

Karakteristik Khutbah Jumat di Mesjid Kampus: Perspektif Komunikasi

Yusuf Hamdan

ABSTRACT

This research which uses descriptive approach is focused on Friday speech characteristic delivered on campus mosque. The details of research focus are (1) Profile of the speaker; (2) Audience perception toward the speaker (as communicator); (3) Audience perception toward Friday speech' features (message). It is found that the speakers are mostly middle aged, docent, has formal education background, but also graduated from an Islamic dormitory. They have speech experience for a long time, using multimedia devices, writing-communication-skilled, and being highly exposed by the media. The audience perceived the speakers as somebody who mastered the materials and acquired speech skill. But the messages are not clear and concise, the speakers itself was perceived as insensitive toward his audience. Speech message was positively perceived, the theme was relevant enough and attracted audience. But the topics aren't actual enough, and didn't have a unity of idea.

Kata kunci: Khotbah Jumat, karakteristik pesan, profil dai

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Khutbah Jumat merupakan salah satu syarat ibadah shalat Jumat. Tiada shalat Jumat tanpa khutbah. Dari sudut pandang ilmu komunikasi, khutbah Jumat merupakan satu kegiatan komunikasi yang memiliki potensi yang sangat besar untuk digunakan sebagai saluran menyampaikan ajaran-ajaran Islam yang perlu diketahui dan dipahami oleh jamaah.

Mengapa khutbah Jumat memiliki potensi yang besar? Sebab khutbah Jumat diselenggarakan dalam waktu yang relatif bersamaan bukan hanya pada suatu kampung, desa, kabupaten, propinsi,

atau negara, malah diselenggarakan serempak di seluruh dunia di tempat-tempat kaum Muslimin berada. Sekalipun khutbah Jumat tergolong kepada bentuk komunikasi kelompok, namun dari keserempakan dan dari begitu banyaknya orang yang terlibat, keadaannya nyaris mendekati komunikasi massa (lihat Effendy, 1993:81-83).

Namun, dalam kenyataannya, khutbah Jumat belum menjadi sarana komunikasi yang efektif bagi umat Islam karena berbagai faktor yang terkait dengan penyelenggaraannya, baik menyangkut khatibnya (komunikator), materi khutbahnya (pesan), juga kualitas sumber daya pengurus yang mengelolanya. Terhadap permasalahan ini belum banyak perhatian ilmuwan untuk

menyelenggarakan pengkajian baik melalui riset atau bentuk perhatian lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka yang menjadi permasalahan adalah bagaimana profil khotib Jumat serta tanggapan jamaah shalat Jumat mengenai karakteristik khutbah Jumat yang disampaikan di Masjid Al-Asy'ari Universitas Islam Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah, terdapat berbagai dimensi masalah yang dapat diteliti sebagai berikut :

- (1) Bagaimana profil khotib Jumat yang melaksanakan khutbah Jumat di mesjid Al-Asy'ari Universitas Islam Bandung?
- (2) Bagaimana tanggapan jamaah shalat Jumat mengenai karakteristik khatib Jumat (komunikator) yang menyampaikan khutbah Jumat di mesjid Al-Asy'ari Universitas Islam Bandung?
- (3) Bagaimana tanggapan jamaah shalat Jumat mengenai karakteristik khutbah Jumat (pesan) yang disampaikan khatib di mesjid Al-Asy'ari Universitas Islam Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, memahami, dan menjelaskan profil khotib Jumat dan tanggapan jamaah shalat Jumat mengenai karakteristik khutbah Jumat (mencakup dimensi khatib, serta khutbah Jumat), yang diselenggarakan oleh mesjid Al-Asy'ari Universitas Islam Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini secara akademis mengembangkan ilmu komunikasi, khususnya dalam retorika yang berdasarkan kondisi fenomena di lingkungan sendiri, sehingga dengan begitu, dalam pengembangan ilmu, tidak hanya mengandalkan pemikiran dan hasil-hasil penelitian yang dilaksanakan di tempat lain (umumnya di Barat) yang mungkin memiliki perbedaan-perbedaan

dengan keadaan di negeri kita.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi cermin atas aktivitas para juru dakwah yang selama ini aktif menjadi khotib dan para aktivis yang melakukan manajemen komunikasi dalam pengelolaan khutbah Jumat, mengenai apa yang telah mereka lakukan selama ini. Sebagaimana disadari para pelaku dakwah, dan lembaga yang mengelolanya, karena kesibukannya mungkin jarang sekali sempat mengevaluasi mengenai apa yang telah mereka lakukan. Selain itu, hasil penelitian ini sekaligus dapat menjadi *feedback* sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas para khotib Jumat, meningkatkan kualitas materi khutbah, serta dapat meningkatkan kualitas pengelolaan khutbah Jumat oleh pengelolanya.

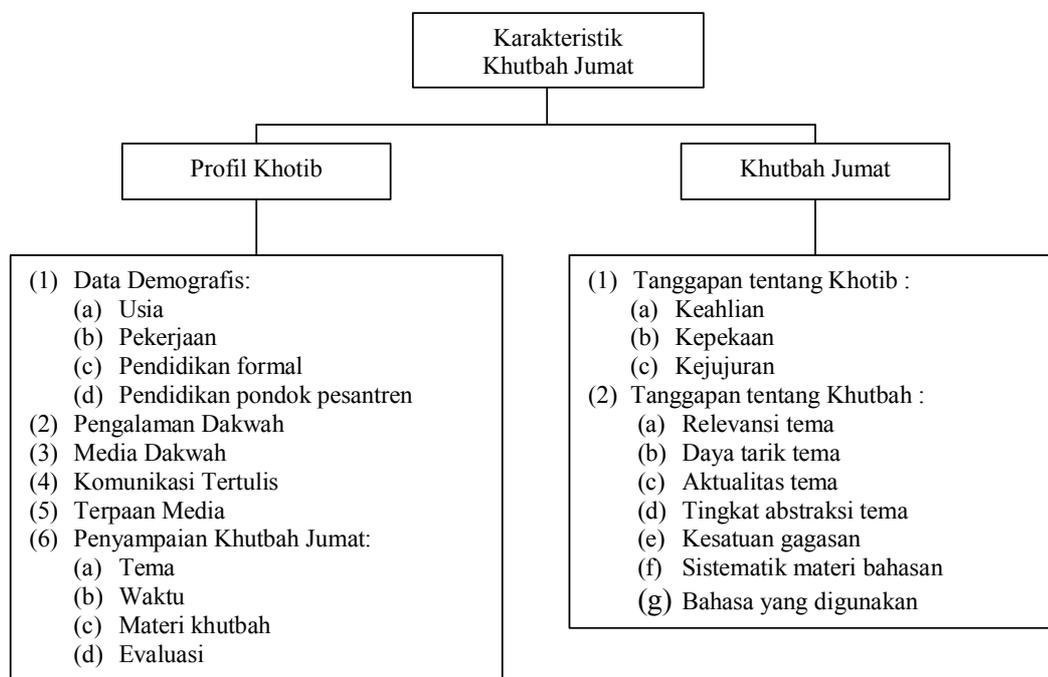
1.5 Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan judul penelitian, terdapat dua konsep utama yang harus dijelaskan dalam kerangka pemikiran, yaitu konsep tentang profil khotib, dan khutbah Jumat dilihat pada aspek komunikator dan pesannya. Kedudukan khutbah dalam shalat Jumat penting sekali. Karena tanpa khutbah, shalat Jumat menjadi tidak sah. Dari ketentuan ini dapat dilihat betapa syariat Islam memandang komunikasi (khutbah) sebagai kegiatan yang sangat penting.

Berdasarkan ketentuan syariat, setiap Muslim laki-laki, wajib hukumnya pada setiap hari Jumat menunaikan ibadah shalat secara bersama-sama (berjamaah), dan dalam shalat Jumat itu wajib hukumnya diselenggarakan khutbah Jumat. Bahkan, jamaah sendiri tidak boleh melakukan aktivitas lain saat khotib berkhotbah, kecuali mendengarkan apa yang disampaikan oleh khotib. Ketentuan syariat ini telah memosisikan khutbah Jumat sebagai salah satu bentuk komunikasi sosial keagamaan yang sangat penting. Tanpa alasan yang dapat dibenarkan oleh syariat, seorang muslim laki-laki tidak dapat menolak untuk menjalankan kewajiban shalat Jumat, dan ketika khutbah diperdengarkan, jamaah harus menyimak isi khutbah dengan seksama.

Dari pandangan komunikasi, khotib sebagai penyampai khutbah adalah komunikator. Seorang

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



khotib bila ingin menjadi komunikator yang baik maka dia harus kredibel. Karena itu, ia harus “memiliki kredibilitas yang terdiri dari *expertise* (keahlian), dan *trustworthiness* (dapat dipercaya)” (lihat Rakhmat, 1996:56-61). Khotib akan dipandang ahli oleh jamaah bila ia menunjukkan penguasaan materi khutbahnya, sekaligus juga memperlihatkan keterampilan mengomunikasikannya.

Dalam uraian yang lebih teknis, di samping tuntutan harus menguasai bahan khutbahnya, seorang khotib harus memiliki kemahiran retorika. Karena “retorika itu merupakan ilmu untuk merebut jiwa manusia melalui kata-kata” (Plato dalam Rakhmat, 2001:1-6). Melalui retorika, seorang khotib akan memiliki kemampuan untuk memilih topik, menguasai teknik pengembangan pokok bahasan, teknik membuka dan menutup pidato, dan sebagainya.

Unsur lain dari komunikasi yang ikut menjamin

keberhasilan mencapai tujuan komunikasi adalah pesan. Banyak segi yang harus diperhatikan dari pesan, antara lain: struktur pesan, gaya pesan, dan himbauan pesan (Tan, 1981:135). Berdasarkan uraian tersebut kerangka penelitian ini dijelaskan dalam gambar sebagai berikut.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode. Pendekatan penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan metode survei deskriptif, yaitu “metode yang memaparkan situasi atau peristiwa. Metode ini ditujukan antara lain untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, dan mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku” (Rakhmat, 2002:25).

Populasi dan sampel. Populasi penelitian ini terbagi ke dalam dua sub-populasi yaitu khotib Jumat dan jamaah shalat Jumat Masjid Al-Asya’ari.

Dari populasi tersebut diambil dua sampel secara purposif (lihat Rakhmat, 2002:81). Untuk meneliti profil khotib dari jumlah 53 orang, diambil sampel sebanyak 16 orang. Sedangkan sampel kedua, jamaah sholat Jumat, berdasarkan data PPKM LPPKID, daya tampung Mesjid Al-Asy'ari Unisba sebanyak 1.000 jamaah. Berpatokan pada angka tersebut diambil sampel sebesar 10 persen. Dengan demikian, sampel penelitian ini sebanyak 100 orang, yang terdiri dari dosen, karyawan, dan mahasiswa Unisba, serta jamaah yang datang dari luar Unisba.

Teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. Selain itu, dilakukan pula observasi, studi kepustakaan, dokumentasi, dan wawancara terhadap sejumlah khatib, pengurus mesjid, serta sumber data lain yang relevan.

Operasionalisasi Variabel. Dalam penelitian ini, ada dua aspek yang diteliti. *Pertama* profil khotib; *kedua*, tanggapan jamaah tentang khutbah Jumat, mencakup tanggapan mengenai khotib maupun khutbah Jumat. Profil khotib datanya dikumpulkan dari responden yang terdiri dari khotib yang terdapat dalam jadwal khotib Jumat, meliputi:

- (1) Data demografis: usia, pekerjaan, pendidikan formal, pendidikan pondok pesantren.
- (2) Pengalaman berdakwah, termasuk di dalamnya pengalaman menjadi khotib Jumat.
- (3) Media berdakwah: akses khotib menyampaikan dakwah melalui berbagai media.
- (4) Komunikasi tertulis: meliputi kemampuan menulis buku, karya ilmiah, dan artikel media massa.
- (5) Terpaduan media
- (6) Penyampaian khutbah Jumat meliputi: tema, waktu, bahan/materi khutbah, dan evaluasi.

Sedangkan tanggapan jamaah tentang khutbah Jumat data yang dikumpulkan mencakup:

- (1) Data responden: Usia, pekerjaan, tempat tinggal, frekuensi sholat Jumat di Mesjid Al-Asy'ari, tempat sholat dan kondisi pengeras suara.

- (2) Tanggapan tentang khotib: tanggapan tentang keahlian khotib, kepekaan, kejujuran.
- (3) Tanggapan tentang khutbah: relevansi tema, daya tarik tema, aktualitas tema, tingkat abstraksi tema, kesatuan gagasan, sistematika materi bahasan, serta bahasa yang digunakan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Khotib Jumat

Dari ketentuan syariat, posisi khutbah Jumat sebagai salah satu peristiwa komunikasi memiliki potensi yang sangat besar. Namun demikian, dalam kenyataan di lapangan, khutbah Jumat belum terlihat dimanfaatkan secara optimal sebagai saluran komunikasi para pemimpin Islam kepada para jamaahnya, para ulama kepada umatnya.

Penyelenggaraan khutbah Jumat dalam shalat Jumat ada kalanya mengalami kendala, baik yang berkenaan dengan khotib (komunikator) maupun materi khutbah (pesan komunikasi). Misalnya, terdapat keluhan dari jamaah mengenai khotib yang kurang ahli dalam menguasai materi khutbah, maupun dalam cara menyampaikannya. Begitu juga kadang terdengar keluhan mengenai topik yang diangkat khotib ke dalam khutbahnya, karenanya tidak jarang materi yang disampaikan itu tidak fokus, terlalu luas, atau monoton.

Dari pandangan komunikasi, khotib sebagai penyampai khutbah adalah komunikator. Seorang khotib bila ingin menjadi komunikator yang baik, maka dia harus memiliki pikiran baik (*good sense*), akhlak baik (*good moral*), dan maksud baik (*good will*) (Rakhmat, 1996:255).

Pada bagian lain, Rakhmat (1996:257-261) menjelaskan "komunikator efektif harus memiliki ethos, mencakup kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan." Kredibilitas meliputi keahlian dan kepercayaan. Keahlian, artinya kesan komunikasi tentang keahlian komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Khotib yang dipercaya jamaahnya akan efektif komunikasinya. Sedangkan mereka yang tidak memiliki kredibilitas, komunikasinya akan diabaikan jamaah. Khotib dipandang ahli oleh jamaah bila ia menunjukkan penguasaan materi khutbahnya,

sekaligus juga memperlihatkan keterampilan mengkomunikasikannya. Sehingga menurut DeVito (1997:459), “tidak ada situasi komunikasi di mana kredibilitas tidak mempunyai pengaruh.”

Daya tarik terdiri dari daya tarik fisik dan kedekatan. Menurut hasil penelitian, “seseorang melekatkan karakteristik positif kepada orang lain yang menurutnya menarik” (Aronson dalam DeVito, 1997:239). Daya tarik juga timbul dari kedekatan. Misalnya komunikator berasal dari daerah yang sama, memiliki pandangan yang sama, dan sebagainya. Kekuasaan berkaitan dengan kemampuan komunikator menimbulkan ketundukan, seperti: kekuasaan keahlian, pengalaman, penguasaan informasi, dan sebagainya (French & Raven dalam Rakhmat, 1996:265).

2.2 Khutbah Jumat sebagai Kegiatan Komunikasi

2.2.1 Prinsip Menyusun Naskah Khutbah

Seorang khotib di samping harus menguasai bahan khutbahnya, ia juga harus memiliki kemahiran retorika. Karena retorika itu adalah “*the art of speaking and writing, with elegance and force*”, dan sebagaimana ditegaskan Plato, retorika itu “merupakan ilmu untuk merebut jiwa manusia melalui kata-kata” (Rakhmat, 2001:1-6). Melalui retorika, seorang khotib akan memiliki kemampuan untuk memilih topik khutbah, menentukan tujuan komunikasinya, menguasai teknik-teknik pengembangan pokok bahasan, teknik membuka dan menutup pidato, dan sebagainya. Karena itu aspek yang berhubungan dengan pesan, teknik menyusun naskah khutbah dan bagaimana menyampaikannya diuraikan berikut ini.

Salah satu unsur komunikasi yang ikut menjamin keberhasilan mencapai tujuan khutbah adalah pesan. Banyak segi yang harus diperhatikan dari pesan, antara lain: struktur pesan, gaya pesan, dan imbauan pesan (Tan, 1981:135-152). Struktur pesan mencakup penggambaran kesimpulan, penataan argumen, pesan yang satu sisi dan dua sisi. Adapun gaya pesan meliputi pengulangan

pesan, kelengkapan pesan, karakteristik pesan. Sedangkan imbauan pesan berkenaan dengan himbauan rasional, emosional, dan himbauan rasa takut. Dengan keterampilan terpadu khotib dalam membuat struktur pesan, memilih gaya pesan, serta meramu imbauan pesan yang tepat, maka pesan yang dihasilkan akan semakin menarik dan berpengaruh terhadap khalayak.

Dalam menyusun naskah khutbah, terdapat prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan, mencakup kesatuan (*unity*), pertautan (*coherence*), dan titik berat (*emphasis*). Prinsip “kesatuan, artinya naskah tersebut harus memperlihatkan satu kesatuan dalam isi, tujuan, dan sifat. Pertautan dalam suatu pembicaraan tampak sebagai uraian yang tersusun dan bertaut. Sedangkan titik berat menekankan pada hal-hal yang penting” (Rakhmat, 2001:32).

Prinsip ini memperlihatkan penulisan naskah yang singkat dan padat sesuai dengan tuntutan syariat Islam, sebagaimana sunnah Rasulullah saw yang diriwayatkan Abu Dawud, “telah berkata Jabir: adalah Rasulullah saw, tidak memanjangkan nasihat pada hari Jumat. Khutbahnya itu hanya beberapa kalimat yang mudah (difahami: lihat Hassan, 1984:47).

2.2.2 Sistematika Materi Bahasan

Aspek lain yang turut mendukung efektivitas khutbah adalah kemampuan khotib menyampaikan khutbah secara sistematis, seperti kemampuan membuka dan menutup khutbah. Karena pembukaan yang baik akan menumbuhkan suasana komunikasi positif. Beberapa hal yang perlu diperhatikan khotib dalam membuka khutbahnya, seperti dianjurkan Rakhmat (2001:51-59), “menghubungkan dengan suasana emosi pendengar, menghubungkan dengan kejadian di masa lalu, menghubungkan dengan kepentingan vital pendengar, memberi pujian kepada pendengar atas prestasi mereka, menyatakan kutipan, kisah faktual, dan sebagainya.”

Selain kemampuan khotib membuka khutbah, penting pula penguasaan khotib menutup khutbah, karena ada kalanya khotib mengalami kesulitan menutup khutbahnya. Teknik menutup khutbah, antara lain: “menyimpulkan pembicaraan,

menyatakan kembali gagasan utama, mendorong khalayak untuk bertindak, mengutip sajak, kitab suci, peribahasa, atau ucapan ahli, dan sebagainya.”

2.2.3 Prinsip Penyampaian Khutbah

Selain memahami prinsip menyusun naskah, khotib juga perlu mempelajari garis besar pidato dalam menyampaikan khutbahnya. Hal ini bermanfaat untuk memandu khotib agar tetap berada dalam wilayah yang akan dikomunikasikannya. Garis besar pidato meliputi “garis besar lengkap yang diperlukan dalam mengembangkan pembicaraan, garis besar singkat dipakai sebagai pedoman, dan garis besar alur teknis yang meneliti teknik pidato” (Rakhmat, 2001:41-43). Sedangkan dalam penyampaian khutbahnya, seorang khotib yang tampak pandai, selain karena faktor bakat, yang sangat berpengaruh adalah karena latihan. Ia terus-menerus melatih dirinya untuk mampu menyampaikan khutbahnya dengan baik, dengan cara “memelihara kontak visual dan kontak mental dengan khalayak, menggunakan lambang-lambang auditif agar suaranya memberikan makna yang lebih kaya, dan berbicara dengan seluruh kepribadiannya, dengan wajah, tangan, dan tubuhnya” (Rakhmat, 2001:78).

Khotib memelihara kontak visual, antara lain, dengan melihat semua tempat di mana khalayak berada. Ia juga harus peka terhadap pesan non-verbal dari jamaah. Karena seperti diungkapkan DeVito (2001:152), “komunikasi nonverbal dapat digunakan sebagai pelengkap, untuk menambahkan nuansa-nuansa makna yang tidak dikomunikasikan oleh pesan verbal”. Sedangkan yang berkenaan dengan suara, DeVito (1997:416) membedakan dimensi suara : “volume, kecepatan (*rate*), nada, artikulasi dan pengucapan, dan jenak (*pause*). Kemampuan memainkan elemen-elemen ini akan memungkinkan pembicara mengatur suara sebaik mungkin”. Sesuai dengan pendapat DeVito, khotib harus memperhatikan kejelasan artikulasi, nada, hentian, dan mengatur tekanan pada kalimat yang disampaikan dalam khutbah.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Profil Khotib

3.1.1 Data Demografis Khotib

Usia. Mayoritas khotib Jumat yang diteliti atau sebesar 68,7% berusia 37 tahun atau lebih, sedangkan yang berusia 36 tahun atau kurang hanya 31,3%. Umumnya, khotib Jumat berprofesi sebagai dosen (87,5%), dan bukan dosen (12,5%). Data ini memperlihatkan satu kecenderungan bahwa khotib di mesjid kampus, khususnya di Al-Asy’ari, berasal dari lingkungan akademik juga (perguruan tinggi).

Pendidikan formal. Pendidikan formal khotib Jumat umumnya memiliki pendidikan tinggi, S-1 (25%), pascasarjana S-2 (56,3%), dan S-3 (12,5%), sedangkan yang berpendidikan SLTA, 6,25%. Jenjang pendidikan tinggi yang telah ditempuh khotib Jumat akan meningkatkan kredibilitas mereka di hadapan jamaah shalat Jumat, karena salah satu unsur kredibilitas adalah kecakapan (*expertise*).

Pendidikan di pondok pesantren. Sebagian besar khotib Jumat (93,7%) pernah memperoleh pendidikan di pondok pesantren selama 1-9 tahun. Hanya 6,3% yang tidak pernah memperoleh pendidikan di pesantren. Data ini memperlihatkan pendidikan pondok pesantren yang telah ditempuh khotib memberi bekal pengetahuan agama yang lebih mendalam.

Terpaan Media. Sebanyak 75% khotib yang menjadi responden membaca surat kabar dengan cara berlangganan, sedangkan 25% lainnya tidak berlangganan. Data ini memperlihatkan mayoritas khotib mengikuti perkembangan yang terjadi di masyarakat secara teratur melalui surat kabar yang terbit setiap hari. Surat kabar bacaan utama khotib adalah *Republika*. Sedangkan surat kabar lainnya seperti *Pikiran Rakyat*, dan *Kompas*. Demikian pula data mengenai terpaan majalah, 68,7% khotib yang berlangganan majalah, dan 31,3% tidak berlangganan. Majalah yang dibaca antara lain *Tempo*, *Saksi*, *Sabili*, *Tarbawi*, dan *Ulumul Qur’an*. Data ini memperlihatkan para khotib cukup aktif memantau perkembangan masyarakat tidak saja

dari berita harian melainkan juga dari majalah yang umumnya terbit mingguan.

Mengenai frekuensi menonton televisi, semua khotib pernah menonton televisi, 43,8% menyatakan sering menonton televisi, sedangkan 56,2% menyatakan jarang. Televisi sebagai media komunikasi menjadi salah satu sumber informasi khotib untuk mengikuti perkembangan masyarakat di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, antara lain seperti: *SCTV, Metro, RCTI, CNN*, dan *Discovery*. Khotib banyak memanfaatkan berita atau informasi lain dari televisi yang dijadikan sebagai ilustrasi faktual untuk materi khutbahnya. Aktivitas khotib mengakses internet, sebanyak 25% sering mengakses internet. Hal itu, antara lain, untuk memperoleh informasi (berita, artikel, dan sebagainya) terbaru, dan pertukaran informasi melalui *email*. Keadaan ini sejalan dengan pendapat Rheingold (dalam McQuail, 2002:147) berdasarkan hasil risetnya mengenai aktivitas di dunia maya, “dalam komunitas virtual orang menggunakan kata-kata dalam layar, antara lain, untuk bertukar pikiran, pengetahuan, berbagai dukungan, bahkan berbisnis”. Sedangkan khotib 75% lainnya mengatakan jarang mengakses internet. Data ini menunjukkan internet belum menjadi media yang penting bagi khotib.

Dakwah dan Media Komunikasi. Sebanyak 87,5% khotib sering mendapatkan pendidikan atau pelatihan dalam bidang dakwah, sedangkan 12,5% lainnya jarang. Pendidikan atau pelatihan yang mereka dapat di bidang dakwah memberi bekal yang berguna dalam menjalankan tugas mereka sebagai khotib. Data ini juga menunjukkan para khotib memiliki latar belakang pendidikan bidang dakwah yang memadai.

Data pengalaman menyampaikan dakwah Islamiyah para khotib sangat meyakinkan; 93,8% khotib telah menggeluti kegiatan dakwah 6-9 tahun. Hanya 6,2% khotib yang menyatakan memiliki pengalaman berdakwah antara 1-3 tahun. Data ini memperlihatkan, khotib telah lama menekuni bidang dakwah ini. Adapun khotib yang memiliki pengalaman berdakwah di televisi hanya 31,3%, sedangkan 68,7% lainnya belum pernah. Data ini mengungkapkan para khotib belum begitu

akrab dengan model dakwah melalui televisi, yang saat ini tengah populer dimanfaatkan juga sebagai media penyampai informasi keagamaan, di samping sebagai media hiburan. Sedangkan mengenai dakwah melalui radio, umumnya khotib (81,3%) menyatakan sering berdakwah melalui radio, hanya 18,7% yang belum pernah. Data ini menunjukkan para khotib sudah cukup akrab dengan media radio, tidak seperti pada media televisi.

Kemampuan komunikasi tertulis. Aktivitas khotib menulis artikel untuk majalah atau surat kabar, terdapat 68,7% aktif menulis artikel, hanya 31,3% tidak pernah menulis artikel untuk surat kabar atau majalah. Hal ini memberikan gambaran sebagian besar khotib aktif membuat tulisan yang dimuat di surat kabar seperti: *Pikiran Rakyat, Tirbun Jabar*, atau *majalah Sabili*, dan majalah lainnya. Data lain mengenai kemampuan komunikasi tertulis para khotib adalah menulis buku. Terdapat 68,8% khotib yang menyatakan belum pernah menulis buku, sedangkan 31,2% menyatakan pernah menulis buku (1-3 buku). Data ini memperlihatkan, khotib yang mampu menulis buku, perlu mendapat perhatian, sebab dalam kenyataannya sulit melahirkan seorang penulis buku, sekalipun pada mereka yang berada di lingkungan akademik yang memiliki rata-rata tingkat pendidikan yang tinggi.

Menyampaikan khutbah jumat. Salah satu unsur kepercayaan jamaah kepada khotib Jumat adalah pengalamannya berdakwah, khususnya dalam menyampaikan khutbah Jumat. Data yang diperoleh terlihat pengalaman mereka menyampaikan khutbah Jumat telah cukup lama. Terdapat mayoritas khotib (75%) memiliki pengalaman menyampaikan khutbah Jumat selama lebih dari 9 tahun, dan 25% memiliki pengalaman menjadi khotib Jumat selama 4-8 tahun. Waktu yang digunakan untuk menyampaikan khutbah merupakan salah satu faktor penting keberhasilan khutbah Jumat. Belum ada patokan harus berapa lama seorang khotib menyampaikan khutbah Jumat, namun patokan normatif menyatakan khutbah harus disampaikan dengan singkat. Data berikut memperlihatkan 81,3% khotib menyampaikan khutbah dalam waktu 10-20 menit, dan 18,7% antara

21-30 menit. Jika waktu khutbah Jumat 10-20 menit dianggap ideal (tidak termasuk waktu shalat), maka masih terdapat waktu khutbah yang kurang ideal, karena menyampaikan khutbahnya berkepanjangan.

Adapun cara menyampaikan khutbah Jumat beraneka-ragam, dilihat dari ada tidaknya persiapan. Dari seluruh khotib yang diteliti, hanya 6,3% yang menyampaikan naskah khutbah yang disiapkan secara lengkap. Sebagian besar khotib (81,3%) menyampaikan materi khutbah yang telah disiapkan garis besarnya, sedangkan yang menyampaikan khutbah secara spontan tanpa persiapan ada 12,5%. Kondisi ini cukup ideal, karena khutbah dengan berbekal hanya garis besar merupakan cara yang baik untuk khotib yang telah berpengalaman.

Mengenai penyiapan bahan khutbah, mayoritas (93,8%) khotib menyiapkan sendiri bahan khutbahnya, hanya 6,3% khotib yang mengambil bahan khutbahnya dari buku kumpulan khutbah yang ditulis oleh orang lain. Keadaan demikian memperlihatkan percaya diri yang cukup tinggi dari khotib-khotib yang menyampaikan khutbah di mesjid Al-Asy'ari Unisba. Hal ini wajar melihat khotib tersebut umumnya telah berpengalaman menjadi khotib, pendidikannya tinggi, dan memperoleh pendidikan agama Islam di pondok pesantren.

Khotib mendapat sumber inspirasi tema khutbah dari berbagai sumber. Terdapat 18,8% khotib yang mendapat inspirasi tema khutbah dari Al-Qur'an dan tafsirnya, 12,5% khotib dari Al-Qur'an dan Al-Sunnah, adapun 67,8% khotib memperoleh sumber inspirasi berupa kombinasi Al-Qur'an dan Al-Sunnah dengan berita media massa dan tema dari da'i yang lain. Salah satu cara untuk mengevaluasi materi khutbah yang disampaikan khotib adalah merekam ketika Khutbah Jumat berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan 50% khotib tidak pernah merekam khutbah Jumatnya, dan 50% lainnya menyatakan pernah merekam. Data ini memperlihatkan kegiatan evaluasi setelah khotib menyampaikan khutbah merupakan satu hal yang belum dianggap bagian yang sangat penting dari komunikasi efektif.

3.2 Khutbah Jumat

3.2.1 Data Responden

Usia Responden. Responden paling banyak berusia antara 17-26 tahun (41,0%), berikutnya usia 37-46 tahun (30,0%), 27-36 tahun (20,0%), 47 tahun atau lebih (9,0%). Komposisi usia responden akan terlihat berkaitan dengan latar belakang pekerjaan/profesi responden.

Pekerjaan Responden. Data pekerjaan responden menggunakan penggolongan khusus yaitu dosen Unisba, karyawan Unisba, mahasiswa Unisba, dan lainnya. Penggolongan ini dibuat untuk menjangkau data jamaah yang berasal dari dalam dan luar Unisba. Data hasil penelitian memperlihatkan jamaah mesjid Al-Asy'ari, khususnya jamaah shalat Jumat umumnya orang dalam, yaitu mahasiswa (paling banyak), karyawan dan dosen Unisba. Jamaah dari luar jumlahnya tidak terlalu besar. Data ini menunjukkan tidak terlalu banyak orang luar Unisba shalat Jumat di mesjid Al-Asy'ari Unisba.

Jarak tempat tinggal responden. Sebagian besar responden memiliki tempat tinggal yang jauh dari mesjid Al-Asy'ari. Hal ini karena mereka beraktivitas di Unisba atau di kantor-kantor dekat Unisba. Umumnya responden (71%) sering shalat Jumat di mesjid Al-Asy'ari, selebihnya mengaku jarang (29%).

Tempat shalat responden. Data tentang tempat shalat digunakan untuk memeriksa antara lain, suara khotib yang terdengar/tidak terdengar oleh jamaah. Dalam hal ini, tempat shalat di mesjid Al-Asy'ari digolongkan ke dalam tiga, yaitu bagian utama atau ruang dalam mesjid, yang terdiri dari dua lantai, lantai bawah dan balkon, bagian selasar, yang berada di sisi kiri-kanan mesjid, serta teras mesjid. pendapat responden tentang suara khotib yang terdengar dengan jelas sebanyak (69%), namun yang menyatakan sebaliknya (31%) masih cukup banyak. Kondisi ini dapat terjadi karena beberapa sebab, suara khotib yang kurang nyaring, penguat suara yang berfungsi tidak optimal, faktor kebisingan, dan sebagainya.

3.2.2 Tentang Khotib

Penguasaan cara pidato/dakwah. Mengenai cara pidato/dakwah, 83% responden menyatakan khotib Jumat menguasai cara pidato/berdakwah. Jika digabungkan dengan yang menyatakan sangat menguasai (12%), maka mayoritas responden menyatakan khotib yang menyampaikan khutbah Jumat menguasai cara pidato/dakwah.

Penguasaan materi khutbah. Terdapat 15% responden yang menyatakan khotib sangat menguasai materi khutbah, dan 83% yang menyatakan khotib menguasai materi khutbah. Hanya 2% responden yang menyatakan khotib kurang menguasai materi khutbah. Tidak diragukan khotib Jumat yang tampil di Mesjid Al-Asy'ari mendapat apresiasi yang positif dari jamaah mengenai penguasaan mereka terhadap bahan materi khutbah.

Kefasihan membaca Al-Qur'an. Bagaimanapun kefasihan dalam membaca ayat-ayat Al-Qur'an dan membacakan hadits-hadits Nabi merupakan salah satu syarat bagi seorang khotib Jumat. Syarat ini menjadi lebih penting lagi bagi khotib yang akan menyampaikan khutbah Jumat di Mesjid Al-Asy'ari Unisba. Karena Unisba merupakan salah satu tempat berkumpulnya para da'i, maka jamaah shalat Jumat Mesjid Al-Asy'ari merupakan jamaah yang cukup kritis dan segera tahu jika khotib bacaannya kurang fasih. Tanggapan jamaah mengenai kefasihan khotib Jumat dalam melafalkan bacaan ayat-ayat Al-Qur'an, sebanyak 19% responden menyatakan khotib sangat fasih, 75% lainnya menyatakan fasih, sedangkan yang menyatakan khotib tidak fasih hanya 6%.

Kepekaan khotib atas reaksi jamaah. Salah satu segi penting dalam menyampaikan khutbah adalah seberapa peka seorang khotib terhadap reaksi-reaksi jamaah shalat Jumat saat menyampaikan khutbah. Kadang-kadang jamaah terlihat gelisah dan kurang khidmat. Ada 62% yang menyatakan khotib tidak peka terhadap reaksi-reaksi jamaah. Responden yang menyatakan khotib peka kepada reaksi jamaah hanyalah 38%. Ketidakpekaan ini merupakan rekaman suasana

komunikasi yang terjadi akibat kurangberhasilan khotib menjalin kontak dengan jamaahnya.

Menghargai waktu jamaah. Komunikator yang baik dapat menghargai waktu jamaah. Salah satu wujudnya adalah dengan berbicara ringkas seperlunya. Keadaan ini berlaku pula bagi seorang khotib yang menyampaikan khutbah Jumat di depan para jamaah shalat Jumat. Responden yang menyatakan khotib menyampaikan khutbah dalam bahasa yang ringkas-padat (sekitar 10-15 menit) hanya 40%, 50% lainnya menyatakan khotib berbicara tidak begitu ringkas (sekitar 21-30 menit). Bahkan, ada 10% yang mengatakan khotib berbicara panjang dan bertele-tele (di atas 30 menit). Hal ini menunjukkan banyak khotib yang belum memperhatikan betul segi panjang-pendek penyampaian khutbah ini, sekalipun pengaturan waktu sangat penting bagi kesuksesan berdakwah.

Menjaga misi dakwah. Pertanyaan tentang misi dakwah sifatnya agak abstrak, namun bagi jamaah yang senantiasa menyimak khutbah Jumat dengan seksama, dapat membedakan mana khotib yang dapat menjaga misi dakwahnya agar tidak tercampur misi-misi pribadi, dan mana yang tidak. Tanggapan responden menunjukkan 66% menyatakan khotib cukup mampu, 30% lainnya menyatakan khotib mampu menjaga misi dakwahnya. Khotib yang dipandang cukup mampu menjaga misi dakwah adalah mereka yang dapat menjaga misi dakwahnya, namun kadang-kadang masih terselip misi pribadi ke dalam materi khutbahnya. Adapun khotib yang mampu adalah mereka yang dapat berbicara jujur dan obyektif demi tujuan dakwah serta mampu menyingkirkan kepentingan pribadi dari materi khutbahnya. Sedangkan yang tidak mampu (4%) adalah khotib yang selalu mencampurbaurkan misi dakwah dan kepentingan pribadinya.

Tentang khutbah. Seorang khotib harus memperhatikan relevansi tema khutbah. Khutbah disebut relevan apabila sesuai dengan kebutuhan khalayaknya. Menurut mayoritas responden (89%), tema khutbah yang dibawakan para khotib Jumat relevan bagi mereka, hanya 11% responden yang menyatakan kurang relevan. Dengan demikian para khotib dipandang mengetahui apa yang ingin

diketahui dan dipahami oleh para jamaah.

Daya tarik tema khutbah. Tema khutbah selain harus relevan juga harus memiliki daya tarik, karena pesan komunikasi yang memiliki daya tarik yang akan memiliki peluang untuk lebih diperhatikan oleh khalayak. Terdapat 13% responden yang menyatakan tema khutbah menarik perhatiannya, 85% menyatakan tema khutbah kadang-kadang menarik perhatiannya, hanya 2% responden yang menyatakan tema khutbah tidak menarik perhatiannya.

Aktualitas tema khutbah. Pesan akan menarik perhatian khalayak jika pesan itu aktual. Yang dimaksud aktual di sini adalah pesan yang masih hangat dalam pembicaraan publik, bukan masalah yang sudah basi, karena pesan komunikasi yang tidak aktual akan cepat menimbulkan kebosanan pada khalayak, apalagi kalau pesan itu sudah sering diulang-ulang. Hal ini berlaku pula bagi pesan-pesan khutbah Jumat. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai hal ini, 56% responden yang menyatakan tema-tema khutbah yang dipilih bersifat aktual, sedangkan 41% lainnya menyatakan tema kurang aktual, sedangkan 3% menyatakan tema khutbah Jumat tidak aktual.

Pendapat responden tentang abstraksi tema khutbah, sebanyak 47 % responden menyatakan tema pembicaraan terlalu luas dan abstrak, hampir sebanding dengan yang menyatakan bahwa tema telah sesuai dengan waktu yang tersedia (49%), hanya 4% yang menyatakan tema terlalu sempit dan sederhana. Berdasarkan data tersebut, banyak khotib yang menyajikan tema-tema terlalu luas dan abstrak sehingga tidak cocok dengan waktu khutbah Jumat yang sangat sempit dan terbatas.

Selain abstraksi tema khutbah, kepada responden ditanyakan tentang kesatuan gagasan dalam pokok bahasan khutbah, agar khutbah tersebut mudah dipahami pendengar. Data yang diperoleh memperlihatkan, 42% responden menyatakan materi pembahasan dalam khutbah Jumat memiliki kesatuan gagasan, sedangkan 51% menyatakan materi pembahasan itu kurang memiliki kesatuan gagasan, hanya 7% responden yang menyatakan materi pembahasan dalam khutbah tidak memiliki kesatuan gagasan. Hal demikian

terjadi karena khotib mengemukakan beberapa pokok/gagasan dalam satu kesempatan khutbah, padahal sebaiknya khotib memiliki prioritas mana yang akan didahulukan, sedangkan gagasan lainnya dapat ditunda untuk materi pembahasan dalam khutbah berikutnya. Bahkan, kadang-kadang terjadi pembicaraan yang loncat-loncat dari satu tema pembicaraan ke tema yang lain, sehingga sama sekali tidak terlihat kesatuan gagasannya.

Mengenai sistematika pembahasan materi khutbah Jumat, terdapat 61% responden menyatakan pembahasannya sistematis, sedangkan 35% menyatakan materi khutbah kurang sistematis, hanya 4% lainnya menyatakan materi bahasan tidak sistematis. Meskipun kebanyakan responden menyatakan materi pembahasan dalam khutbah sistematis, namun jumlah yang menyatakan kurang sistematis juga cukup banyak. Karena itu sistematika pembahasannya ini tampaknya masih menjadi kendala bagi para khotib yang menyampaikan khutbah Jumat.

Penggunaan bahasa penting kedudukannya dalam khutbah. Dalam penelitian ini ingin diketahui apakah bahasa yang digunakan oleh para khotib mudah atau sukar dipahami oleh para jamaah. Tampaknya, responden tidak bermasalah dengan bahasa yang digunakan oleh para khotib, hal ini ditunjukkan oleh tanggapan 20% responden menyatakan bahasa yang digunakan khotib sangat mudah untuk dipahami, kemudian 64% responden menyatakan bahasa yang digunakan khotib mudah dipahami, hanya 16% responden yang menyatakan bahasa yang digunakan khotib agak sukar dipahami.

3.3 Pembahasan Hasil Penelitian

3.3.1 Profil Khotib

Hasil penelitian mengungkapkan, pada umumnya khotib sudah cukup berusia. Artinya, khutbah Jumat disampaikan oleh da'i yang tidak muda, tetapi oleh mereka yang telah memiliki pengalaman cukup lama berdakwah. Hal ini memperlihatkan khotib memiliki kredibilitas, sebagaimana diungkapkan Rakhmat (1996:257)

dan Tubbs & Moss (1996b:118), kredibilitas antara lain berhubungan dengan “pengalaman, dan keahlian”, di mana ia telah berdakwah cukup lama.

Sebagian besar khotib *bekerja* sebagai dosen. Data ini memberi arti pertama, orang yang diberi kepercayaan oleh DKM sebagai khotib di mesjid kampus umumnya orang kampus juga, utamanya dosen yang jenjang pendidikannya tinggi, pengalaman dakwahnya cukup lama. Kedua, para khotib umumnya tidak bekerja sebagai da'i profesional, melainkan mereka memiliki pekerjaan tetap dan mendapatkan penghasilan pokok dari profesi lain selain da'i.

Dari sudut jalur pendidikan yang ditempuh, umumnya khotib memiliki *pendidikan ganda*, pada sistem pendidikan umum dan pendidikan agama Islam di pondok pesantren. Selain itu, mereka juga umumnya pernah mendapatkan pendidikan atau pelatihan di bidang dakwah. Jalur pendidikan ganda yang mereka tempuh membuat para khotib memiliki penguasaan yang baik mengenai materi dakwahnya.

Terpaan media cetak terhadap khotib cukup tinggi, karena mayoritas khotib berlangganan surat kabar maupun majalah. Surat kabar bacaan utama para khotib adalah *Republika*, didampingi surat kabar lokal *Pikiran Rakyat* dan surat kabar nasional *Kompas*, sedangkan majalah bacaan utama khotib adalah *Tempo* didampingi oleh *Saksi* dan *Sabili*.

Semua khotib cukup intensif mendapat terpaan media *televisi*. Umumnya mereka diterpa oleh televisi lokal (lokalit), hanya ada satu orang khotib yang berorientasi kosmopolit dilihat dari pilihan stasiun televisinya. Sedangkan terpaan internet dapat dikatakan rendah, sehingga dapat diartikan internet bukan sumber informasi sangat penting bagi khotib.

Para khotib umumnya telah menjalankan kegiatan dakwah bertahun-tahun (termasuk sebagai khotib Jumat), sehingga mereka tergolong da'i *berpengalaman* bukan pemula, sehingga sebagian dari mereka memiliki pengalaman menyampaikan dakwah tidak saja secara tatap muka, melainkan melalui berbagai media komunikasi seperti televisi dan radio. Memang

jumlah mereka yang pernah berdakwah di televisi lebih sedikit dibandingkan dengan yang belum pernah, namun hampir semua pernah berdakwah di radio. Ini berarti khotib merupakan da'i yang punya pengalaman dakwah multimedia. Selain itu, para khotib juga terlatih menyampaikan pikiran dan gagasannya melalui komunikasi tertulis. Beberapa di antaranya telah menulis buku yang diterbitkan untuk masyarakat umum, dan sebagian besar mampu menulis untuk surat kabar atau majalah.

Dalam *penyampaian khutbah*, salah satu segi yang harus diatasi oleh para khotib adalah alokasi waktu setiap mereka menjalankan khutbah Jumat. Jumlah khotib yang biasa khutbah dengan singkat-padat masih sedikit, umumnya masih belum begitu ringkas, bahkan beberapa di antaranya masih senang berbicara berkepanjangan. Ketentuan normatif ‘perpendek khutbah, perpanjang bacaan shalat’ dalam prakteknya lebih sering terjadi sebaliknya. Dari tinjauan komunikasi, kondisi shalat Jumat di tengah hari, di tengah aktivitas harian yang belum usai, membuat suasana hati jamaah dalam keadaan bergegas, ingin cepat selesai. Sehingga kalau dapat memilih, khutbah yang pendek cenderung selalu disukai dari khutbah yang panjang. Karena itu, aspek psikologis jamaah yang demikian perlu menjadi pertimbangan yang seksama bagi khotib ketika menyampaikan khutbah Jumat.

Umumnya khotib menyampaikan khutbah dengan membawa *garis besar* materi khutbah, ini merupakan cara ideal untuk para khotib yang telah berpengalaman. Penyampaian dengan spontan tanpa catatan sama sekali sebaiknya tidak dilakukan untuk menghindari khotib lupa pokok bahasannya atau berbicara melantur. Hampir semua khotib *menyiapkan* bahan khutbahnya sendiri tidak mengambil dari naskah khutbah yang ditulis orang lain. Hal ini sebagai bukti kemandirian khotib yang memang seharusnya dimiliki khotib.

Inspirasi *tema khutbah* didapat oleh khotib dengan cara menggali bahan yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Sunnah, serta bercermin pada tema yang disampaikan oleh da'i yang lain, serta yang didapat dari media massa. Kesadaran khotib untuk melakukan koreksi diri (*self correction*)

belum begitu meluas. Padahal melakukan evaluasi penting antara lain untuk “mengidentifikasi penyimpangan pandangan yang disampaikan pembicara” (DeVito,2001:118). Hal ini terlihat dari aktivitas khotib dalam merekam khutbahnya. Karena berdasarkan data penelitian, hanya sebagian dari khotib yang menyatakan pernah merekam khutbah Jumatnya. Tanpa kegiatan *evaluasi* yang dijalankan secara teratur para khotib tidak akan mengetahui apakah khutbah yang disampaikannya telah berjalan dengan baik atau tidak. Kegiatan evaluasi tersebut dapat dilakukan sendiri atau atas bantuan orang lain.

4.2 Khutbah Jumat

Sekitar 60% jamaah shalat Jumat Mesjid Al-Asy'ari *berusia* 17- 36 tahun. Informasi ini penting untuk para khotib dalam menyesuaikan tema-tema khutbah dengan usia para jamaahnya. Karenanya materi khutbah yang aktual dan relevan serta penyajian yang dinamis mungkin akan terwujud.

Para *jamaah* umumnya adalah dosen, karyawan, serta mahasiswa Unisba. Meskipun demikian dalam memilih tema, menyampaikan ilustrasi faktual, para khotib harus pula memperhitungkan kehadiran jamaah yang berasal dari luar Unisba. Bagi pengelola dan pembina Mesjid Al-Asy'ari persentase jamaah dari luar Unisba yang tidak besar perlu menjadi perhatian, karena hal itu menggambarkan tingkat hubungan antara Al-Asy'ari dengan masyarakat di luar Unisba.

Lebih dari 60% jamaah *tinggal* jauh dari mesjid Unisba. Hal ini dapat dipahami karena Al-Asy'ari adalah mesjid kampus/kantor, sehingga jamaah mayoritas bukan datang dari komunitas seputar mesjid, sehingga angka 20% jamaah yang bukan warga Unisba merupakan gabungan masyarakat sekitar kampus dan para pegawai yang berkantor di seputar Unisba.

Sebanyak 71% responden menyatakan mereka sering shalat Jumat di mesjid Al-Asy'ari, oleh sebab itu dapat diartikan bahwa mereka merupakan jamaah ‘tetap’. Karena itu para khotib harus memperhatikan jangan sampai mengulang-ulang

tema yang sudah disampaikan, karena jamaah akan mengetahuinya.

Data mengenai *tempat shalat* tampaknya bersesuaian dengan data mengenai suara khotib. Ada 70% jamaah yang biasa shalat Jumat di bagian utama mesjid Al-Asy'ari, dan ada 69% jamaah yang menyatakan dapat mendengar dengan baik suara khotib melalui penguas suara. Hal ini antara lain karena jamaah yang berada di bagian utama mesjid melaksanakan ibadah shalat Jumat mungkin lebih khidmat, karena suara khutbah terdengar dengan jelas.

Tanggapan jamaah tentang *Khotib*, 80% bahkan lebih jamaah menyatakan khotib *menguasai cara berdakwah/berpidato*, menguasai materi khutbah, serta mampu membaca Al-Qur'an dengan fasih. Dengan demikian unsur penguasaan teknis serta penguasaan pengetahuan materi khutbah oleh khotib cukup meyakinkan. Namun, cukup besar persentase jamaah yang menilai khotib kurang peka dalam menerima reaksi khalayak (62%), sehingga para khotib tidak cepat menyesuaikan dengan situasi, antara lain dengan memperpendek khutbahnya. Hal ini berhubungan dengan kepekaan khotib “membaca” situasi khalayak. Mengenai kepekaan dalam komunikasi, Benyamin & Mckerrow (1994:205) mengatakan “pembicara harus memperhatikan kebutuhan dan reaksi pendengar secara bersungguh-sungguh, karena hal itu sebagai salah satu upaya menyesuaikan dengan situasi komunikasi.” Pendapat senada dikemukakan Roderick Hart yang mengungkapkan tentang “*Rhetorical Sensitivity*, yaitu kecenderungan menyesuaikan pesan dengan pendengar. Komunikasi efektif timbul dari kepekaan dan perhatian dalam mengatur pesan apa yang disampaikan kepada pendengar atau khalayak” (Hart dalam Littlejohn, 1999:103).

Demikian pula mengenai *lama menyajikan khutbah*, sebanyak 50% jamaah menyatakan khutbah disajikan tidak begitu ringkas, bahkan 10% menyatakan penyajian khutbah bertele-tele. Hal ini tentu belum sejalan dengan bimbingan Rasulullah saw yang bersabda “khutbah itu harus singkat.” Dari kaidah ilmu komunikasi pun,

pembicaraan yang berkepanjangan dipandang kurang baik, sebaiknya disampaikan dengan singkat.

Segi keringkasan menyampaikan khutbah perlu mendapat penekanan, sebab berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa khotib, umumnya “mengerti benar tuntunan Rasulullah mengenai penyampaian khutbah yang harus ringkas, memiliki niat pula untuk menyampaikan khutbah dengan cara demikian, namun dalam prakteknya berbicara ringkas itu tidak mudah. Hal ini dapat berhubungan dengan kemampuan teknik untuk berbicara secara ringkas-padat, serta perihai pengendalian keinginan berbicara banyak.”

Kemampuan *menjaga misi dakwah* dari misi pribadi berkenaan dengan kejujuran, yaitu apakah seorang khotib menyampaikan khutbah dengan ikhlas atau acapkali terselip kepentingan pribadi di dalamnya. Secara teoretis, semakin ikhlas seorang khotib, maka akan semakin dipercaya. Ada 66% responden yang menyatakan khotib cukup mampu (pada umumnya khotib telah mampu menjaga misi dakwahnya, namun kadang-kadang masih terselip misi pribadinya). Misalnya, mengenai kecenderungan politik khotib yang mempengaruhi isi khutbahnya. Ketika khotib berbicara ajaran Islam tentang berpolitik, khotib dapat bicara dalam tataran moralitas Islam yang menuntun jamaah untuk berperilaku-politik sesuai ajaran Islam, namun ketika khotib tergelincir menyampaikan kecenderungannya memilih partai A atau tokoh B, seketika itu khotib menempatkan diri pada posisi yang sulit. Sebagian jamaah ada yang sama preferensinya, sebagian lagi ada yang bertentangan. Keadaan demikian dapat menurunkan kekhidmatan khutbah Jumat, sehingga tampak seperti pembicaraan di tempat-tempat yang tidak terikat oleh aturan ritual keagamaan.

Umumnya responden memberikan tanggapan positif terhadap *tema khutbah* yang disampaikan oleh khotib. Hampir 90% jamaah menyatakan tema khutbah relevan dengan kepentingan para jamaah. Menurut Baldwin et al. (2004:85) “topik berisi ide yang disajikan dalam presentasi, dan harus relevan dengan kebutuhan pendengar”. Memperhatikan data tersebut berarti tema khutbah sesuai dengan

kebutuhan jamaah. Dalam keadaan demikian, seperti diungkapkan Tubbs & Moss (1996a: 205) akan “menghasilkan pengertian, kesenangan, menumbuhkan hubungan baik, dan mendorong tindakan pendengar.”

Demikian pula daya tarik tema khutbah, hanya 2% jamaah yang menyatakan tema khutbah yang disampaikan khotib tidak menarik, sedangkan 98% lainnya menyatakan tema khutbah menarik. Namun demikian ada persoalan dengan aktualitas tema khutbah. Hanya 58% jamaah yang menyatakan tema khutbah Jumat aktual, sedangkan 42% menyatakan kurang dan tidak aktual. Keadaan ini memberikan satu indikasi khotib kurang aktif mengikuti perkembangan di masyarakat, sehingga suatu tema yang dianggapnya penting tidak sama dengan tema yang dianggap penting oleh jamaah. Hal ini menarik jika dibandingkan dengan seberapa aktif khotib mengikuti peristiwa-peristiwa aktual yang disajikan oleh berbagai media penyedia informasi.

Salah satu tantangan khotib pada setiap kesempatan khutbah adalah bagaimana mengatasi tingkat kesulitan pesan yang akan disampaikannya. Segi ini perlu mendapat pertimbangan terkait dengan waktu yang tersedia untuk berkomunikasi dan siapa yang akan menerima pesan komunikasinya. Dalam khutbah Jumat yang sangat sempit waktunya, pilihan terbaik adalah memilih pembicaraan yang tidak terlalu sukar. Data penelitian memperlihatkan 49% responden menyatakan khotib memiliki tema yang terlalu luas dan abstrak untuk dibahas dalam khutbah Jumat yang waktunya sempit. Ada kecenderungan komunikator lebih suka berbicara panjang-lebar dan abstrak alih-alih berbicara secara fokus dan kongkret. Padahal salah satu doktrin dalam ilmu retorika adalah simplifikasi, yaitu “bagaimana membuat hal-hal yang abstrak tampak menjadi demikian kongkret di benak khalayak.”

Tantangan lain bagi khotib Jumat, bagaimana *menjaga kesatuan gagasan* dalam setiap kesempatan berkomunikasi. Data penelitian memperlihatkan sebagian besar responden menyatakan materi khutbah Jumat kurang memiliki kesatuan gagasan. Segi ini patut mendapat

perhatian khotib, karena kejadiannya sering berulang. Pembicaraan yang melompat-lompat dari satu gagasan ke gagasan lain, cenderung sulit dipahami, dan akan cepat membosankan pendengar, apalagi dalam suatu komunikasi yang tenggang waktunya sangat ketat seperti dalam khutbah Jumat. Untuk mengatasi hal itu khotib perlu memperhatikan prinsip “kesatuan, artinya naskah tersebut harus memperlihatkan satu kesatuan dalam isi, tujuan, dan sifat” (Rakhmat, 2001:32).

Demikian pula mengenai *sistematika uraian dalam khutbah*. Ada 61% responden yang menyatakan uraian khutbah sistematis, namun 35% responden menyatakan uraian khutbah kurang sistematis. Sebenarnya banyak sistematika uraian yang dapat digunakan, yang paling sederhana uraiannya dibagi ke dalam bagian pembukaan, pembahasan, dan penutup. Khotib dalam membuka khutbahnya, seperti dianjurkan Rakhmat (2001:51-59) dapat “menghubungkan dengan kejadian di masa lalu, menghubungkan dengan kepentingan pendengar, menyatakan kutipan, kisah faktual, dan sebagainya”. Beberapa kekeliruan yang kerap dibuat pembicara adalah pada bagian pembuka dan penutup. Pembicara sering gagal membangun suasana yang kondusif agar khalayak siap menerima tema yang akan diuraikannya, atau sebaliknya, ia acapkali membiarkan pembicaraan menggantung tanpa bagian penutup. Terakhir, *bahasa* yang digunakan khotib tampaknya tidak mendapat keluhan dari responden, buktinya sekitar 86% menyatakan bahasa yang digunakan khotib mudah dipahami.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Profil Khotib

- (1) Profil khotib Jumat umumnya tidak berusia muda, menjalankan profesi sebagai dosen, memiliki latar belakang pendidikan ganda (jalur pendidikan formal sekolah dan pendidikan pondok pesantren).
- (2) Para khotib umumnya pendakwah yang telah lama berdakwah, termasuk melakukan khutbah

Jumat.

- (3) Khotib mempunyai pengalaman berdakwah melalui media televisi dan radio. Ini berarti khotib merupakan da'i yang mempunyai pengalaman dakwah multimedia.
- (4) Khotib terlatih menyampaikan pikiran dan gagasannya melalui komunikasi tertulis. Beberapa di antaranya telah menulis buku yang diterbitkan untuk masyarakat umum, dan sebagian besar mampu menulis untuk surat kabar atau majalah.
- (5) Mereka juga memiliki kepedulian terhadap perkembangan masyarakat yang diperlihatkan oleh terpaan media yang cukup tinggi. Kebanyakan berlangganan surat kabar maupun majalah, menonton televisi, tetapi jarang mengakses internet. Orientasi para khotib umumnya lokalit, hal ini tampak pada pilihan stasiun televisi yang ditontonnya.
- (6) Penyampaian khutbah Jumat dilihat dari alokasi waktu, belum berjalan dengan baik. Karena banyak khotib yang belum dapat menyampaikan khutbah Jumat secara ringkas dan padat. Teknik penyampaian khutbah dipandang ideal, karena khotib menyampaikan khutbah dengan menyiapkan garis besar materi khutbah, serta menyiapkan materi khutbah secara mandiri. Mereka memperoleh inspirasi tema khutbah dari Al-Qur'an, Al-Sunnah, tema dari da'i lain, dari media massa dan elektronik, atau kombinasi dari semuanya. Kesadaran evaluasi belum merata pada setiap khotib, karena sebagian dari mereka tidak pernah merekam khutbah Jumatnya untuk bahan evaluasi.

4.1.2 Khutbah Jumat

- (1) Jamaah yang memberi tanggapan tentang khotib dan khutbah Jumat di Mesjid Al-Asy'ari, sebagian besar berusia 36 tahun atau lebih, berprofesi sebagai dosen, karyawan, dan mahasiswa Unisba, dan sebagian kecil berasal dari luar Unisba. Pada umumnya, biasa shalat Jumat di bagian utama mesjid, selasar dan teras mesjid.
- (2) Mayoritas responden menyatakan khotib

menguasai cara berdakwah dan materi khutbah, mampu membaca Al-Qur'an dengan fasih, tetapi mereka kurang peka terhadap reaksi jamaah, dan masih banyak khotib yang menyampaikan khutbah Jumat yang tidak ringkas, serta kadang-kadang khotib tidak dapat memisahkan kepentingan pribadi dari kepentingan dakwahnya.

- (3) Topik khutbah Jumat dinilai jamaah cukup positif, baik mengenai relevansi tema, maupun daya tariknya. Namun, banyak responden yang menyatakan topik kurang aktual. Sedangkan penggunaan bahasa oleh khotib sama sekali tidak dikeluhkan jamaah. Tema yang dibahas terlalu abstrak dikaitkan dengan waktu yang terbatas dalam khutbah Jumat. Selain itu materi khutbah kurang memiliki kesatuan gagasan, sehingga khutbah tidak fokus, dan pembahasan materinya menjadi kurang sistematis.

4.2 Saran

- (1) Kepada khotib disarankan agar memiliki pengetahuan luas, memahami kondisi masyarakat serta jamaah, serta selalu menyiapkan diri sebelum melaksanakan khutbah. Memiliki pribadi yang baik sehingga dapat menjadi contoh bagi jamaah. Memiliki sikap yang positif, bersedia meningkatkan kemampuannya berdakwah.
- (2) Mengenai khutbah disarankan agar khotib berbicara secara ringkas-padat, terbebas dari kepentingan pribadi atau kelompok, memilih tema yang menarik dan sederhana, relevan, mudah dimengerti dan dilaksanakan. Mengutamakan tema pembinaan akhlak dan keimanan, menghindari membahas masalah internal dan masalah politik. Khutbah lebih ditujukan untuk menyejukkan hati.

Daftar Pustaka

Baldwin, John R., Perry, S.D. & Moffit, M.A. *Communication Theories for Everyday Life*. Boston : Pearson Education Inc.

Benjamin, James & McKerrow, Raymie E. 1994. *Business and Professional Communication, Concepts and Practises*. New York: HarperCollins College Publishers.

DeVito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*, Penerjemah Agus Maulana, Jakarta: Professional Books.

_____. 2001. *The Interpersonal Communication Book*. New York: Addison Longman Inc.

Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adiyta Bakti.

Hassan, A. 1984. *Risalah Jum'at*. Bangil : Lajnah Penerbitan Pesantren Persis.

Littlejohn, Stephen W. 1999. *Theories of Human Communication*. California: Wadsworth Publishing Company.

McQuail, Denis (ed.). 2002. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London : Sage Publication.

Rakhmat, Jalaluddin. 1996. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. 2001. *Retorika Modern: pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tan, Alexis S. 1981. *Mass Communication Theories and Research*. Ohio: Grid Publishing Inc.

Tubbs, Stewart L., Sylvia Moss. 1996a. *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar: Buku Pertama*, Penerjemah Deddy Mulyana dan Gembirasari. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

_____. 1996b. *Human Communication: Konteks-Konteks Komunikasi*. Buku Kedua, Penerjemah Deddy Mulyana dan Gembirasari. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
