

KESANTUNAN BAHASA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

POLITENESS IN ISLAMIC PREACHING LANGUAGE ON SOCIAL MEDIA

Aisyah Putri Nanda Sukma

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

aisyahpns07@gmail.com



Copyright of Harmoni: The Research and Development Center for Guidance for Religious Societies and Religious Services of the Ministry of Religious Affairs of the Republic of Indonesia

Abstrak

Prinsip kesantunan bahasa berfungsi sebagai identitas penutur yang memiliki pengaruh besar pada lawan tuturnya. Terutama bagi dai yang berdakwah melalui media sosial. Tren ini mulai muncul saat pandemi COVID-19 merebak di penjuru dunia. Oleh karena itu, penggunaan bahasa dan moralitas dari seseorang dapat mempengaruhi pengikutnya atau bahkan menjadi senjata bagi dirinya sendiri. Penelitian berbasis teori prinsip sopan santun yang ditinjau dari sosiopragmatik. Mengkaji penggunaan bahasa dakwah dai Muslim United di media sosial dari tiga maksim prinsip sopan santun, yaitu maksim pujian, maksim kerendahan hati dan maksim permufakatan. Alasan utamanya terletak pada retorika bahasa dai Muslim United lebih dekat dengan bahasa anak muda zaman milenial. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif interpretatif yang menganalisis tuturan bahasa agama dai Muslim United. Bentuk data yang terhimpun berupa tuturan bahasa dakwah saja yang diperoleh dari teknik simak dan teknik catat. Analisis data penelitian ini diuraikan dengan deskriptif atau narasi sesuai dengan prinsip sopan santun. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dai Muslim United menemukan ketiga unsur maksim pujian/penghargaan, maksim kesederhanaan, dan maksim permufakatan di setiap berceramah. Ditambah dengan tuturan ironi dan kelakar yang terselip setiap suasana mulai menegang. Di zaman ini tuturan di media sosial sangat riskan sehingga muncul perseteruan antar perorangan karena merasa terzalimi. Oleh karena itu retorika bahasa dakwah sangat penting untuk dipelajari terutama bagi dai-dai muda di media sosial.

Kata Kunci: Bahasa Dakwah, Muslim United, Prinsip Sopan Santun, Sosiopragmatik

Abstract

The principle of language politeness functions as the identity of the speaker who has a great influence on his audience. Especially for preachers who preach through social media. This trend began to emerge when the COVID-19 pandemic broke out around the world. Therefore, the use of language and morality from a person can influence his followers or even become a weapon for himself. The research is based on the theory of the principle of politeness in terms of socio-pragmatics. It examines the use of religious language of United Muslim preachers from the three maxims of the principle of courtesy, namely the maxim of praise, the maxim of humility and the maxim of agreement. One of the reasons is that the rhetoric of Muslim United preachers' language is closer to the language of millennial youth. The approach of this research is interpretative qualitative which analyzes the religious language utterances of Muslim United preachers. The form of data collected is in the form of religious language utterances only which are obtained from listening techniques and note-taking techniques. The data analysis of this research is described by

descriptive or narrative according to the principle of courtesy. The results of the research obtained by Muslim United preachers found the three elements of the maxim of praise / appreciation, the maxim of simplicity, and the maxim of agreement in every lecture. Coupled with ironic speech and jokes that are tucked away every time the atmosphere starts to get tense. In this era, speech on social media is very risky that feuds arise between individuals because they feel wronged. Therefore, the rhetoric of da'wah language is very important to learn, especially for young preachers on social media.

Keywords: Muslim United, Religious Language, Politeness, Socio-Pragmatic

PENDAHULUAN

Bahasa sebagai penanda adanya kehidupan yang menjadi komunikasi dalam suatu masyarakat dan budaya. Sebagaimana fungsinya penggunaan bahasa yaitu untuk mengemukakan ide, mengekspresikan serta mengungkap kebenaran. Sosiopragmatik di sini berperan pada penggunaan bahasa untuk memaknai yang ditinjau dari aspek-aspek antropologi dan psikologi (sosial) (Haugh et al., 2021). Masalah khusus sosiopragmatik pada kajian media membahas kesantunan bahasa yang mengidentifikasi bahasa penutur mencakup penilaian ideologi, kekuasaan, wajah, emosi, moralitas, dan identitas (Baider et al., 2020). Penilaian tersebut muncul akibat dari pembentukan interaksi dari hubungan secara interpersonal yang dipengaruhi faktor sosio-psikologis dan faktor pendukung lainnya seperti identitas dan wajah. Selain itu, moralitas (kesopanan) dalam berbahasa juga sangat penting dalam komunikasi media digital, karena dapat menimbulkan multitafsir bagi lawan tutur (Haugh et al., 2021).

Sosiopragmatik adalah kajian kebahasaan dari dua disiplin ilmu, yaitu studi sociolinguistik dan pragmatik. Penelitian sociolinguistik lebih banyak mengkaji bahasa, sikap, dan ideologi yang mempengaruhi penggunaan bahasa secara deskriptif (Wardhaugh & Fuller, 2021). Sedangkan ilmu pragmatik menganalisis tentang makna tuturan yang diungkapkan dari perspektif sosial-budaya (Arnawa et al., 2022). Penggunaan bahasa melibatkan ruang lingkup sosial, agar interaksi menjadi bermakna, maka ada faktor kedekatan sosial yang terbentuk berdasarkan nilai sosial, misal usia dan kekuasaan.

Lazim berperilaku sopan dalam membentuk pribadi yang beretika, salah satunya berprinsip bijaksana, pemurah, rendah hati. Sikap kesopanan tersebut dalam bidang bahasa dikenal dengan prinsip kesantunan atau prinsip sopan santun. Terbagi menjadi enam maksim yang terdiri dari, maksim kebijaksanaan, maksim kedermawanan, maksim penghargaan, maksim kesederhanaan, maksim kesepakatan, dan maksim simpati (Arnawa et al., 2022).

Urgensi kesopanan dalam berbahasa sangat dibutuhkan oleh penutur, terutama seorang penceramah yang berinteraksi dengan jemaahnya. Definisi singkat dari kesantunan adalah berperilaku yang baik. Dengan begitu dapat

menentukan tingkat penutur dalam ruang lingkup sosial terutama dalam interaksi yang harus disesuaikan waktu dan tempat tuturan. Demikian penggunaan bahasa perlu perhatian lebih dalam penyesuaian konteks tuturan.

Penggunaan bahasa dakwah dalam suatu forum majelis taklim juga menjadi perhatian yang sangat sensitif. Sebab penyampaian materi dan penggunaan bahasa dan retorika dalam berpidato juga menjadi perhatian *audience*, di mana penerjemahan dari bahasa Arab ke bahasa kedua disesuaikan dengan bahasa yang baik dan benar.

Urgensi retorika bahasa dalam komunikasi dan dakwah sangatlah dibutuhkan para dai milenial untuk memproklamasikan dirinya pada agama dan negara. Dalam proses penanaman identitas beragama pasti ada tantangan dan pilihan-pilihan yang dilematis. Hanya dengan ketajaman iman dan kecerdasan dapat menetapkan pilihan yang tepat dalam menghadapi perubahan yang terjadi di masyarakat serta memberikan arahan seperti moral dan keimanan (Maarif, 2018).

Penelitian dilakukan saat pandemi terjadi, yakni tahun 2021, di masa sulit yang panjang penuh duka dan runtuhnya perekonomian berjuta manusia. Sistem pembelajaran pada masa pandemi di Indonesia juga berubah format, dari tatap muka menjadi daring, seluruh kegiatan hanya bisa dilakukan di rumah saja atau jarak jauh. Begitu juga kegiatan majelis taklim, satu-satunya cara yang dapat dilakukan oleh para dai adalah dakwah melalui media sosial. Kajian tetap berlangsung sebagaimana mestinya perbedaannya hanya konsepnya, yaitu berdakwah melalui kanal YouTube.

Fenomena dakwah tersebut terjadi karena meningkatnya angka penderita COVID-19 dan terus menyebar, sedangkan kajian dakwah tetap harus dilakukan karena umat membutuhkan konten keagamaan. Masyarakat tidak hanya membutuhkan anti imun untuk kesehatan pribadi (jasmani), tetapi juga membutuhkan imunitas melalui spiritualitas dengan meningkatkan kepercayaan pada Allah Swt. Munculnya wabah inipun menjadi tanda bahwa segala sesuatu di dunia terjadi karena kehendak Yang Maha Kuasa.

Korelasi dakwah terhadap fenomena pandemi adalah bagaimana nilai tinggi agama dan budaya kita melalui retorika yang disampaikan oleh penceramah meminimalisasi kontroversi di tengah masyarakat. Prinsip kesantunan bahasa dakwah yang harus dimiliki para dai tidak boleh jauh berbeda dengan dakwah di majelis taklim tatap muka. Munculnya transformasi dakwah dari tatap muka menjadi jarak jauh menuntut penyesuaian bagi penceramah, dengan merancang penyampaian materi keagamaan melalui media daring adalah perubahan konsep yang dilakukan oleh Muslim United.

Muslim United adalah sekelompok anak muda yang bermukim di Yogyakarta mengelola masjid dengan kemasan yang unik dan menarik. Mereka

melakukan *branding* di media sosial resminya dengan nama akun Real Masjid 2.0 dengan jumlah pengikut 472 ribu. Mayoritas pengikut dari kanal Instagram ini adalah kaum muda, baik yang berdomisili di dalam maupun luar daerah Yogyakarta. Berbeda dari masjid pada umumnya, melalui akun Real Masjid 2.0 mereka menjalankan dakwah dimiripkan dengan sistem pesantren kilat, mulai dari kegiatan, penceramah yang dekat dengan anak muda, serta kegiatan tambahan seperti klub olahraga, event, dan pasar Jum'at.

Narasi atas data peran dai di media sosial di saat merebaknya virus COVID-19 menjadi penting karena kehadiran mereka cukup vital untuk mengimbangi turunnya mentalitas masyarakat. Situasi mencekam karena pandemi, harus disiasati oleh dai dengan melakukan transformasi, sehingga dakwah tetap dapat dijalankan melalui kanal YouTube. Hal tersebut saling menguntungkan bagi keduanya, baik dai maupun audiens. Dalam artian dakwah di media sosial ini sangat membantu siapa saja tanpa batasan usia, kalangan, dan tempat. Bahkan tidak hanya jamaah tertentu, melainkan orang-orang umum dapat mengakses dengan mudah.

METODE

Tulisan ini merupakan narasi dari penelitian terhadap gerakan dakwah melalui media sosial oleh Muslim United. Penelitian yang dilakukan bersifat kualitatif interpretatif, sehingga posisi peneliti di sini dapat menjadi sumber data yang berperan lebih sebagai instrumen penelitian (Creswell, J. W., & Poth, 2007). Informasi diperoleh melalui tuturan dai Muslim United yang diunggah di kanal YouTube, akun Real Masjid 2.0. sebagai sumber data utama. Konteks tuturan yang dicatat hanya bahasa dakwah saja yang termasuk pada maksim prinsip kesantunan dari kajian sosiopragmatik. Penelitian bahasa dakwah berdasarkan perspektif sosiopragmatik menggunakan metode kualitatif. Bentuk data kualitatif di sini berupa tuturan dari penggunaan bahasa dakwah dai Muslim United. Data yang terkumpul akan diuraikan secara deskriptif, yaitu bahasa dakwah yang dianalisis dalam bentuk narasi dan dikelompokkan sesuai prinsip kesantunan (Fallianda, 2018).

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui teknik observasi terlebih, mengamati dan mencatat perilaku, keadaan dari objek yang diteliti. Langkah observasi awal dilakukan dengan mengamati latar belakang Muslim United serta dai yang berceramah di media sosial pada akun Real Masjid 2.0. (<https://www.youtube.com/@realmasjid>). Berikutnya, informasi terhadap konten ceramah diperoleh melalui eksplorasi data video yang disampaikan oleh penceramah melalui akun tersebut (Creswell, J. W., & Poth, 2007).

Teknik observasi yang dimaksud adalah simak dan catat, tujuannya untuk menganalisis moralitas dalam pembentukan identitas yang santun melalui penggunaan bahasa dakwah beserta tuturan kelakar (humor) dai Muslim

United (Sitorus et al., 2022). Teknik simak dilakukan untuk mengetahui pola interaksi dai dengan lawan tuturnya, tujuannya untuk menemukan kesantunan bahasa dakwah yang menjadi identitas sebagai dai Muslim United. Sedangkan teknik catat dilakukan setelah atau saat menyimak video berlangsung, untuk memperoleh indikasi dari konten supaya dapat dianalisis lebih lanjut.

Langkah terakhir setelah pengumpulan data yaitu analisis data, tujuannya untuk mengidentifikasi data sesuai rumusan masalah dengan membuat unik makna, mengelompokkan tema, deskripsi data yang telah terorganisasi (Creswell, J. W., & Poth, 2007). Dengan demikian, dalam hal kepentingan analisis, maka data yang terkumpul akan dikelompokkan berdasarkan bentuk prinsip kesantunan bahasa serta faktor penyebab internal maupun eksternal.

PEMBAHASAN

Mengenal Lebih Dekat Tentang Muslim United

Komunitas ini diinisiasi oleh pengusaha merek tas lokal Rumah Warna berlokasi di Yogyakarta. Semangat jihadnya yang termotivasi oleh ulama Suriah Syekh Muhammad Said Ramadhan Al-Buthi. Nanang beritikad untuk hijrah mengikuti jejak Syekh Muhammad, dengan mendirikan gerakan Muslim United yaitu dengan memfasilitasi umat Islam sekitar dengan mengkiprahkan rumah bisnisnya menjadi bangunan masjid.

Di samping itu beliau mengayomi masyarakat dengan mengadakan kajian Islam dan gerakan hapus buta aksara Al-Qur'an, gerakan pangan yang dilaksanakan di berbagai kota, sedekah subuh, pasar jum'at gratis, kegiatan besar seperti ekspo, tabligh akbar dengan mengundang dai tanah air dari kalangan artis dan dai milenial. Kegiatan tersebut mengundang banyak perhatian dari publik, hadir dengan ide yang segar, tidak hanya mengundang jamaah dari kaum muda saja jamaah bapak ibu juga sangat antusias mengikuti kegiatan dari Real Masjid 2.0. Selain menganalisis kesantunan bahasa agama yang mengekspresikan dakwahnya, penulis juga menelisik beberapa pola ironi dan kelakar dai dalam berdakwah.

Rancangan Sosial, Religi, dan Media Sosial

Keadaan sosial di masa pandemi menghadirkan warna baru, banyak perubahan bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk aspek sosial budaya. Dalam upaya penanganan COVID-19 terdapat beberapa hal: *pertama*, pengurangan mobilitas melalui penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB); *Kedua*, transisi usaha kecil menengah dari pemasaran luring beralih ke daring; *Ketiga*, sosialisasi kepada Masyarakat setempat untuk menghindari kesenjangan sosial (Yanuarita & Haryati, 2021).

Peran agama di tengah-tengah pandemi memiliki peranan sebagai benteng dari isu buruk dan instrumen transformatif dari narasi negatif menjadi ke arah yang positif. Agama sendiri memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat, sebagai perekat sosial, memperat hubungan silaturahmi, dan upaya menjaga kestabilan dalam masyarakat (Musa, 2021). Ketiga hal yang disebutkan tersebut mempengaruhi komunikasi terhadap kegiatan sosial budaya, termasuk pengadaaan majlis taklim rutin yang dilakukan para dai cenderung terhambat. Kemudian, para dai menemukan bagaimana solusi yang tepat untuk menangani kasus ini, yaitu mulai akrab dengan media sosial.

Saat ini media sosial berkembang dan menjadi wadah dalam berdakwah. Metode daring tidak sama sekali baru dalam dunia penyiaran agama, namun dibutuhkan adaptasi, dan jika dikerjakan dengan cara yang baik berdampak besar bagi banyak orang. Dengan adanya internet, media daring memberikan kemudahan bagi manusia mencapai tujuannya (Sa'ad et al., 2020). Dalam hal ini, Puspitorini menyatakan bahwa pandemi tidak menghalangi pelaksanaan dakwah Islamiyah. Sudah saatnya kecanggihan teknologi dapat membantu pekerjaan manusia lebih produktif dan inovatif (Puspitorini, 2020).

Eksistensi dakwah di saat pandemi secara teknis dapat berjalan dengan cara yang berbeda, namun memiliki substansi yang sama dengan pembelajaran langsung. Seorang dai tidak boleh pasif, mereka harus bersikap aktif dan solutif walaupun dalam suasana yang genting (Suprima et al., 2021). Penyiaran agama tetap berjalan, pelan tapi pasti banyak penceramah yang mendapatkan penonton dan pengikut pada akunnya. Pandemi menciptakan nuansa baru di dalam dunia dakwah populer yang selama ini dimiliki oleh penceramah terkenal, akhirnya dapat juga terjadi pada dai tingkat lokal. Hikmah dari pandemi ini adalah banyak dai baru memulai *branding* melalui konten yang dikemas dengan unik dan semenarik mungkin, seperti kanal Instagram, YouTube, dan TikTok.

Sejumlah dai muda baru mulai bermunculan di layar telepon pintar, hal tersebut tidak dapat dilepaskan atas ketenaran tersebut ditunjang oleh penggunaan retorika bahasa yang khas, kemudian menjadi cirikhas atau karakter dari dakwahnya. Penyajian materi yang sama saat tatap muka dengan platform berbeda menghadirkan metode dakwah yang baru kepada *audience*. Walhasil, mitra tutur (*mad'u*) dapat memilih konten dakwah sesuai dengan materi yang diinginkan.

Karakter Bahasa Dai Muslim United

Prinsip sopan santun atau kesantunan berbahasa dapat dinilai dari tata cara berbahasa, termasuk bahasa dakwah yang diungkapkan oleh dai juga mengandung makna yang bernilai positif. Karena tuturan dari penutur dapat berpengaruh besar sehingga tidak menimbulkan pandangan negatif, tidak beradat, tidak berbudaya, dan egois (Setiawati et al., 2018).

Bahasa dakwah adalah pengungkapan verbal dari apa yang terkandung dalam teks Al-Qur'an. Untuk memahami dari tuturan bahasa dakwah tersebut, apa yang terkandung di dalam Al-Qur'an membutuhkan kemampuan *ilmu balaghoh* dan ilmu tafsir yang mumpuni. Sebab makna dari bahasa dakwah cenderung bersifat simbolik yang berpotensi munculnya spekulasi yang berbeda-beda (Hanifiyah, 2020). Subyek penutur konten agama dan keagamaan yang terdiri dari lafal dalam bahasa Arab perlu diterjemahkan lalu ditafsirkan oleh imam *masyayikh* yang diakui kesahihannya.

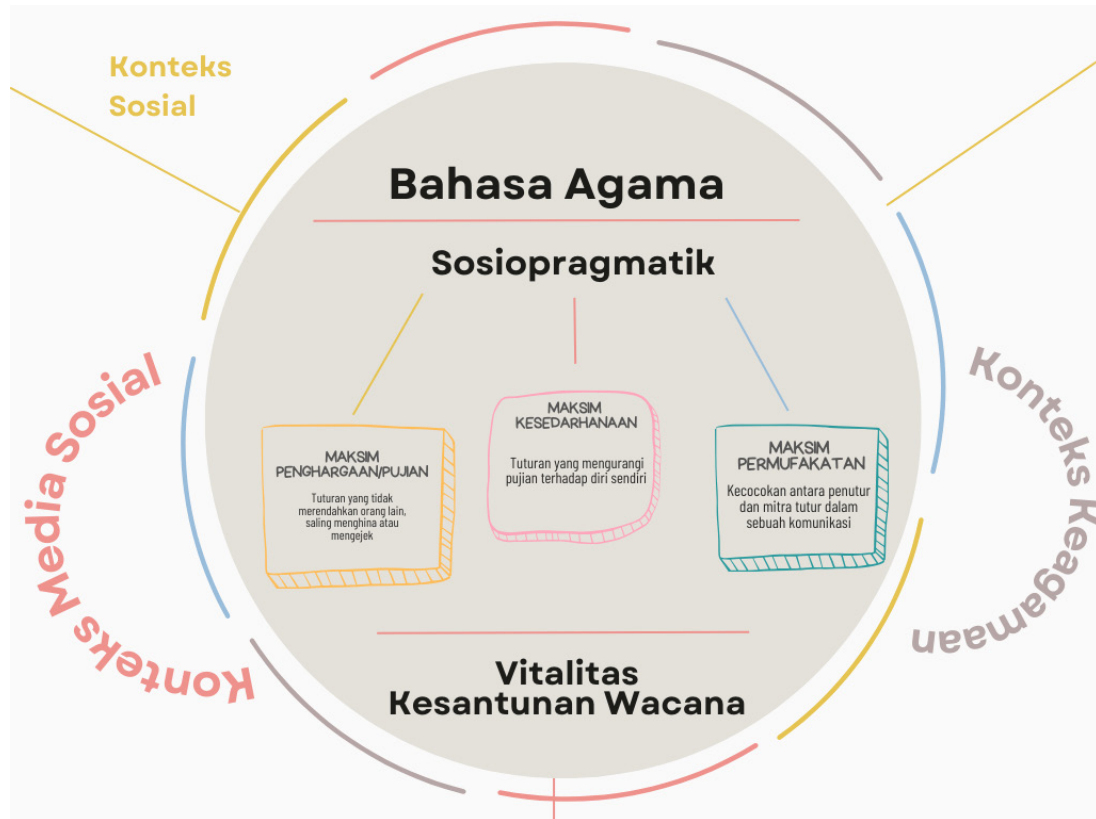
Aspek kesantunan dapat dilihat berbagai sisi dalam kehidupan sehari-hari: *pertama*, kesantunan yang dinilai dari pergaulan sehari-hari; *kedua*, kesantunan bersifat kontekstual artinya sesuai dengan situasi dan kondisi; *ketiga*, kesantunan dapat tercermin dari cara bertindak, berpakaian dan bertutur (Setiawati et al., 2018).

Kemandirian moral berkaitan dengan intelektualitas individu dan keberanian moral dipertalikan dengan prinsip sikap baik. Dai harus komitmen dalam berbangsa dan bernegara yang dilandaskan pada nilai-nilai Pancasila di dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan demikian, maka dai dapat diandalkan dan dianggap mampu menjalankan sikap prinsip, baik secara intelektual dalam hal memahami falsafah negara secara hakiki. Seluruh warga negara Indonesia memiliki hak dan kewajiban untuk selalu mengonkretkan nilai-nilai etis bangsanya dan menyelaraskannya melalui kesadaran berbahasanya untuk menunjukkan moralitas yang dijunjung tinggi (Wibowo wahyu, 2018).

Dakwah yang diselenggarakan oleh Muslim United yang menekankan pada kesantunan, melalui teknik pujian dan menjauhi kata buruk, menekankan kesederhanaan, dan kemufakatan terhadap audiens adalah menjadi gebrakan dibanding dengan masjid pada umumnya. Berawal dari komunitas Masjid Jogokariyan yang memiliki prinsip bahwa perbendaharaan masjid tidak boleh memiliki saldo, dakwah menekankan kemanfaatan terus berkembang. Saldo Rp0,00 di kas masjid Jogokariyan memiliki arti kemanfaatan besar pada hari terkumpulnya sumbangan.

Vitalitas Kesantunan Bahasa

Nilai-nilai kesopanan melekat pada kultur budaya, begitu juga nilai ketidaksopanan. Oleh karena itu prinsip kesantunan dapat dinegoisasikan secara diskursif dengan pendekatan sosiologis dan pragmatis (Culpeper, 2021). Kesopanan menjadi hal yang penting dalam berbicara, tujuannya agar penutur dan lawan tutur merasa rileks, percaya diri, dan nyaman dalam menjaga hubungan sosial (Mujiono & Ula, 2020).



Gambar 2. Bagan Vitalitas Kesantunan Bahasa Agama

Penyampaian materi keagamaan, dengan menggunakan bahasa dakwah yang mengacu pada sosiopragmatik menunjukkan ciri dari vitalitas kesantunan wacana (lihat gambar 2). Dalam hal ini, dai menjaga hubungan tetap terjaga dengan baik, sebagai pembicara mereka melakukan pendekatan yang sesuai dan tepat. Apabila sedang berbicara dengan lawan tutur yang lebih tua maka penggunaan bahasa disesuaikan dengan latar belakang pribadinya. Berbeda jika berkomunikasi dengan yang lebih muda semisal, guru berbicara kepada seorang siswa seperti “Hai Budi, ada apa?”, sapaan seperti itu dapat menjadikan orang beranggapan kalau ucapan tersebut tidak sopan, apalagi jika percakapan terjadi pada pihak yang tidak saling mengenal satu sama lain. Oleh karena itu, dari prinsip kesantunan dapat dipandang sebagai media yang digunakan untuk menunjukkan kesadaran akan wajah orang lain (Mujiono & Ula, 2020). Analisis dasar pendekatan tindak tutur berorientasi pada ekspresi wajah yang dinilai oleh mitra tutur (Clift & Haugh, 2021).

Wajah merupakan wujud pribadi seseorang yang tampak langsung dalam berinteraksi di tengah masyarakat. Wajah menggambarkan makna sosial emosional yang dimiliki setiap orang untuk dilihat orang lain. Menurut Goffman bahwa “wajah merupakan gambaran citra diri dalam atribut sosial yang telah disepakati”. Wajah dalam ini dapat diartikan sebagai kehormatan, harga diri (*self-esteem*), dan citra diri di depan umum (*public self-image*) (Moch Sony Fauzi, 2012).

Komunikasi memiliki peranan penting dalam hubungan masyarakat, budaya, dan pikiran manusia. Penggunaan kesantunan tidak hanya ditentukan oleh tuturan saja terdapat aspek-aspek lain yang menentukan tingkat kesantunan mulai dari situasi, waktu, tempat, dan tujuan tuturan. Demikian penggunaan bahasa perlu mendapatkan perhatian secara konteks tuturan (Sitorus et al., 2022).

Kesantunan dinilai sebagai representasi kesopanan dalam konteks wacana. Pemilihan ekspresi linguistik dalam bertindak santun sangat dinamis sesuai dengan peristiwa tuturan yang berlangsung (Arnawa et al., 2022). Brown dan Levinson mengemukakan 15 sub-strategi kesantunan yang positif dan 10 tanda kesantunan negatif (Purnomo, 2019). Strategi kesantunan positif tersebut meliputi: 1) memperhatikan; 2) melebih-lebihkan; 3) adanya ketertarikan; 4) penggunaan penanda identitas dalam kelompok dalam tuturan; 5) menggunakan topik-topik yang aman; 6) menghindari perselisihan; 7) mengandaikan/mengangkat/menegaskan kesamaan; 8) bercanda; 9) menyertai analogi untuk memudahkan pendengar; 10) menawarkan, menjanjikan; 11) optimis; 12) keterlibatan S dan H dalam kegiatan; 13) memberi atau meminta alasan; 14) penegasan; dan 15) memberikan hadiah kepada H atau mitra tutur.

Strategi kesantunan negatif meliputi: 1) tuturan tidak langsung; 2) pernyataan ambigu; 3) bersikap pesimis; 4) meminimalkan pemaksaan; 5) memberikan penghormatan; 6) meminta maaf; 7) impersonalisasi S dan H; 8) tuturan yang tidak pantas; 9) nominalisasi; dan 10) terlibat dalam hutang piutang yang tidak sah.

Kesantunan bahasa mencakup enam maksim, berkaitan dengan dakwah Muslim United kita hanya menganalisis tiga maksim yang relevan yaitu: penghargaan/pujian, maksim kesedarhanaan dan maksim permufakatan. Dua maksim pertama dinilai melalui ekspresi dan asersi (pernyataan), dan maksim permufakatan dinilai dari asersi.

Maksim Pujian/Penghargaan

Fungsi komunikasi antarbudaya terhadap pribadi (menyatakan identitas sosial, menyatakan integrasi sosial, menambah pengetahuan, dan melepaskan diri untuk mencari jalan keluar) dan fungsi sosial (pengawasan, menjembatani, sosialisasi nilai dan menghibur). Tuturan yang termasuk pada maksim pujian atau penghargaan adalah peserta tutur tidak saling mengejek, saling mencaci, atau saling merendahkan pihak lain. Dengan mengurangi cacian dan sering memuji orang lain (Hidayatullah, 2017).

“Dai menanyakan tafsiran kata ar-Rohman ar-Rohim dan memberikan hadiah kepada pemirsa sembari mengucapkan kalimat, *Barokallahu Fiik!*” (Abdurrahman, 2021)

Tuturan Abdurrahman pertama dan kedua mengandung doa, yang pertama wacana agama berupa kata *ar-Rohman ar-Rohim* (maha pengasih lagi maha penyayang), dan kata *Barokallahu Fiik* (semoga Allah memberkahimu). Adapun materi yang dibahas oleh Abdurrahman seputar sifat zat Allah Swt, melalui bahasa dakwah yang dipakai merupakan istilah yang umum. Kemudian pendekatannya menggunakan bahasa yang mudah dipahami sehingga tidak menyinggung *mad'u*.

Kata *Barokallahu Fiik* (Allah memberkatimu) merupakan selipan do'a dan lazim digunakan para pendidik atau dai pada saat mitra tutur menjawab pertanyaan dengan benar, dengan harapan Allah memberikan hidayah dan berkah berupa pemahaman ilmu atas ridho-Nya di majelis tersebut.

Maksim pujian merupakan sebuah ujaran yang diucapkan untuk memberikan kesan kepada seseorang agar terlihat santun. Apabila bertutur selalu memberikan penghargaan atau apresiasi kepada mitra tutur (Setiawati et al., 2018). Seperti pada percakapan, (p): "Penampilannya mengagumkan!" (m): "Ya, tidak!". Adapun berikut uraian analisis data kesantunan bahasa (agama) dai Muslim United: analisis sosiopragmatik.

Maksim Kesederhanaan/Kerendahan Hati

Maksim kesederhanaan atau kerendahan hati adalah pemilihan kata yang diucapkan oleh peserta tutur bersikap rendah hati dengan cara mengurangi pujian terhadap diri sendiri (Hidayatullah, 2017). Orang akan dikatakan sombong dan congkak jika terlalu banyak memuji dirinya sendiri. Di masyarakat Indonesia, kesederhanaan dan kerendahan hati digunakan sebagai parameter kesantunan seseorang (Setiawati et al., 2018). Seperti pada ujaran, (p): "Mereka begitu baik pada kita". (m): "Ya, memang betul"

Inti dari pokok maksim kesederhanaan ini adalah memperlihatkan diri dalam aneka keasimetrisan. Menunjukkan sikap yang tidak berlebihan (sombong), dengan penyampaian yang rendah hati dapat menarik audiens untuk mendengarkan tausiahnya dalam waktu yang lama.

"Mukadimah (permulaan) dalam segala sesuatu menentukan langkah selanjutnya. Ketika membaca al-Qur'an membaca ta'awudz dan basmalah." (Abdurrahman, 2021)

Tuturan Abdurrahman, menyatakan bahwa dirinya juga memiliki sifat lalai, meskipun kenyatannya derajatnya di masyarakat, beliau disegani dalam hal ilmu agama. Sikap rendah hati yang ini perlu dipraktikkan sebagai seorang dai, dengan menunjukkan sikap rendah hati tersebut menandakan bahwa setiap manusia harus melakukan introspeksi diri dan meningkatkan iman, dimulai dengan membiasakan hal-hal yang baik. Serta mengajarkan bahwa sikap tawakal

(berserah diri) semata-mata hanya kepada Allah saja. Sebab, tidak patut bagi manusia berserah diri kepada sesama manusia.

Maksim Permufakatan

Maksim permufakatan dikenal dengan nama lain maksim kecocokan. Pada maksim ini peserta tutur ditekankan saling membina kecocokan atau kemufakatan (Setiawati et al., 2018). Apabila terdapat kemufakatan atau kecocokan antara penutur dan mitra tutur dalam sebuah komunikasi, memberikan dampak bersikap santun. Seperti halnya nilai yang ditanamkan dalam masyarakat, orang tidak diperbolehkan menyela atau bahkan membantah langsung apa yang dituturkan pihak lain.

Melihat fenomena sosial saat ini, bahwa permufakatan seringkali ditemukan dengan berbagai macam (non-verbal) seperti tanda jempol sebagai tanda setuju, wajah tanpa kerutan pada dahi merupakan tanda setuju, dan beberapa hal lain yang bersifat para linguistik kinesik untuk maksud tertentu. Pola maksim permufakatan adalah mengurangi ketidaksesuaian antara diri sendiri dengan orang lain, serta meningkatkan persesuaian antara diri sendiri dengan orang lain (Tarigan, 2015). Seperti pada ungkapan. (p): "Ruangannya panas ya, Bu!" (m): "Iya, nih! Biar saya nyalakan kipas anginnya".

Titik kecocokan antara penutur dan mitra tutur dalam sebuah komunikasi, di dalam maksim permufakatan tidak diperbolehkan satu pihak/peserta tutur memotong pembicaraan. Tujuannya adalah untuk menghormati pihak lain yang lebih tua dari segi umur, dan lebih tinggi jabatan atau status sosial yang berbeda. Seperti pada tuturan ceramah dalam kajian muslim united, sebagai berikut:

"Salat Subuh menjadi pembeda orang munafik dan mukmin. Barang siapa yang melaksanakan salat subuh menandakan bahwa hatinya bersih sama seperti udara di pagi hari yang tidak tercampur dengan udara siang hari". (Irfan Haas, 2021)

Penjelasan dari Irfan Hass mengutip dari ungkapan Buya Hamka yang menyatakan ciri-ciri dari orang munafik dan mukmin, ditekankan bahwa salat lima waktu bukan sekadar melakukan kewajiban sebagai hamba. Melainkan waktu dan jumlah rakaat dalam salat lima waktu dilandasi alasan yang realistis, meski penafsiran setiap individu memiliki perspektif yang berbeda-beda.

Orang munafik di sini digambarkan sebagai orang yang memiliki akhlak tercela atau kata lainnya adalah "bermuka dua". Irfan menegaskan untuk menghindari sifat tercela adalah dengan memperbaiki ibadah dan bersikap santun terhadap sesama. Selain itu banyak manfaat yang hanya bisa didapatkan di waktu subuh. Prinsip kesantunan dari Arif mengonfirmasi bahwa perasaan yang terjadi saat mengetahui penuturan dari Buya Hamka sangatlah sesuai

dengan fenomena sosial yang terjadi. Pesan dakwah yang disampaikan Buya Hamka dapat diterima dengan baik oleh jamaah.

Tuturan Ironi dan Kelakar

Dalam berkomunikasi dikenal istilah ironi dan kelakar, yang mana keduanya sering diungkapkan oleh para penutur yang memiliki jabatan lebih tinggi di kalangan masyarakat. Ironi merupakan majas atau gaya bahasa yang menyamaratakan makna yang bertentangan dengan maksud mengejek, seperti "Aduh bersihnya kamar ini, puntung rokok dan sobekan kertas bertebaran di lantai. Kelakar merupakan senda gurau, percakapan untuk olok-olok (lelucon), seperti "seakan-akan ia main tak ada habisnya". (Tarigan, 2015)

"Surat an-Nas sebagai pelindung manusia dan setan sebagai musuhnya manusia. Pertanyaannya, sama setan ini *musuhan* atau *temenan*. Musuh apa *temenan*? Jangan-jangan *bolo* (teman), *mambengi turu dikeloni setan* (semalam tidur ditemani setan)". (Pago, 2021)

Ceramah khas Ustadz Pago yang banyak menggunakan candaan merupakan salah satu bentuk prinsip kesantunan dengan mengakrabkan diri dengan para jamaahnya. Tuturan seperti ini, kadang dibutuhkan dai untuk mencairkan suasana yang canggung menjadi lebih santai. Celetukan kelakar yang tuturannya dibenarkan, menunjukkan bahwa dalam membangun relasi antara dai dan *mad'u* dibentuk dengan tuturan sebaik (santun) mungkin agar tidak menyakiti perasaan orang-orang yang berada di majelis. Ilmu linguistik menyampaikan bahwa penggunaan bahasa dakwah dalam berdakwah harus disertai moralitas, ideologi, dan identitas. Supaya tuturan agama tersebut dapat tersampaikan secara utuh tanpa mengurangi makna dari tuturan aslinya. Di sinilah peran sosiolinguistik dalam kajian pragmatik.

Konsepsi kesantunan dalam kajian media menggambarkan bahwa pengguna media sosial harus selalu menjaga tuturan yang baik dalam berargumen, terutama pada kajian agama. Melihat dari fenomena yang terjadi di lingkaran media, banyak tuturan yang tidak santun (hujatan) dalam menyampaikan materi agama. Hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan moralitas, budaya yang kurang baik, sehingga dai rela melepas jubah identitasnya sebagai orang yang memiliki pengaruh (*influencer*).

SIMPULAN

Gerakan dakwah keagamaan di Indonesia muncul dengan berbagai variasi, tidak terpaku pada pola tertentu, saluran daring dalam berdakwah cukup efektif di masa pandemi dengan berbagai metode. Kreativitas menjadi penting dalam hal menyampaikan materi keagamaan untuk menyentuh berbagai kalangan, penggunaan bahasa menyesuaikan dengan segmen, mulai dari kajian yang

terakumulasi kelompok pemuda saja, atau kelompok dewasa hingga kelompok lanjut usia. Peran dai di sini adalah sebagai penyampaian dakwah yang telah dilakukan oleh Rasulullah Saw pada masanya.

Vitalitas kesantunan bahasa dewasa ini sangat diperlukan, sebab tidak sedikit perseteruan antar perorangan terjadi karena merasa terzalimi. Munculnya kata yang tidak santun terungkap di media sosial, dihadapi dengan penguatan bahasa santun dan bernilai positif. Retorika bahasa dalam berdakwah itu sangat penting untuk mendukung terciptanya lingkungan narasi positif dalam keseharian. Mengembangkan dakwah yang santun, dengan penggunaan bahasa yang santun di dalam komunikasi penyiaran agama meningkatkan kapasitas ruang publik yang penuh dengan moralitas yang tinggi dan beradab. Seiring dengan vitalnya peran dai, dan semakin berkembangnya dakwah populer maka pengetahuan penceramah terhadap prinsip sopan santun dan penguasaan teknik kebahasaan semakin diperlukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan terhimpun dengan baik tanpa adanya bimbingan dari staf BRIN dan seluruh panitia pelatihan *writing academy*. *Wa bil khusus* kepada Dr. Eko Wahyono, M.Si. selaku pembimbing yang memberi arahan dan banyak wawasan seputar kepenulisan di bidang akademik. Kepada Mbak Safa Anggreta sebagai asisten yang telah membantu saya menyelesaikan jurnal ini menjadi lebih baik.

DAFTAR ACUAN

- Arnawa, N., Ariawati, N. W., Erawati, N. K. R., & Sulibra, I. K. N. (2022). Pragmalinguistics politeness in the Balinese language. *Theory and Practice in Language Studies*, 12(9), 1748–1755.
- Baider, F. H., Cislaru, G., & Claudel, C. (2020). Researching politeness: from the ‘classical’ approach to discourse analysis ... and back. *Corpus Pragmatics*, 4(3), 259–272.
- Culpeper, J. (2021). Historical sociopragmatics. *Historical Pragmatics*, 69–94.
- Fallianda. (2018). Kesantunan berbahasa pengguna media sosial instagram: kajian sosiopragmatik. *Etnolinguial*, 2, 35–54.
- Hanifiyah, F. (2020). Konsep bahasa agama: Sebuah kajian hermeneutik dalam perspektif Komaruddin Hidayat. *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman*, 7(2), 179–190.

- Mujiono, M., & Ula, A. L. (2020). Sociopragmatics analysis of politeness strategy of the main character's dialogues of Tinker Bell in Secret of the Wings Movie. *Indonesian Journal of EFL and Linguistics*, 5(2), 229.
- Musa, M. M. (2021). Peran agama dalam perubahan sosial. *Nuansa*, 14(2), 198–205.
- Purnomo, B. (2019). *Politeness Strategies and Norms in Waiter-Consumer Communication at Student Cafes: A Sociopragmatic Analysis*. 188(Eltlt 2018), 382–385.
- Puspitorini, F. (2020). Strategi pembelajaran di perguruan tinggi pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1), 99–106.
- Sa'ad, M., Baharun, H., & Istifa, F. A. (2020). Simulakra bahasa agama Da'i Milenial di media "TikTok". *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 235–255.
- Sitorus, M. L., Mono, U., & Setia, E. (2022). Language politeness on Mata Najwa's talk show with Covid -19 theme : Sociopragmatics. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(1), 3749–3760.
- Suprima, S., Parhan, M., Khairulimam, A., Nurfitriyani, M., & Ababil, S. N. (2021). Dakwah di masa pandemi Covid-19: eksistensi, problematika serta solusi. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 85–96.
- Wibowo, Wahyu. (2018). *Komunikasi Kontekstual: Konstruksi Terapi-Praktis Aliran Bahasa Biasa*. Bumi Aksara.
- Yanuarita, H. A., & Haryati, S. (2021). Pengaruh Covid-19 terhadap kondisi sosial budaya di Kota Malang dan konsep strategis dalam penanganannya. *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 2(2), 58.
- Hidayatullah, Moch Syarif. (2017). *Cakrawala Linguistik Arab*. Jakarta: PT Grasindo.
- Maarif, Ahmad Syafii. (2018). *Islam dan Politik Upaya Membingkai Peradaban*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Moch Sony Fauzi. (2012). *Pragmatik & Ilmu Al-Ma'any*. Malang: UIN Malang Press.
- Tarigan, Henry Guntur. (2015). *Pengajaran Pragmatik*. CV: Angkasa.
- Setiawati, Eti, Arista, & Dwi, H. (2018). *Piranti Pemahaman Komunikasi dalam Wacana Internasional (Kajian Pragmatik)*. Malang: UB Press.
- Wardhaugh, R., & Fuller, Janet m. (2021). *an introduction to sociolinguistic* (eighth edi). wiley blackwell.
- Clift, R., & Haugh, M. (2021). Conversation Analysis and Sociopragmatics. [*The Cambridge Handbook of Sociopragmatics*]. 616–638.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2007). *Choosing Among Five Approaches Choosing Among Five Approaches* (Issue June). [*Handbook of Qualitative Inquiry Research Design*]

- Haugh, M., Kádár, D. Z., & Terkourafi, M. (2021). Introduction. *The Cambridge Handbook of Sociopragmatics*, 1–12.
- Abdurrahman. (Dai Muslim United). (2021, 24 April). Kajian Sunrise. Yogyakarta, Real Masjid 2.0. https://youtu.be/YTVYT_NFqiE
- Haas, Irfan. (Dai Muslim United). (2021, 25 April). Kajian Taraweh *Share Positive Vibes*. Yogyakarta, Real Masjid 2.0. <https://youtu.be/MOaOKtVNIKs>
- Pago. 2021. Rahasia Manusia di Dalam Surat An-Nas. Yogyakarta, Real Masjid 2.0. <https://youtu.be/ojlaw5eM81U>