

Comparative Analysis of Effective Language use in Istiqlal Mosque Friday Sermon Youtube Video Transcripts

Alvin Setiawan¹, Keisha Lalitha Aghniasari², Farikh Giyats Fawwaz³, Yessha Hanina Hardy Putri⁴, Ifni Izzati Subekti^{5*}, Edi Suresman⁶
Universitas Pendidikan Indonesia

Corresponding Author: Ifni Izzati Subekti ifniizzati@upi.edu

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Friday Sermons, Effective Language, Islamic Da'wah, Istiqlal Mosque

Received : 3 November

Revised : 21 December

Accepted: 20 January

©2025 Setiawan, Aghniasari, Fawwaz, Putri, Subekti, Suresman: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research examines the use of effective language in Islamic preaching, especially in Friday sermons. The focus of this research is on the text of the Friday sermon published by the Istiqlal Mosque management and the YouTube platform. This study analyzes the linguistic strategies of two preachers who had the opportunity to become Friday preachers at the Istiqlal Mosque. Using qualitative descriptive analysis, this research explores the role of rhetorical devices such as analogies, metaphors, and storytelling. The research results highlight that effective use of language, which is rooted in Qur'anic principles such as al-hikmah (wisdom), al-mauidzah al-hasanah (good advice), and al-mujjadi (polite argumentation), plays a role in important in conveying da'wah messages that are persuasive and easy to understand. These findings aim to develop a comprehensive framework for improving da'wah communication so that it can be accepted by diverse audiences in both traditional and digital contexts

Analisis Perbandingan Penggunaan Bahasa Efektif dalam Transkrip Video Youtube Khutbah Jumat Masjid Istiqlal

Alvin Setiawan¹, Keisha Lalitha Aghniasari², Farikh Giyats Fawwaz³, Yessha Hanina Hardy Putri⁴, Ifni Izzati Subekti^{5*}, Edi Suresman⁶

Universitas Pendidikan Indonesia

Corresponding Author: Ifni Izzati Subekti ifniizzati@upi.edu

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Khutbah Jumat, Bahasa Efektif, Dakwah Islam, Masjid Istiqlal

Received : 3 November

Revised : 21 December

Accepted: 20 January

©2025 Setiawan, Aghniasari, Fawwaz, Putri, Subekti, Suresman: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penggunaan bahasa efektif dalam dakwah Islam, terutama pada khutbah Jumat. Fokus penelitian ini adalah pada teks khutbah Jumat yang dipublikasikan oleh pengurus Masjid Istiqlal dan platform YouTube. Studi ini menganalisis strategi linguistik dua khatib yang berkesempatan menjadi khatib Jumat di Masjid Istiqlal. Dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi peran perangkat retorik seperti analogi, metafora, dan penceritaan. Hasil penelitian menyoroti bahwa penggunaan bahasa yang efektif, yang berakar pada prinsip-prinsip Qur'ani seperti al-hikmah (kebijaksanaan), al-mauidzah al-hasanah (nasihat yang baik), dan al-mujadalah (argumen yang sopan), memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan dakwah yang persuasif dan mudah dipahami. Temuan ini bertujuan untuk mengembangkan kerangka komprehensif dalam meningkatkan komunikasi dakwah agar dapat diterima oleh audiens yang beragam baik di konteks tradisional maupun digital

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aspek penting dalam penyebaran ajaran Islam, yang mencakup kegiatan moral secara lisan, tulisan, atau tindakan lain dengan tujuan mempengaruhi individu atau kelompok tanpa kekerasan (Masrul & Bahri, 2021). Salah satu bentuk dakwah adalah khutbah Jumat, yang menekankan pentingnya komunikasi efektif sebagai alat utama penyampaian pesan (Lubis et al., 2024). Keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kualitas dai, termasuk pengetahuan agama, kemampuan komunikasi, dan akhlak (Mustar, 2016).

Di Indonesia, keberagaman budaya dan tingkat pendidikan masyarakat menuntut para dai menyeimbangkan kesederhanaan dan kefasihan bahasa agar pesan dapat dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Sebagaimana dikemukakan oleh Said Mujahadah (2020), konsep dan teori komunikasi efektif perlu diintegrasikan dalam dakwah untuk menyampaikan pesan yang relevan. Maka dari itu, materi dakwah harus disampaikan dengan cara yang bijaksana, baik melalui lisan, tulisan, atau tindakan nyata. Penting juga untuk memahami audiens dan konteks tempat dakwah dilakukan agar materi dapat disampaikan dengan efektif dan dapat diterima dengan baik (Fabriar, 2024).

Ayat Qur'an An-Nahl (16:125) menegaskan pentingnya pendekatan yang bijak dan baik dalam dakwah yang artinya:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik."

Prinsip-prinsip ini menunjukkan bahwa komunikasi yang persuasif dan relevan sangat diperlukan dalam dakwah. Dengan demikian, seorang dai tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menggunakan bahasa yang mampu mempengaruhi audiens untuk menginternalisasi nilai-nilai Islam (Faisal, 2020).

Kemajuan teknologi, khususnya platform digital seperti YouTube, telah membuka peluang baru dalam dakwah. Kanal YouTube Masjid Istiqlal secara rutin mengunggah video khutbah Jumat, menghadirkan gaya ceramah beragam yang lebih dekat dengan generasi muda. Namun, tantangan utama tetap pada pilihan bahasa yang relevan dan efektif (Widaningsih, 2019).

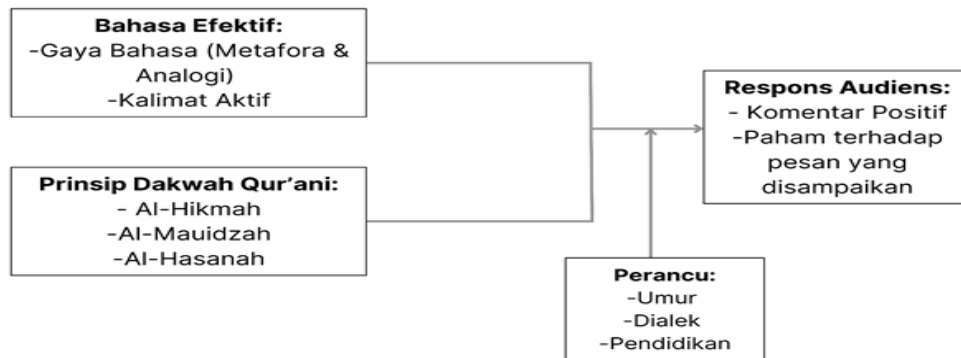
TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini bertumpu pada beberapa teori dan studi sebelumnya terkait komunikasi dakwah dan penggunaan bahasa efektif:

- Teori Komunikasi Persuasif: Petty dan Cacioppo (2012) dalam model elaborasi likelihood menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang efektif dapat meningkatkan pemahaman audiens. Komunikasi persuasif membutuhkan pemilihan kata yang sederhana, relevan, dan menarik.
- Prinsip Qur'ani: Prinsip al-hikmah (kebijaksanaan), al-mauidzah al-hasanah (nasihat yang baik), dan al-mujadalah (argumen yang sopan) (An-Nahl: 125) menjadi dasar teori dalam penyampaian dakwah yang efektif dan inklusif (Alhidayatillah, 2017).
- Adaptasi dalam Media Digital: Lievrouw dan Livingstone (2006) menekankan pentingnya adaptasi konten dakwah terhadap media digital untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Studi ini juga merujuk pada hasil penelitian lain yang relevan:

1. Mustar (2016) menunjukkan bahwa kepribadian dai, termasuk kemampuan komunikasi dan penggunaan bahasa yang efektif, sangat mempengaruhi keberhasilan dakwah.
2. Widaningsih (2019) menjelaskan bahwa pemilihan bahasa yang relevan dengan audiens dapat meningkatkan keterlibatan dan pemahaman dalam komunikasi dakwah.
3. Creswell (2014) memberikan panduan tentang metode deskriptif kualitatif yang digunakan untuk mengeksplorasi data secara mendalam.



Gambar 1. Mind Map Penelitian “Analisis Perbandingan Penggunaan Bahasa Efektif dalam Transkrip Video Youtube Khutbah Jumat Masjid Istiqlal”

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis tekstual. Menurut Mckee (2023), analisis tekstual memerlukan pembuatan asumsi tentang kemungkinan makna yang mungkin ditimbulkan oleh sebuah teks.

Data utama diperoleh dari transkripsi dua khutbah Jumat yang disampaikan oleh Prof. Dr. K.H. Muhammad Hariyadi, M.A. dan Prof. Asep Saepudin Jahar, MA, Ph.D., di kanal YouTube Masjid Istiqlal. Transkripsi difokuskan pada penggunaan perangkat retorik seperti analogi, metafora, dan penceritaan. Observasi komentar audiens pada platform YouTube dilakukan untuk menilai keterlibatan dan pemahaman audiens.

Pendekatan purposive sampling digunakan untuk memilih khutbah berdasarkan popularitas dan relevansi tema, seperti iman, moralitas, dan isu kontemporer. Data dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema kunci dan pola bahasa yang mendukung efektivitas dakwah.

Proses analisis mencakup beberapa tahap utama. Pertama, tema-tema utama akan diidentifikasi setelah transkripsi khutbah dilakukan, dengan memperhatikan penggunaan bahasa seperti metafora dan analogi yang memudahkan pemahaman konsep Islam yang kompleks. Analisis juga akan melihat bagaimana para pengkhotbah mengaplikasikan prinsip-prinsip Al-Qur'an, seperti al-hikmah (kebijaksanaan), al-mauidzah al-hasanah (nasihat yang baik), dan al-mujadalah (argumentasi yang santun), dalam penyampaian mereka.

Kemudian temuan dari kedua teks khutbah dari masing-masing dai tersebut dibandingkan untuk mencari perbedaan dari cara penyampaian dengan

ketiga prinsip Al-Qur'an tersebut. Untuk mengukur keterlibatan audiens dengan khutbah Jumat, peneliti menggunakan komentar dan diskusi pada kolom komentar Youtube sebagai salah satu indikator penilaian. Peneliti mengambil beberapa komentar yang dibagikan para audiens di kolom komentar secara non-purposif.

HASIL PENELITIAN

Peneliti menemukan bahwa adanya penggunaan bahasa efektif melalui perangkat retorik seperti metafora dan analogi berperan signifikan dalam memperkuat pesan dakwah. Berikut adalah temuan utama:

1. Penggunaan Gaya Bahasa

Metafora dan Analogi: Kedua khatib memanfaatkan metafora seperti "membimbing dari kegelapan jahiliyah ke terang kehidupan" dan analogi seperti "proses introspeksi sebagai berhias untuk akhirat."

2. Kalimat Aktif

Kalimat aktif memperkuat pesan dakwah dengan struktur jelas dan persuasif, seperti "Melalui pendisiplinan sikap dan perilaku takwa, Insya Allah setiap Muslim akan hidup sesuai jalan Allah."

3. Respon Audiens yang Positif

Selain kedua temuan tersebut, audiens khutbah Jumat memberikan respon atau tanggapan positif. Beberapa komentar dari akun Youtube @Nana Mardiana, " Mendengarkan ceramahnya semoga ada hikmah dibalik ceramahnya amiiin". Kemudian dari akun @Aisyah Rachman, "Alhamdulillah nyimak telat dikit". Adapun akun @burqaarqab yang membagikan komen berikut, "Subhanallah penjelasan beliau sangat luar biasa...semoga kita dijauhkan dari siksa api neraka amin".

Dari beberapa komentar diatas, peneliti menyimpulkan bahwa para audiens yang memberikan reaksi positif yang baik dan memahami pesan dakwah yang disampaikan dari video khutbah Jumat baik dari video Asep Saepudin Jahar dan Muhammad Hariyadi.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi gaya bahasa yang digunakan oleh dua khatib memiliki efek signifikan pada tingkat pemahaman dan keterlibatan audiens. Prof. Dr. K.H. Muhammad Hariyadi menggunakan gaya yang lebih santai dan reflektif, sedangkan Prof. Asep Saepudin Jahar menggunakan pendekatan formal dan terstruktur. Penggunaan metafora dan analogi membantu menyederhanakan konsep-konsep kompleks dalam Islam, menjadikan pesan dakwah lebih mudah diterima oleh berbagai audiens.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bahasa efektif yang digunakan dalam khutbah Jumat Masjid Istiqlal memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman audiens. Perangkat retorik seperti metafora dan analogi, disertai kalimat aktif, memperkaya komunikasi dakwah. Perbedaan gaya komunikasi antara khutbah tradisional dan digital menunjukkan bahwa adaptasi media mempengaruhi efektivitas penyampaian.

Penelitian ini menyarankan eksplorasi lebih lanjut dengan observasi langsung untuk memperkuat hasil dan memberikan wawasan lebih mendalam tentang strategi komunikasi dakwah.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti tidak adanya observasi langsung dan analisis lebih mendalam pada keterlibatan audiens dalam berbagai platform. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk:

1. Menggunakan metode observasi langsung.
2. Melakukan analisis komparatif dengan khutbah dari media lain.
3. Mengembangkan model komunikasi berbasis prinsip Qur'ani yang lebih spesifik untuk platform digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia atas dukungan yang diberikan selama penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh pihak yang membantu pengumpulan data, termasuk pengurus Masjid Istiqlal dan audiens di YouTube.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayatillah, Nur. "Dakwah Dinamis di Era Modern", *Jurnal An-Nida*, Vol. 41, No. 2 (2017): Hal. 266.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Fabriar, S. R. (2024). *Dakwah di Era Digital: Potret Aktivitas Dakwah Nawaning*. Penerbit NEM.
- Faisal, M. (2020). Pendekatan Tafsir Maudhu'i Dalam Metode Dakwah. *At-Tanzir Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 156. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v11i1.356>
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2006). *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs*. SAGE Publications.
- Lubis et al. (2024). *Komunikasi Dakwah Era Digital*. Publica Institute Jakarta.
- Masrul, N. K., & Bahri, N. a. S. (2021). KONSEP DAKWAH BIL HAL DALAM MAJELIS TAKLIM DI MASJID AL-AMINIYAH SUDIMARA PINANG KOTA TANGERANG. *At-Tanzir Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 137-164. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v12i2.615>
- McKee, Alan. (2003). *Textual Analysis: A Beginner's Guide*. SAGE.
- Mujahadah, S. (2020). Metode Dakwah Untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 21(2). <https://doi.org/10.24252/jdt.v21i2.13875>
- Mustar, S. (2016). Kepribadian Da'i dalam Berdakwah. *Jurnal Tarbiyah*, 22(1). <https://doi.org/10.30829/tar.v22i1.7>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (2012). The elaboration likelihood model of persuasion. In M. A. Hogg & J. Cooper (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Psychology* (pp. 232-254). SAGE Publications.
- Widaningsih, R. (2019). Perspektif Komunikasi Dalam Islam. *KOMVERSAL*, 1(2), 1-12. <https://doi.org/10.38204/komversal.v1i2.401>