

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Persepsi Gen Z Terhadap Retorika Dakwah Gus Tata dalam Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah.**

Persepsi merupakan proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru<sup>87</sup>. Suatu pesan dan tanggapan yang diperoleh seseorang setelah melakukan pengamatan langsung terhadap apa yang disampaikan. Setiap Gen Z mempunyai pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda terhadap rangsangan yang diterima, sehingga hasil persepsi juga berbeda.

Proses dalam persepsi menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M Bodaken yakni sensasi (penginderaan), atensi (perhatian) dan Interpretasi.<sup>88</sup> Sensasi ketika alat panca indra berfungsi untuk menghubungkan antara otak manusia dengan lingkungan sekitar. Sensasi pada Gen Z ketika Gen Z melihat dan mendengarkan dakwah Gus Tata meliputi gaya dakwah, bahasa, materi, dan pesan-pesan dakwah. Atensi ketika Gen Z merespon atau menafsirkan Gus Tata sebagai objek untuk di persepsi. Rangsangan yang menarik perhatian cenderung dianggap lebih penting. Gen Z akan memperhatikan apa yang disampaikan Gus Tata dan memberikan penafsiran sebagai informasi.

Interpretasi terjadi ketika informasi terhadap perhatian kepada objek bisa memberikan makna. Gen Z menggunakan panca indra untuk

---

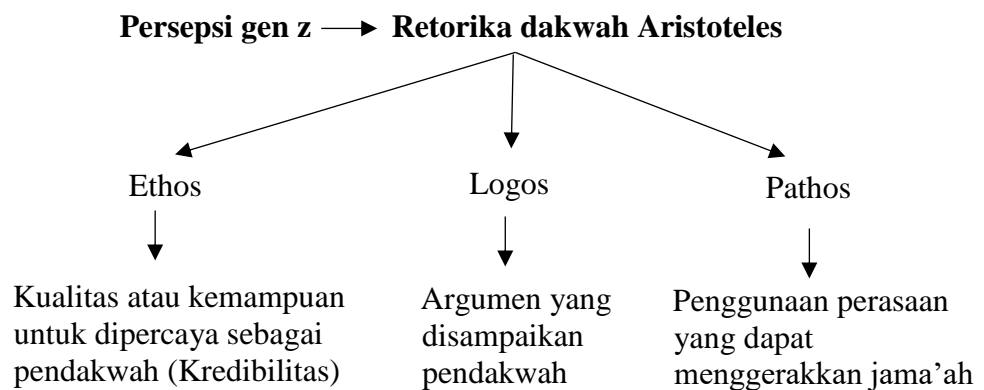
<sup>87</sup> Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2018). 76

<sup>88</sup> Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 50

memberikan penafsiran atau memberi makna terhadap retorika dakwah Gus Tata dimulai dari gaya dakwah, bahasa dan pesan-pesan dakwah. Persepsi Gen Z terhadap retorika dakwah Gus Tata dengan menggunakan Teori Retorika Aristoteles. Persepsi Gen Z akan menjelaskan bagaimana retorika dakwah Gus Tata melalui ethos, logos, dan pathos.

Retorika merupakan keterampilan bahasa secara efektif dan sebagai seni berpidato yang persuasif.<sup>89</sup> Retorika tidak hanya memperhatikan isi, tetapi juga sangat mementingkan gaya dan keindahan bahasa. Retorika modern diterapkan dalam bentuk pidato dan ceramah di hadapan khalayak luas, serta diamalkan dalam dakwah dalam khutbah dan tabligh di khalayak luas.

Retorika menurut Aristoteles adalah cara persuasi yang dibuat oleh pembicara.<sup>90</sup> Aristoteles memfokuskan retorika sebagai pembicara yang dapat mengimplementasikan alat persuasi berupa ethos, logos, dan pathos.



**Bagan 5.1 Model Persuasif Aristoteles**

<sup>89</sup> Ach Tofan Alvino, “ Retorika Dakwah Kh Syukron Djazilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya”, *Jurnal Ilmu Dakwah* , Vol.41, No.1, (2021), 75

<sup>90</sup> Faza Fat Han Fadhilah Dan Irwansyah, “Analisis Retorika Pada Pidato Presiden Jokowi “Bersatu Menghadapi Corona” Sebagai Himbauan Melalui Media Youtube. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* , Vol.5, No.2, (2021), 53

*Ethos* adalah kredibilitas pendakwah.<sup>91</sup> Seorang tokoh dai atau *mubaligh* memiliki keulamaan selain itu juga memiliki kepemimpinan dalam Gen Z yang harus dijaga, dirawat dan dibinanya. Kepemimpinan melekat pada seseorang karena memiliki kredibilitas (terpercaya), daya tarik fisik, kharisma, kepakaran atau kekuasaan.

Implementasi *ethos* dalam diri Gus Tata melalui gaya dakwah dalam Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah. Kekuatan yang dimiliki Gus Tata karena karakter persona sehingga ucapan dan perilakunya dipercaya oleh Gen Z.

Persepsi Gen Z tentang gaya dakwah Gus Tata yang sesuai dengan gaya sehari-hari bisa menarik perhatian anak muda. Bersholawat sambil berdakwah dengan anak-anak muda menjadikan Gen Z muda sekitar merasa bahwa Gus Tata satu frekuensi dengannya.

Persepsi Gen Z tentang gaya dakwah Gus Tata dalam berpakaian juga menarik perhatian Gen Z. Persepsi Gen Z tentang berpakaian Gus Tata yang sederhana tetapi tetap sopan dan rapi, membuat Gen Z sekitar juga Jama'ah luar daerah tertarik untuk ikut di majelis. Style yang sederhana dan penyampaian yang mengikuti arus Jama'ah menjadikan Gen Z (khususnya anak muda) merasa sefrekuensi dengan Gus Tata. Dalam hal ini retorika dakwah Gus Tata dalam Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah telah berhasil menarik perhatian informan untuk mengikuti majelis.

---

<sup>91</sup> Faza Fat Han Fadhilah Dan Irwansyah, "Analisis Retorika Pada Pidato Presiden Jokowi "Bersatu Menghadapi Corona" Sebagai Himbauan Melalui Media Youtube. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* , Vol.5, No.2, (2021), 54

Selain gaya berpakaian Gus Tata yang sederhana, persepsi Gen Z melihat bahwa Gus Tata yang masih muda sehingga menjadi daya tarik tersendiri di kalangan anak muda sebagai da'i yang efektif. Nada suara Gus Tata yang khas juga membuat ketertarikan Gen Z untuk mendengarkan dakwah dan nada suara Gus Tata yang kuat menjadikan daya persuasif bagi Jama'ahnya.

Persepsi Gen Z menyatakan bahwa tidak hanya anak muda saja tetapi juga orang tua merasa bahwa gaya dan bahasa dakwah Gus Tata mudah dipahami dan dimengerti. Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah menjadikan kedekatan antara ulama' dengan Gen Z Desa Tunge. Di tengah-tengah permasalahan di lingkungan Gen Z, keberadaan ulama' menjadikan Gen Z dapat menghadapi dan menyelesaikan masalah.

Dalam majelis yang terdapat ribuan Jama'ah dengan latar belakang yang berbeda-beda tidak menjadikan permasalahan yang berat di lingkungan Gen Z sekitar. Persepsi Gen Z melihat Jama'ah yang semakin banyak meyakini bahwa Gus Tata bisa menghormati, menghargai, tidak menyinggung dan bisa merangkul berbagai keunikan Jama'ah hingga keyakinan yang berbeda-beda termasuk anak punk yang banyak hadir di majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah.

Gus Tata yang bisa merangkul semua Jama'ah menunjukkan bahwa adanya integritas pada diri Gus Tata. Persepsi Gen Z melihat adab atau sopan santun Gus Tata terhadap guru, sesepuh, anak muda

anak kecil dan Gen Z lainnya tanpa mengenal tingkatan sangat baik dan patut untuk di contoh.

Gus Tata sebagai pendakwah Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah yang membawa Jama'ah menjadikan pemimpin untuk Jama'ahnya. Kemampuan Gus Tata menggerakkan dan memengaruhi orang banyak yang memperkuat kredibilitas dan integritas sebagai pendakwah. Gus Tata yang memiliki kepemimpinan akan mudah dan cepat mempengaruhi Gen Z dan Jama'ah.

*Logos* yakni argumen atau pesan-pesan dakwah<sup>92</sup> yang digunakan *mubaligh* atau da'i yang ditujukan kepada pendengar. Implementasi *logos* dalam dakwah Gus Tata ketika materi dan pesan-pesan dakwah dalam Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah.

Persepsi Gen Z ketika mendengar dan melihat ketika Gus Tata berdakwah di majelis memberikan pemahaman yang rasional dan diperkuat dengan dikorelasikan ayat-ayat al-Qur'an dan hadis. Persepsi Gen Z terhadap Gus Tata dalam menyampaikan pesan-pesan agama yaitu dengan ringan dan mudah dipahami. Gus Tata mampu menjelaskan konsep-konsep tentang ibadah dan akidah agama dengan santai. Dalam menyampaikan materi dakwah memiliki artikulasi yang jelas, lugas, tegas dan terang. Dengan memiliki artikulasi atau pelafalan yang jelas, maka materi dakwah yang di sampaikan oleh Gus Tata dapat di dengar oleh Jama'ah dengan baik.

---

<sup>92</sup> Faza Fat Han Fadhilah Dan Irwansyah, "Analisis Retorika Pada Pidato Presiden Jokowi "Bersatu Menghadapi Corona" Sebagai Himbauan Melalui Media Youtube. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* , Vol.5, No.2, (2021), 54

Materi yang disampaikan oleh Gus Tata juga menarik karena materi ceramah yang disampaikan oleh beliau tidak hanya persoalan agama, namun masalah dalam kehidupan sehari-hari yang terjadi di Gen Z. Persepsi Gen Z ketika mendengar bahwa dakwah Gus Tata juga memiliki intonasi atau logat yang khas dalam memberikan humor atau guyonan-guyonan kepada jamaa'ah nya.

Dalam majelis Gus Tata berhumor selalu menggunakan logat daerahnya, yaitu logat Jawa sehingga membuat para Jama'ah tertawa. Dalam berhumor, Gus Tata menggunakan intonasi atau gaya suara yang pas dengan tinggi rendahnya suara, dan jeda yang tepat. Gen Z yang mendengar merasa terhibur dengan guyonan-guyonan yang dimunculkan oleh beliau.

Penjelasan tentang ibadah dan akidah yang disampaikan oleh Gus Tata diperkuat dengan contoh-contoh dalam kehidupan. Contoh dalam kehidupan ini membuat Gen Z bisa berfikir dengan jelas dan melaksanakan dengan tepat.

Gus Tata mampu mempengaruhi Gen Z untuk terus mengikuti kegiatan dakwah yang dilakukan olehnya. Kemampuan dalam mengolah kata ataupun bahasa menjadi bahasa yang bagus, tidak monoton, tidak membosankan, dan mudah dipahami. Menurut persepsi Gen Z, penyampaian pesan dakwah Gus Tata diperkuat dengan perilaku Gus Tata dalam kehidupan sehari-hari. Gen Z merasa terbantu dengan apa yang dilakukan Gus Tata sesuai dengan apa yang beliau katakan.

Gen Z menerima dan mengamalkan ajaran agama dengan penuh keyakinan dan kuat karena pesan dakwah yang disampaikan Gus Tata sangat kuat dan aktual. Pesan dakwah yang selaras dengan perilaku Gus Tata di kehidupan sehari-hari bisa mendorong Gen Z untuk berubah lebih baik. Menurut persepsi Gen Z, penyampaian materi dakwah Gus Tata menyatakan bahwa Gus Tata menyampaikan ajaran agama dan akidah (keyakinan) secara terstruktur dan sistematis. Penggunaan argument-argumen yang rasional untuk memperkuat keyakinan Gen Z terhadap ajaran agama yang disampaikan.

Segmentasi Gus Tata yang mayoritas anak muda yang masih tergolong generasi z menjadikan pesan dakwah harus dicontohkan dengan kehidupan di masa sekarang. Lantunan sholawat yang membuat hati tenang dan nyaman menjadikan gen z merasakan kedekatan dengan Allah SWT. Terdapat kalimat-kalimat yang menjadikan generasi z semakin semangat untuk datang ke majelis, salah satunya “*ngajini awak*”, jadi yg dimaksud disini mengajilah tanpa mengenal umur.

*Pathos* adalah Upaya untuk mempengaruhi perasaan atau emosi yang menggerakkan perasaan audiens.<sup>93</sup> Implementasi *pathos* dalam dakwah Gus Tata melalui bahasa metafora dan penggunaan cerita dalam berdakwah Gus Tata untuk membuat Jama'ah merasa terhubung secara emosional dengan apa yang disampaikan.

---

<sup>93</sup> Faza Fat Han Fadhilah Dan Irwansyah, “Analisis Retorika Pada Pidato Presiden Jokowi “Bersatu Menghadapi Corona” Sebagai Himbauan Melalui Media Youtube. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* , Vol.5, No.2, (2021), 54

Menurut persepsi Gen Z, dakwah Gus Tata mudah ditangkap karena penggunaan bahasa yang enak didengar dan mudah untuk dipahami. Persepsi Gen Z mengenai bahasa dakwah Gus Tata bahwa Gus Tata menggunakan bahasa sehari-hari tidak menjadi masalah tetapi menjadi daya tarik Gen Z untuk mengikuti dakwah Gus Tata

Gen Z berpersepsi bahwa cara penyampaian dakwah Gus Tata menggunakan trik yang unik dengan mengikuti arus pergaulan Jama'ah, tetapi bukan berarti Gus Tata mengikuti hal-hal negatif. Penggunaan pendekatan Bahasa dan gaya yang unik bisa menarik halus untuk mengaji di majelis dan tentunya untuk menjadi yang lebih baik.

Dalam persepsi Gen Z penggunaan bahasa dari dakwah Gus Tata tidak terlalu tinggi dan memakai bahasa Jawa karena berada di lingkungan Jawa. Penggunaan bahasa Jawa krama halus dibuat untuk orang tua atau kepada orang yang lebih tua untuk menghormati siapapun Jama'ahnya walaupun dengan latar belakang yang berbeda.

Pemahaman bahasa di kalangan anak muda itu sangat penting apalagi di dalam penyampaian dakwah. Pemilihan bahasa Gus Tata yakni bahasa sehari-hari. Secara tidak langsung pemakaian bahasa sehari-hari dapat menarik perhatian Jama'ah.

Gen Z muda saat ini tertarik ikut bahkan menjadi abdi di majelis karena merasa satu frekuensi dengan Gus Tata. Persepsi Gen Z tentang gaya bahasa dengan kata-kata kekinian dan bahasa gaul menjadi daya tarik Gen Z sekitar untuk mengikuti majelis. Gen Z tidak merasa tersinggung bahkan tersakiti dari apa yang Gus Tata sampaikan.

Penggunaan bahasa yang bagus, tersusun, fleksibel, maka materi dakwah yang disampaikan oleh Gus Tata dapat mempengaruhi Jama'ah untuk mengikuti apa yang beliau sampaikan. Mempengaruhi Jama'ah dengan gaya bahasa yang mudah dipahami masuk ke dalam teknik retorika persuasif yang bersifat mempengaruhi pendengar melalui pendekatan psikologis.

Motivasi para jamaah hadir dalam Majelis Ta'lim ini karena ingin menuntut ilmu lebih dalam, mengetahui ilmu yang sebelumnya belum mereka ketahui melalui dakwah Gus Tata. Menurut persepsi Gen Z, Gen Z meyakini adanya keberkahan dari hadirnya mereka di Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah. Sehingga mereka merasakan manfaat yang sudah didapatkan melalui pembelajaran, mulai dari masalah ibadah kepada Allah maupun hubungan baik dengan sesama manusia.

Dakwah Gus Tata sudah membawa perubahan yang banyak dilingkungan Gen Z. Dalam persepsi Gen Z tentang perubahan hidupnya menjadi sering bersosial dan berinteraksi dengan masyarakat lainnya. Gen Z lebih tertata dan anak muda lebih terarah.

Menurut persepsi Gen Z Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah ini menjadi hiburan untuk Gen Z. Sholawat ayang dibawakan Gus Tata serta dakwahnya menjadi hiburan untuk Sebagian Gen Z yang menjadi jama'ahnya. Hiburan yang dimaksud adalah hiburan yang bisa mendekatkan diri kepada Allah SWT.

**B. Faktor yang mempengaruhi persepsi Gen Z terhadap dakwah Gus Tata dalam Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah Desa Tunge Kecamatan Wates kabupaten Kediri.**

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yang masing-masing memiliki dampak signifikan pada bagaimana seseorang menafsirkan informasi yang diterima melalui indera. Faktor utama yang mempengaruhi persepsi adalah:

1. Pengalaman dan Pengetahuan.

Pengalaman masa lalu dan pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat membentuk cara mereka mempersepsi informasi baru. Pengalaman yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda terhadap situasi yang sama.<sup>94</sup>

Menurut persepsi Generasi Z yang menjadi jama'ah Majelis Jamaa'ah Sholawat Badrisiyyah mendapatkan informasi tentang majelis ini lewat mulut ke mulut dan dari orang tua nya yang memang dulunya rutin mengikuti sholawat badrisiyyah. Selain itu, Gen Z juga mengetahui tentang majelis ini melalui media social di channel youtube JSB Official, tiktok @jsbofficial\_ (JSB official) dan instagram @bedeguk2020 (bedeguk 2020).

Gen Z yang menjadi jama'ah di majelis ini berasal dari berbagai kalangan dan latar belakang yang berbeda-beda. Keunikan di majelis ini

---

<sup>94</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak," *At-Tabsyir*, 2014.H.34

banyak anak punk atau jalanan yang ikut hadir di majelis sholawat badrisiyyah ini.

Menurut persepsi salah satu Gen Z yang menjadi jama'ah majelis ini menyatakan bahwa ada anak muda yang sudah ikut dari lama hingga saat ini masih bertahan. Alasan anak muda ini karena kecocokan dakwah Gus Tata dengan dirinya. Dan ada anak muda yang hanya ikut beberapa waktu saja, karena mereka datang dari jauh atau hanya menikmati saja.

Kehadiran jama'ah yang sudah lama mengikuti majelis dan baru mengikuti, tentu saja akan menjadikan suatu pengalaman atau pengetahuan yang berbeda-beda. Persepsi jama'ah terhadap retorika dakwah Gus Tata yang sudah lama mengikuti beliau menyatakan bahwa dakwah Gus Tata semakin digemari oleh anak muda khususnya Gen Z. Sedangkan, menurut persepsi jama'ah yang baru mengikuti dakwah Gus Tata menyatakan bahwa dakwah Gus Tata selain menggunakan lantunan sholawat tetapi juga memberikan pengetahuan tentang ibadah, agama dan keimanan yang di ambil dari ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis.

## 2. Konteks Situasional

Lingkungan atau situasi di mana persepsi terjadi dapat mempengaruhi cara informasi diinterpretasikan.<sup>95</sup> Menurut Generasi Z Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah menjadi wadah sholawatan, mengaji, dan bertemu dengan teman-teman.

Tempat dan suasana majelis ini juga berada di lingkup Pondok Pesantren Al-Husna membuat nyaman dan aman untuk Jama'ah. Selain

---

<sup>95</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak," *At-Tabayir*, 2014.H.34

itu, dengan pelaksanaan Majelis Jamaa'ah Sholawat Badrisiyyah di malam hari. Banyak Jama'ah yang bisa ikut hadir dalam majelis.

Menurut persepsi Gen Z, Waktu pelaksanaan Majelis Jamaa'ah Sholawat Badrisiyyah di malam hari membuat anak muda banyak yang berdatangan. Dengan alasan mereka yang bekerja dan masih pelajar bisa memanfaatkan waktu untuk mengikuti Majelis Jamaa'ah Sholawat Badrisiyyah.

Menurut persepsi salah satu Gen Z, Lantunan sholawat yang diiringi hadroh membuat suasana majelis menjadi damai. Malam hari yang terlihat sunyi dan sepi tidak terlihat di majelis ini, dikarenakan banyaknya jama'ah, lantunan sholawat, serta dakwah Gus Tata menjadikan malam yang sangat ramai dan bermanfaat.

### 3. Budaya dan Latar Belakang Sosial

Nilai-nilai budaya dan norma sosial yang dianut seseorang dapat mempengaruhi persepsi mereka. Budaya dapat menentukan apa yang dianggap penting atau relevan dalam suatu konteks.<sup>96</sup>

Menurut persepsi Gen Z, Latar belakang Jama'ah yang tertarik dalam Majelis Jamaa'ah Sholawat Badrisiyyah yaitu dengan adanya Gus Tata yang masih muda serta sholawat badrisiyyah yang sudah turun temurun di amalkan. Selain itu, banyaknya anak muda yang berdatangan juga menarik anak muda lainnya untuk mengikuti Majelis Jamaa'ah Sholawat Badrisiyyah.

---

<sup>96</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak," *At-Tabayir*, 2014.H.34

Selain itu, yang menjadi latar belakang Jama'ah untuk ikut ke Majelis Sholawat Badrisiyyah ini juga karena gaya dakwah Gus Tata yang menarik serta Bahasa yang mudah dipahami. Gaya dakwah Gus Tata yang bisa menyelipkan pesan dakwah di sela waktu lantunan sholawat ini yang menjadi menarik Jama'ah terutama generasi z.

Gaya dakwah dengan adanya tanya jawab di majelis sholawat ini juga mempengaruhi Jama'ah atas keilmuan dan pengetahuannya. Generasi Z bertambah ilmu dan pengetahuannya Ketika di sesi tanya jawab karena disini adanya keterlibatan Gen Z dengan Gus Tata.

#### 4. Emosi dan Motivasi

Emosi yang dirasakan pada saat tertentu dapat mempengaruhi persepsi. Misalnya, seseorang yang sedang marah mungkin akan mempersepsi situasi dengan cara yang lebih negatif.<sup>97</sup>

Menurut persepsi Gen Z, Motivasi generasi Z yang menjadi Jama'ah di Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah antara lain: mendapatkan teman baru, bisa mencurahkan permasalahan kehidupan, mendapat solusi dari permasalahan, bertemu dengan kekasih atau pacar.

Majelis ini secara tidak langsung juga memotivasi generasi Z atau anak muda untuk bertemu dengan kekasihnya. Bertemu dengan kekasihnya atau pacar ini menjadi salah satu semangat dari salah satu jama'ah.

Menurut persepsi Gen Z Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah ini menjadi hiburan untuk Gen Z. Sholawat ayang dibawakan Gus Tata

---

<sup>97</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak," *At-Tabayir*, 2014.H.34

serta dakwahnya menjadi hiburan untuk Sebagian Gen Z yang menjadi jama'ahnya. Hiburan yang dimaksud adalah hiburan yang bisa mendekatkan diri kepada Allah SWT.

#### 5. Stereotip dan Prasangka

Pandangan umum atau stereotip tentang kelompok tertentu dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap anggota kelompok tersebut, sering kali mengarah pada penilaian yang bias.<sup>98</sup>

Pengaruh Gus Tata sebagai pendakwah di Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah sangat besar. Semua ini terlihat dengan bertambahnya jama'h yang berdatangan dan khususnya anak muda dengan berbagai golongan. Tambahnya ilmu dan pengetahuan tentang ibadah, agama, dan lain-lain.

Di era modern yang serba teknologi membawa majelis ini berpengaruh terhadap generasi Z dalam bidang pengetahuan. Teknologi yang canggih terkadang banyak pengetahuan tetapi belum bisa menjawab permasalahan kehidupan. Jadi majelis ini yang bisa mempengaruhi generasi Z untuk melakukan kebaikan, melantunkan sholawat badirsiiyyah, serta berkembangnya dan bertambah ilmu tentang dunia serta akhirat.

---

<sup>98</sup> Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak," *At-Tabasyir*, 2014.H.34