Basalamah, ustadz Anwar Zahid, Ustadz Riza Muhammad, Ustadz Syafiq Riza Basalamah, dan Ustadz Zakir Naik melalui media sosial. Kebanyakan dari mereka menyukai intonasi suara dan sosok penceramah yang enak dipandang mata. Meskipun ada yang juga menyebutkan tentang ceramah ustadz Abdurahman Wahid yang diikuti secara langsung, itu hanya orang tertentu yang berlatar belakang pondok pesantren.

Dari bermacam-macam karakter penyampaian ceramah dari da'i-da'i tersebut, kebanyakan generasi millennial mengenal mereka dari televisi dan media sosial. Hanya sedikit dari mereka yang mengikuti ceramah secara langsung di masjid atau di acara tabligh akbar.

Banyak dari ustadz atau da'i sudah lebih memahami perkembangan teknologi dan mengerti perlunya berdakwah melalui media-media sosial dengan cara penyampaian yang estetik. Dari beberapa ustadz yang banyak dikagumi oleh para generasi millennial salah satunya adalah ustadz Hanan Attaki.

Penceramah muda dan gaul ini sangat dikenal generasi millennial karena kajian-kajian atau topik ceramah yang dibawa Ustadz Hanan Attaki sangat mudah dimengerti dan ringan.

Penceramah asal Aceh ini namanya tengah naik daun di masyarakat. Ia dikenal dengan suaranya yang khas, bahkan beberapa kaum millennial menyukai tipe suaranya yang feminin. Hanan Attaki yang dikenal sebagai pendiri atau founder pemuda hijrah ini ceramah-ceramahnya banyak beredar di Youtube dan sukses ditonton oleh banyak netizen atau masyarakat.

Penceramah ini sangat dikenal karena suaranya yang merdu, lembut dan menenangkan. Beberapa generasi milenial menyukai gaya bicara dan intonasi suaranya ketika memberikan motivasi terutama tentang hal-hal terkait permasalahan remaja dan pemuda masa kini, sedangkan yang lain menyukai cara penyampaian materinya yang santai, sederhana, menarik, dan mudah dipahami. Dan hal yang terpenting pada penceramah ini adalah dakwahnya yang menggunakan sosial media dengan video singkat yang diiringi musik, intonasi suara yang lembut, dan gambar yang menarik. Sehingga dari sekian banyak generasi milenial lebih tertarik mendengarkan dakwah yang disampaikannya.

Ustadz yang juga amat dikenal oleh generasi milenial saat ini adalah ustadz Abdul Somad LC. Dakwahnya tidak hanya mengetuk hati orang tua tetapi juga sangat disukai oleh generasi milenial. Menurut kaum muda generasi milenial, penceramah ini menarik karena suaranya yang lantang, tegas, terkadang menggunakan bahasa anak jaman sekarang (gaul), humoris dan menggunakan dasar-dasar yang jelas dari berbagai sumber ilmu (kitab) serta terkadang diselengi sedikit lagu religi dan shalawat. Ceramahnya yang diunggah di youtube dan facebook juga disukai karena tidak membanggakan dan menghina salah satu ormas Islam atau aliran tertentu, tetapi selalu memberikan penjelasan yang gamblang tentang suatu hukum dari beberapa mazhab yang berbeda secara ringan dan mudah dipahami.

Berbeda dengan Ustadz Hanan Ataki yang sering menunggah video-video singkat berisi motivasi hanya bermodal suara tampilan ayat al-quran dan iringan musik sederhana, ustadz Abdul Somad dikenal dengan

video ceramah yang berupa tanya jawab singkat dari potongan-potongan ceramahnya yang diunggah dari berbagai sumber. Keindahan ceramah ustadz Abdul Somad justru dengan jawaban-jawabannya yang tegas dengan selingan lagu atau shalawat, suaranya yang lantang, logat daerahnya yang kental, dan tema-tema yang kekinian.

Yang tak kalah dikenal oleh generasi milenial adalah dakwah dari ustadz Adi Hidayat. Ustadz yang berdakwah dengan memaparkan sumber al-Qur'an secara detail ini, tetap bisa disukai oleh generasi milenial karena penyampaiannya yang serius santai, terkadang tetap diselipkan humor yang beretika, sehingga penyampaiannya tidak monoton dan juga mudah diserap oleh anak muda. Ustadz Adi Hidayat mampu mengemas paparan ayat-ayat al-Qur'an, makna, tafsiran dan letaknya dengan sangat rinci berupa penjelasan sederhana menggunakan skema sederhana menggunakan whiteboard, sehingga metode ini mampu diterima generasi millennial walaupun dengan materi penyampaian ayat al-Qur'an yang terkesan berat.

Dari ketiga ustadz yang menjadi favorit generasi millennial tersebut, terlihat bahwa media sosial seperti youtube dan facebook sangat berpengaruh dalam penyampaian dakwah generasi millennial saat ini yang sudah melek terhadap kemajuan teknologi. Media seperti Youtube dapat dilihat kapanpun dan dapat diulang-ulang semauanya saat ingin mendengar kembali penjelasan da'i dalam materi tertentu. Namun yang perlu dicermati seorang da'i adalah bagaimana kemasan ceramahnya sehingga video yang dibagikan di media sosial menjadi sesuatu yang menarik.

Dakwah saat ini membutuhkan lebih dari sekedar ceramah dan paparan ilmu agama, namun juga membutuhkan sisi estetika yang lebih mudah diterima dan dicerna oleh masyarakat pada umumnya. Bentuk komunikasi da'i dan mad'u memerlukan kemasan yang indah agar isi ceramah yang sangat berharga bisa menyentuh hati generasi millennial. Bentuk motivasi dengan iringan musik dan suara yang lembut gaya

ustadz Hanan Attaki atau gaya tanya jawab yang singkat namun dilengkapi dengan penjelasan gamblang dari berbagai kitab ala ustadz Abdul Somad yang kadang diselengi lagu dan shalawat atau juga model ceramah dengan penjelasan detail menurut berbagai rujukan ayat-ayat alqur'an dari ustadz Adi Hidayat yang disertai gambar singkat, bisa menjadi rujukan da'i-da'i yang lain.

D. Simpulan

Dakwah pada generasi millennial dapat dilakukan melalui media sosial seperti youtube dan facebook. Hal tersebut lebih dapat menyentuh banyak generasi millennial dibandingkan dengan dakwah yang disampaikan secara langsung di berbagai acara keagamaan maupun tabligh akbar ataupun melalui televisi.

Penyampaian dakwah yang estetis menurut generasi millennial adalah bagaimana sajian dakwah yang berisi ilmu keagamaan disajikan dalam suasana yang santai, dengan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti. Keindahan dalam penyampaian juga bisa dikemas dalam bentuk video yang diiringi dengan alunan musik, dengan intonasi suara yang lembut, atau juga suara yang lantang namun diiringi selingan lagu dan shalawat.

Generasi millennial kebanyakan menyukai materi penyampaian yang kekinian, sesuai dengan permasalahan remaja, atau berisi motivasi, seperti materi ustadz Hanan Attaki dan ustadz Abdul Somad. Selain itu, Penyampaian materi ayat alqur'an juga mampu menarik generasi millennial jika penyampaiannya disertai alat bantu berupa penjelasan dengan gambar yang sederhana seperti yang disampaikan ustadz Adi Hidayat.

DaftarPustaka

- Amin, Samsul Munir. 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Reneka Cipta.
- Aziz, Jum'ah Amin Abdul. 2011. *Fiqih Dakwah; studi atas berbagai prinsip dan kaidah yang harus dijadikan acuan dalam dakwah islamiah*. Solo: Cipta Media.
- Bakhtiar, Amsal. 2012. *Filsafat Ilmu*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Cet ke-11.
- Eaton, Marcia Muelder. 2010. *Persoalan-persoalan Dasar Estetika*, terj. Embun Kenyowati Ekosiwi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ismail, A. Ilyas dan Prio Hotman. 2011. *Filsafat Dakwah; Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Leaman, Oliver. 2004. *Estetika Islam; menafsirkan Seni dan Keindahan*. Mizan: Bandung.
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.