



BIL HIKMAH

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam

Kesantunan Berbahasa Perspektif Islam: Tinjauan Teoritis
Muhammad Hildan Azizi

Makna Tawakal Menghadapi Pandemi dalam Lagu “Tanpamu” karya Opick
(Kajian Hermeneutika Schleiermacher)
Alan Surya

Penerapan Prosedur Menetapkan Topik pada Pelatihan Menulis Artikel
Ilmiah Dakwah
Yuntarti Istiqomalia

Jurnalistik *Public Relations* Organisasi Dakwah
Nur Aida

Pola Komunikasi Dakwah sebagai Cermin Kepribadian Dai
Lucky Prihartanto

Nalar Kemanusiaan dalam Retorika Dakwah: Retorika Tri Risma Harini
dalam Menyampaikan Pesan Dakwah
Hendra Bagus Yulianto

Tahapan Pembentukan Keterampilan Penulisan Narasi Dakwah bagi Pemula
Yudi Asmara Harianto

Dakwah Muhammad Yunus dalam Menciptakan Dunia Tanpa Kemiskinan
(Studi Kasus Awal Pendirian Bank Grameen di Bangladesh)
Didit Krisdianto

Teknik Komunikasi Persuasif Aa Gym Melalui YouTube dalam Mengajak
Kebiasaan Baru pada Awal Pandemi Covid-19 di Indonesia
Lina Masruroh

Perbedaan Qiraah Al-Qur'an: Perspektif Komunikasi
Hassan Nugroho, Yudi Asmara Harianto

Psikologi Komunikasi dalam Komunikasi Dakwah (Systematic Literature Review)
Maimunah

Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural dalam Perspektif Al-Qur'an
Agung Teguh Prianto

Pesan Dakwah Perintah Muslimah Menutupi Aurat dalam Surat
An-Nuur Ayat 31 Pendekatan Antropologi Al-Qur'an
Aris Kristianto

POLA KOMUNIKASI DAKWAH SEBAGAI CERMINAN KEPRIBADIAN DAI

Lucky Prihartanto

STID Al-Hadid, Surabaya

luckyprihartanto@stidalhadid.ac.id

Abstrak: *Dai dalam menyampaikan pesan dakwahnya tidak bisa dilepaskan dari adanya pengaruh kepribadian. Kepribadian membentuk kecenderungan dan pola perilaku dari seorang individu, termasuk dalam berkomunikasi sehingga akan melahirkan pola dalam komunikasinya. Dalam komunikasi dakwah, ditemukan adanya pola komunikasi dakwah dari seorang Dai, seperti dalam pilihan topik, isi ceramah hingga cara penyampaian dakwah termasuk ekspresi dan gerak tubuh yang dimunculkan. Studi kasus yang digunakan adalah pada Aa Gym. Dalam beberapa video ceramah yang diupload melalui media YouTube ditemukan adanya pola dari Aa Gym saat menyampaikan ceramahnya, kondisi ini memiliki kemungkinan dipengaruhi oleh kepribadian dari Aa Gym. Rumusan masalah yang diajukan adalah bagaimana pengaruh kepribadian Aa Gym terhadap pola komunikasi dakwahnya? Teori kepribadian yang digunakan adalah teori tipologi MBTI. Hasil analisis menunjukkan bahwa tipe kepribadian Aa Gym adalah extrovert, sensing, dan feeling. Kepribadian extrovert mempengaruhi ekspresi dan gerak tubuh Aa Gym. Kepribadian sensing mempengaruhi pilihan topik ceramah dan isi gagasan penjelas. Kepribadian feeling mempengaruhi isi pesan dakwah Aa Gym yang cenderung menggugah perasaan dari mad'unya.*

Kata kunci: *Komunikasi Dakwah, Pola Komunikasi Dakwah, Kepribadian, Aa Gym*

Abstract: *The preacher in conveying his da'wah message cannot be separated from the influence of personality. Personality forms tendencies and behavior patterns of an individual, including in communication so that it will give birth to patterns in communication. In da'wah communication, it was found that there was a pattern of da'wah communication from a preacher, such as in the choice of topic, the content of the lecture to the way the da'wah was delivered including the expressions and gestures that were raised. The case study used is Aa Gym. In several video lectures uploaded via YouTube media, it was found that there was a pattern from Aa Gym when delivering his lecture, this condition has the possibility of being influenced by the personality of Aa Gym. The formulation of the problem posed is how does Aa Gym's personality influence his da'wah communication pattern? The personality theory used is the MBTI typology theory. The results of the analysis show that Aa Gym's personality types are extrovert, sensing, and feeling. Extroverted personality influences Aa Gym's expressions and body movements. Sensing personality influences the choice of lecture topic and content of explanatory ideas. The personality of feeling influences the contents of Aa Gym's da'wah messages which tend to evoke feelings from the mad'uw.*

Keywords: *Da'wa Communication, Da'wa Communication Pattern, Personality, Aa Gym*

Pendahuluan

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian tentang nilai-nilai Islam untuk memengaruhi *mad'u* agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam,¹ sehingga tujuan komunikasi dakwah adalah agar *mad'u* jadi lebih yakin, lebih paham, hingga mampu mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-harinya. Komunikasi dakwah tidak akan berjalan tanpa adanya Dai sebagai komunikator. Dai adalah semua orang yang berkomunikasi tentang keislaman atau nilai-nilai Islam, baik secara informal maupun formal.² Dai sebagai komunikator menyampaikan pesan yang bermuatan nilai-nilai Islam. Dai memiliki peran sebagai penyeru, pendidik, pemersatu, pelurus informasi dan pembaru sehingga turut berkontribusi dalam pembangunan masyarakat.³ Seorang Dai tidak bisa sembarangan dan harus memiliki pemahaman Islam yang baik. Dengan pemahaman Islam yang baik, maka Dai dapat mempertanggung jawabkan setiap isi pesan dakwahnya.

Isi pesan yang disampaikan oleh Dai berisi tentang nilai-nilai Islam, baik didasarkan atas ayat Al-Quran, Hadits atau sumber rujukan lainnya. Berdasarkan bentuknya, pesan secara umum dapat dibedakan menjadi 2, yaitu pesan verbal dan pesan

nonverbal. Pesan verbal menggunakan bahasa lisan. Pesan nonverbal yaitu pesan yang disampaikan dengan menggunakan gestur, isyarat, gambar, atau warna.⁴ Pesan dakwah yang disampaikan oleh Dai mengandung pesan verbal sekaligus pesan nonverbal.

Beberapa peneliti menemukan adanya pola yang konsisten dari seorang Dai saat menyampaikan pesan dakwahnya. Contohnya Ustaz Das'ad Latif dan Ustaz Abdul Somad yang konsisten menggunakan gaya percakapan dalam ceramahnya agar *mad'u* tidak bosan dan cepat dalam memahami isi ceramahnya,⁵ KH Anwar Zahid yang konsisten menggunakan metode humor dalam tiap ceramahnya hingga menjadi ciri khas dalam dakwahnya,⁶ Cak Nun yang konsisten menggunakan metode dialog interaktif dalam berbagai forum Maiyah yang diselenggarakan di berbagai kota selama bertahun-tahun,⁷ atau Gus Baha yang menggunakan gaya yang santai, suara yang lemah lembut, gerak tubuh yang luwes atau fleksibel dalam setiap ceramahnya.⁸

Ada pola-pola yang konsisten dimunculkan oleh para Dai tersebut, baik pada pesan verbalnya, pesan nonverbalnya, atau pada metode ceramahnya. Penggunaan gaya percakapan, metode humor, dialog

¹ Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis* (Bandung: Romelte, 2013).

² Ibid. 23.

³ Hajir Tajiri, "Rijal Al- Da ' Wah: Studi Faktor Karismatik Praktisi Dakwah," *Ilmu Dakwah* 11, no. 2017 (2017): 293–310, doi:10.15575/idajhs.v12i.1914.

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017). 14.

⁵ Subianto Basri, "Gaya Bahasa Ustaz Das'ad Latif Dan Ustaz Abdul Somad Pada Video Ceramah Di Youtube" (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020). ix.

⁶ Dwiki Bangkit Suryadi, "Humor Pergaulan Dalam Dakwah: Analisis Model Krippendorff Pada Dakwah KH. Anwar Zahid Di Channel Youtube" (UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2021). V.

⁷ Rio Febriannur Rachman, "Dakwah Interaktif Kultural Emha Ainun Nadjib," *Jurnal Spektrum Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 1–9, doi:10.37826/spektrum.v6i2.35.

⁸ Muhammad Yasin, "Gaya Komunikasi KH. Ahmad Bahaiddin Nursalim Di Youtube Episode: Kalau Mencintai Islam Jangan Sakiti Agama Lain" (UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu, 2022).

interaktif, penyampaian yang lemah lembut hingga gerak tubuh yang luwes diterapkan oleh masing-masing Dai secara konsisten nyatanya dapat menarik minat dari *mad'u* untuk mengikuti dakwah dari masing-masing Dai tersebut.

Mad'u merasa dilibatkan dalam ceramah saat Dai menggunakan gaya percakapan dan dialog interaktif. *Mad'u* merasa santai dan enjoy dalam mengikuti ceramah saat Da'i menerapkan metode humor. *Mad'u* tidak merasa tertekan saat Dai menyampaikan dakwahnya dengan lemah lembut dan *Mad'u* tidak merasa bosan saat Da'i menggunakan gerak tubuh yang luwes dalam ceramahnya. Setiap pola komunikasi yang diterapkan oleh masing-masing Dai membentuk keunikan sekaligus keunggulan dari masing-masing Da'i.

Pola komunikasi dakwah dari seorang Dai juga menjadi identitas yang khas serta menunjukkan keunikan dari Dai serta membedakan dengan Dai lain sehingga membuatnya lebih mudah dikenali oleh *Mad'u*. Contohnya seperti KH Anwar Zahid yang terkenal karena penggunaan metode humor dalam dakwahnya, sehingga menjadi ciri khas dari dakwah KH Anwar Zahid. Dimanapun beliau sedang berdakwah, metode humor dalam dakwahnya senantiasa melekat.

Dalam ilmu psikologi, konsistensi atau pola perilaku dari seseorang diistilahkan

sebagai kepribadian. Feist dan Feist dalam Mastuti, memberikan pendapat tentang kepribadian sebagai pola yang relatif menetap, *trait*, disposisi atau karakteristik yang ada di dalam tiap individu dan memberikan beberapa ukuran yang konsisten atau ajeg tentang perilaku.⁹ Pendefinisian tentang kepribadian menurut Feist dan Feist ini menunjukkan bahwa kepribadian membentuk pola. Karena terpola, maka kepribadian itu sifatnya menetap dan konsisten, sehingga akan tercermin dalam berbagai perilaku yang dimunculkan oleh tiap individu.¹⁰ Maka, jelas bahwa kepribadian akan sangat terkait dengan pola perilaku dari tiap individu.

Kepribadian memengaruhi berbagai perilaku dari individu, termasuk dalam perilaku komunikasi. Perilaku komunikasi dari seseorang yang menunjukkan adanya pola-pola tertentu bisa jadi dipengaruhi oleh kepribadian dari orang tersebut. Hasil penelitian dari Stevani dan Widayatmoko terhadap kepribadian Susi Pudjiastuti menunjukkan bahwa kepribadian Susi Pudjiastuti yang terbuka kepada orang lain atau *extrovert* dan ramah membuat Susi Pudjiastuti dapat berkomunikasi secara terbuka dengan orang lain, mau menerima dan menanggapi informasi dari masyarakat dengan senang hati. Kepribadian terbuka juga membuat Susi Pudjiastuti mampu mengungkapkan perasaannya melalui ekspresi dengan baik sehingga lebih diterima oleh masyarakat.¹¹

⁹ Endah Mastuti, "Analisis Faktor Alat Ukur Kepribadian Big Five (Adaptasi Dari IPIP) Pada Mahasiswa Suku Jawa," *Insan* 7, no. 3 (2005): 264-76.

¹⁰ Maimunah and Lucky Prihartanto, "Pengaruh Kepribadian Terhadap Seleksi SDM Dalam Manajemen Dakwah," *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 2 (2021): 187-207,

<https://ejurnal.staiha.ac.id/index.php/cendekia/article/view/137>.

¹¹ Stevani Stevani and Widayatmoko Widayatmoko, "Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding," *Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (2017): 65-73, doi:10.24912/jk.v9i1.225.

Pola komunikasi yang dilakukan oleh seseorang merupakan cerminan dari tipe kepribadian yang dimiliki oleh orang tersebut. Hasil penelitian dari Stevani dan Widayatmoko yang menunjukkan bahwa kepribadian dari Susi Pudjiastuti berpengaruh terhadap pola komunikasinya, sehingga dapat ditarik premis umumnya bahwa kepribadian memberikan pengaruh terhadap terbentuknya pola komunikasi seseorang. Berdasarkan premis tersebut maka dapat dimunculkan hipotesis bahwa kepribadian seorang Dai memengaruhi pola komunikasi dakwahnya.

Salah satu Dai yang juga memiliki pola komunikasi dakwah yang khas adalah KH. Abdullah Gymnastiar atau Aa Gym. Dalam dakwahnya, Aa Gym senantiasa menggunakan bahasa sehari-hari, pilihan kata yang praktis dan sederhana. Selain itu penggunaan humor, contoh kongrit yang dekat dengan keseharian *mad'u* serta selalu berusaha memberikan ilustrasi untuk makin mengkongkritkan pemahaman *mad'u* juga jadi ciri khas dari dakwah Aa Gym.¹²

Dalam dua video ceramah Aa Gym yang diunggah di *YouTube* berjudul *Mudahkan Urusan, Jangan Dipersulit*¹³ dan video berjudul *Sakit Hati Karena Semua Dimasukkan Ke Hati*¹⁴ sekilas menunjukkan adanya konsistensi dalam

komunikasi dakwahnya, mulai dari penggunaan bahasa sehari-hari, pemberian contoh kongkrit, membuat penggambaran atau ilustrasi hingga humor.

Contohnya seperti pada pernyataan "suasana gembira tuh jangan dibuat mencekam. Eh, ibu bapak kita itu banyak sengsara karena pikiran sendiri suka diperpanjang, dipertegas, diperumit, dibesar-besarkan"¹⁵, atau pada pernyataan "Hai monyong, tetapi kok nggak ngefek ke bibir kita. Coba orang bicara apapun sebetulnya tidak kena ke kita hanya rasa kita saja enggak enggak ada efek apa gara-gara dia menghina"¹⁶. Penggunaan kata-kata yang tidak formal dan digunakan sehari-hari oleh Aa Gym membangun kesan bahwa Aa Gym kedudukannya setara dengan komunikan, sehingga pesan dakwahnya bisa lebih melekat.

Aa Gym juga menyelipkan humor dalam ceramahnya, seperti cerita tentang ban meletus, "naik motor ban meletus, ban meletus nih pak jangan begitu *innalillahi wa inna ilaihi rojiun* Pak ban motor meletus, itu semua juga ada takdirnya semuanya ada waktunya. Kenapa ban kita yang meletus? Kenapa, ya karena ada rezeki tukang tambal ban di dompet kita. Tapi ini tukang tambal ban masih jauh Pak, berarti Allah menginginkan kita olahraga".¹⁷ *Mad'u*

¹² Tajiri, "Rijal Al- Da ' Wah : Studi Faktor Karismatik Praktisi Dakwah."

¹³ *Mudahkan Urusan, Jangan Dipersulit*, YouTube Video, 0:00 – 18:56, posted by "Aagym Official", November 13, 2021, https://www.youtube.com/watch?v=A5_JgiPP0SU

¹⁴ *Sakit Hati Karena Semua Dimasukkan Ke Hati*, YouTube Video, 0:00 – 11:35, posted by "Aagym Official", November 13, 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=WUvvEmPUtpQ>

¹⁵ *Mudahkan Urusan, Jangan Dipersulit*, YouTube Video, 0:00 – 18:56, posted by "Aagym Official", November 13, 2021, https://www.youtube.com/watch?v=A5_JgiPP0SU

¹⁶ *Sakit Hati Karena Semua Dimasukkan Ke Hati*, YouTube Video, 0:00 – 11:35, posted by "Aagym Official", November 13, 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=WUvvEmPUtpQ>

¹⁷ *Mudahkan Urusan, Jangan Dipersulit*, YouTube Video, 0:00 – 18:56, posted by "Aagym Official", November

langsung merespon dengan tertawa, sehingga *mad'u* merasa santai dalam mengikuti ceramah dari Aa Gym.

Berdasarkan pada studi pendahuluan terhadap kedua video tersebut, ditemukan bahwa ada pola komunikasi dalam dakwah Aa Gym mulai dari pemilihan topik ceramah yang sederhana, hal ini membuat *mad'u* tidak butuh proses panjang untuk memahami topik ceramah Aa Gym. Pilihan kata sehari-hari yang tidak formal, kata yang sederhana dan tidak baku digunakan oleh Aa Gym dalam kedua video ceramahnya, tidak ditemukan penggunaan kata-kata yang sulit dipahami. Aa Gym juga banyak menggunakan kalimat-kalimat yang cenderung menggugah perasaan, mengajak pada kedamaian dan cenderung menghindari konflik.

Aa Gym juga menggunakan berbagai contoh kongkrit yang dekat dengan keseharian *mad'u*, sehingga contoh-contohnya sangat mudah dipahami. Contoh kongkrit ini disampaikan dengan cara bercerita dan penggambaran situasi yang kongkrit dan dekat dengan keseharian seperti ke tukang tambal ban, kentut, dihina lewat medsos dan contoh lainnya. Humor yang digunakan oleh Aa Gym juga senantiasa tidak terlalu berlebihan dan memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang dibahas, jadi humornya menjadi pendukung dalam penyampaian gagasannya. Humor yang tidak berlebihan membuat *mad'u* tetap fokus pada topik pembahasan.

Pada nonverbal, Aa Gym terlihat ekspresif. Ekspresi yang dimunculkan oleh Aa Gym sangat jelas dan mudah dipahami maknanya. Perubahan raut muka, posisi alis, tatapan mata, bahkan gerakan mulutnya terlihat jelas. Gerak tubuh Aa Gym juga luwes dan tidak kaku seperti arah atau posisi tubuh Aa Gym ke kiri atau ke kanan disertai dengan gerak tangan yang atraktif saat memberikan penjelasan tertentu. Perubahan posisi tubuh juga disesuaikan dengan penonton. Dapat dipahami bahwa ada upaya dari Aa Gym untuk berinteraksi dengan *mad'uw*, ada juga gerakan tangan Aa Gym yang menyodorkan mic kepada *mad'uw* dalam rangka berinteraksi dan meminta *mad'uw* menjawab.



Gambar 1 – Ekspresi Aa Gym



Gambar 2 – Gerak Tubuh Aa Gym

Kesimpulan pola komunikasi dakwah Aa Gym adalah pilihan topik ceramah yang sederhana dan mudah diaplikasikan dalam keseharian, penggunaan contoh sehari-hari dan ilustrasi sederhana, pilihan kata tidak baku atau kata-kata keseharian dan dalam bentuk percakapan, pilihan kalimat-kalimat yang menggugah perasaan, humor yang tidak berlebihan. Pada nonverbal, pola komunikasinya adalah ekspresif, gerak tubuhnya luwes dan atraktif.

Apabila dihubungkan dengan kepribadian, maka memunculkan pertanyaan bagaimana pengaruh kepribadian terhadap pola komunikasi dakwah Aa Gym dalam dua video ceramah berjudul *Mudahkan Urusan, Jangan Dipersulit dan Sakit Hati Karena Semua Dimasukkan Ke Hati*?

Kajian ini hendak mengeksplorasi pengaruh kepribadian terhadap pola komunikasi dakwah Aa Gym dalam video berjudul *Mudahkan Urusan, Jangan Dipersulit dan Sakit Hati Karena Semuanya Dimasukkan Ke Hati*. Kajian ini diharapkan dapat menambah variasi kajian tentang kepribadian dalam ruang lingkup komunikasi dakwah. Secara praktis, kajian ini dapat dijadikan referensi bagi Dai dalam mengembangkan pola komunikasi dakwah yang sesuai dengan tipe kepribadian masing-masing Dai.

Pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deksriptif dijadikan sebagai metodologi dalam kajian ini. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan yang mengandung makna.¹⁸ Penelitian deskriptif dipilih karena kajian ini hendak memberikan gambaran informasi secara menyeluruh atau lengkap tentang keadaan obyek yang diteliti.¹⁹ Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi terhadap sumber data primer berupa video Aa Gym yang diunggah di channel official Aa Gym.²⁰

Kajian tentang kepribadian dan pola komunikasi dakwah sebelumnya sudah dilakukan oleh Bambang Saiful Maarif berjudul *Pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat*,²¹ lalu oleh Kaka Hasan Abdul Qodir dan Anggit Rizkianto berjudul *Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar dalam ceramahnya di Youtube*.²² Kedua studi tersebut mengkaji tentang pola dan gaya komunikasi dakwah dengan subjek Aa Gym, KH. Jalaluddin Rakhmat dan Husein Ja'far Al-Hadar namun sama sekali tidak mengkaitkan dengan kepribadian, murni mendeskripsikan pola dan gaya komunikasi dari masing-masing Dai saja, sedangkan kajian ini menghubungkan antara kepribadian dai dengan pola komunikasi dakwahnya.

¹⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014). 3.

¹⁹ Ibid. 18.

²⁰ *Mudahkan Urusan, Jangan Dipersulit*, YouTube Video, 0:00 – 18:56, posted by "Aagym Official", November 13, 2021, https://www.youtube.com/watch?v=A5_jgiPP0SU dan *Sakit Hati Karena Semua Dimasukkan Ke Hati*, YouTube Video, 0:00 – 11:35, posted by "Aagym Official", November 13, 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=WUvvEmPUtpQ>

²¹ Bambang Saiful Ma'arif, "Pola Komunikasi Dakwah KH . Abdullah Gymnastiar," *Mimbar*, vol. 25, 2017, doi:<https://doi.org/10.29313/mimbar.v25i2.285>.

²² K H A Kodir and A Rizkianto, "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube| The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture ...," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan ...* 4, no. 2 (2021): 49–63, <https://pdfs.semanticscholar.org/1191/7a88e5ab7f5147bb04aa9623d73c677d9f9a.pdf>.

Pola Komunikasi Dakwah

Pola memiliki makna sebagai bentuk atau struktur yang tetap.²³ Adanya pola menunjukkan adanya pengulangan yang konsisten dan ajeg sehingga terbentuklah suatu pola yang bisa diidentifikasi berdasarkan pada pengulangan-pengulangan yang terjadi. Pola bisa ditemukan dimana saja, termasuk dalam komunikasi dakwah. Pola komunikasi dakwah memiliki makna bahwa ada bentuk atau struktur yang tetap dalam komunikasi dakwah. Bentuk atau struktur dalam komunikasi dakwah bisa berupa topik atau gagasan yang disampaikan, metode komunikasi dakwah yang dipilih, hingga pesan nonverbal seperti ekspresi dan gerak tubuh.

Feist dan Feist dalam Mastuti berpendapat bahwa kepribadian adalah pola yang relatif menetap, *trait*, disposisi atau karakteristik yang ada di dalam tiap individu dan memberikan beberapa ukuran yang konsisten atau ajeg tentang perilaku.²⁴ Pendefinisian tentang kepribadian menurut Feist dan Feist ini menunjukkan bahwa kepribadian seseorang bisa diidentifikasi berdasarkan pada pola, *trait*, disposisi atau karakteristik khas dari individu yang tercermin dalam perilakunya, termasuk dalam perilaku berkomunikasi. Maka, pola-pola yang muncul dari komunikasi seseorang secara tidak langsung merupakan cerminan dari kepribadian orang tersebut.

Teori Kepribadian dan Tipologi MBTI

Kepribadian berasal dari bahasa Inggris yakni *personality* yang memiliki akar kata dari bahasa Latin yakni *persona*. Kata *persona* bermakna topeng. Kata *persona* berubah menjadi satu istilah yang mengacu pada peran sosial tertentu dalam masyarakat, dimana seorang individu diharapkan memiliki tingkah laku yang sesuai dengan peran sosial tersebut.²⁵

Kepribadian menurut Jung merupakan kumpulan sistem dalam diri namun saling berinteraksi satu sama lainnya. Dalam kepribadian juga terdapat sikap introversi dan ekstrasversi, fungsi pikiran, perasaan, pendirian (*sensing*), dan intuisi serta diri (*self*) sebagai pusat seluruh kepribadian.²⁶ Berdasarkan pendapat dari Jung, kepribadian bukanlah suatu realitas yang tunggal, tetapi suatu sistem yang memiliki sifat dan fungsi-fungsi yang dijalankannya, seperti pikiran dan perasaan.

Ada dua sikap kepribadian yakni ekstrasversi dan introversi. Sikap ekstrasversi mengarahkan individu ke dunia luar, dunia objektif. Sikap introversi mengarahkan individu ke dunia dalam, dunia subjektif. Kedua sikap yang berlawanan ini ada dalam kepribadian, namun salah satunya lebih dominan.²⁷ Berdasarkan pendapat dari Jung, diketahui bahwa ada individu yang mengarahkan dirinya kepada dunia luar atau kepada realitas di luar dirinya. Disisi lain, ada juga individu yang mengarahkan dirinya lebih kepada dunia di dalam dirinya. Sehingga

²³ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pola>

²⁴ Mastuti, "Analisis Faktor Alat Ukur Kepribadian Big Five (Adaptasi Dari IPIP) Pada Mahasiswa Suku Jawa."

²⁵ E. Koswara, *Teori-Teori Kepribadian* (Bandung: PT. Eresco, 1986). 10.

²⁶ Calvin S. Hall and Gardner Linzey, *Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*, ed. A. Supratiknya (Yogyakarta: Kanisius, 1993). 182.

²⁷ Ibid. 192.

ada individu yang lebih dominan sikap ekstrasversi dan ada juga individu yang dominan sikap introversinya.

Selain sikap, kepribadian juga memiliki fungsi-fungsi tertentu. Menurut Jung, ada empat fungsi yang dimiliki oleh kepribadian yakni pikiran, perasaan, pendirian, dan intuisi. Berpikir melibatkan ide dan intelektualitas, perasaan memberikan pengalaman tentang rasa kepada manusia seperti senang, marah, dan berbagai bentuk rasa lainnya. Pendirian menghasilkan fakta yang kongkret, intuisi menghasilkan persepsi yang melampaui fakta.²⁸

Meskipun setiap manusia memiliki keempat fungsi tersebut, namun tidak semuanya berkembang bersama, ada yang berkembang dan ada yang tidak berkembang.²⁹ Misalnya, ada seseorang yang lebih berkembang fungsi pikiran dibanding perasaannya, ada yang lebih berkembang fungsi intuisi dibanding fungsi pendiriannya.

Baik sikap kepribadian ataupun fungsi kepribadian, semuanya akan tercermin dalam perilaku yang dimunculkan oleh individu. Karena ada sikap kepribadian yang lebih dominan dan ada fungsi kepribadian yang juga lebih dominan, maka dalam perilaku yang dimunculkan akan menunjukkan adanya pola atau konsistensi yang mencerminkan kondisi sikap dan fungsi yang berkembang dari individu. Konsep tentang sikap kepribadian dan fungsi kepribadian dari

Jung ini yang nantinya dikembangkan hingga membentuk konsep tipologi MBTI, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam memahami dan mengidentifikasi tipe kepribadian dari seseorang.

Teori kepribadian dari Jung dikembangkan oleh Myers dan Briggs hingga menghasilkan tipologi MBTI. Dasar teori Jung tentang sikap kepribadian yakni ekstrasversi dan introversi, lalu fungsi kepribadian yakni pikiran, perasaan, penginderaan, dan intuisi lalu ditambahkan satu variabel lagi yakni *judging* dan *perceiving*.

Myers dan Briggs memahami bahwa sikap dan fungsi kepribadian tersebut memiliki sifat dikotomi atau saling berlawanan satu sama lain. Ekstrasversi dengan intraversi, pikiran dengan perasaan, pendirian dengan intuisi, *judging* dan *perceiving*. Myers dan Briggs melakukan pemaknaan ulang terhadap teori kepribadian Jung tentang sikap dan fungsi kepribadian. Hasilnya, didapatkan adanya empat komponen yakni orientasi mendapatkan energi (*ekstrovert (E) – introvert (I)*), cara memahami informasi (*sensing (S) – intuition (N)*), cara mengambil keputusan (*thinking (T) – feeling (F)*), dan sikap terhadap kehidupan (*judging (J) – perceiving (P)*).³⁰

Berdasarkan empat komponen tersebut, Myers dan Briggs mengkombinasikannya hingga menghasilkan 16 tipe kepribadian yang dikenal dalam tipologi MBTI.³¹ Myers dan Briggs memberikan penjelasan tentang cara manusia dalam mendapatkan

²⁸ Ibid. 193.

²⁹ Ibid. 194.

³⁰ Jelpa Periantalo and Saifuddin Azwar, "Pengembangan Skala Kepribadian Siswa Sma Dari

Tipologi Kepribadian Jung Dan Myers-Briggs," *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 1, no. 2 (2017): 191–207, doi:10.22437/jsosh.v1i2.4301.

³¹ Ibid. 195.

energi menghasilkan 2 jenis kepribadian yakni *extrovert* dan *introvert*. *Extrovert* memberikan dan menerima energi dari luar dirinya. Membuatnya senang dan aktif mengikuti berbagai kegiatan yang berhubungan dengan orang lain. Sebaliknya, *introvert* memberikan dan menerima energi dari dalam dirinya. Membuatnya lebih nyaman dengan dirinya sendiri dibandingkan dengan orang lain, lebih senang mendengar daripada berbicara dengan orang lain.³²

Kedua, tentang cara seseorang memahami suatu informasi. Myers dan Briggs menjelaskan bahwa seorang yang *sensing* memperoleh informasinya dari kelima panca inderanya, fokus pada hal atau informasi yang bisa diindera. Sedangkan *intuition* memperoleh informasi dari makna atau hubungan dari suatu realitas, memprediksi berbagai kemungkinan yang bisa terjadi kedepan.³³

Komponen ketiga adalah cara pengambilan keputusan. Myers dan Briggs menjelaskan bahwa orang yang *thinking* memutuskan sesuatu berdasarkan logika, berdasarkan pada hukum sebab-akibat dan senantiasa berpijak pada 'apa yang benar'. Sedangkan *feeling* dalam memutuskan sesuatu berpijak pada perasaannya, apa rasa yang muncul, apakah enak atau tidak enak, tipe *feeling* lebih mampu berempati terhadap orang lain.³⁴

Komponen keempat tentang sikap terhadap kehidupan. *Judging* senang dengan kehidupan yang teratur,

terorganisir, lebih mampu merencanakan. Tipe *perceiving* lebih suka dengan kehidupan yang santai, lebih menikmati situasi yang spontan/tidak terencana.³⁵

Analisis Tipe Kepribadian Aa Gym Berdasarkan Pola Komunikasi Dakwahnya

Berdasarkan pada operasionalisasi konsep dari tipologi *extrovert* – *introvert*, seorang dengan tipologi *extrovert* akan memiliki ciri yakni interaksi sosial yang baik, komunikatif, aktif berkomunikasi, ekspresif, dan bahasa tubuhnya jelas. Sedangkan seorang dengan tipologi *introvert* akan memiliki ciri yakni interaksi sosial yang kurang baik, kurang komunikatif, kurang aktif berkomunikasi, kurang ekspresif, bahasa tubuhnya kurang jelas, menunjukkan keraguan, kurang mampu menunjukkan perasaannya dengan baik.

Apabila dihubungkan kepada hasil identifikasi pola komunikasi dakwah dari Aa Gym yang menunjukkan bahwa Aa Gym adalah seorang yang ekspresif, bahasa tubuhnya jelas, tidak kaku, dan terlihat bahwa Aa Gym aktif berinteraksi dengan *mad'uw* atau komunikatif. Ekspresi yang jelas dari Aa Gym juga menunjukkan bahwa beliau mampu menunjukkan perasaannya dengan baik melalui ekspresi dan juga gerak tubuhnya. Karena ada kecocokan dengan ciri dari tipologi *extrovert* dibandingkan dengan tipologi *introvert* maka dapat disimpulkan bahwa Aa Gym memiliki tipe *extrovert*.

³² Ibid.

³³ Ibid.

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid. 196.

Berdasarkan pada operasionalisasi konsep dari tipologi *sensing* - *intuition*, seorang dengan tipologi *sensing* akan memiliki ciri yakni pesan dakwahnya menggunakan pengalamannya sendiri, contoh kongkrit, penyampaiannya kongkrit dengan bahasa sederhana atau sehari-hari. Sedangkan seorang dengan tipologi *intuition* akan memiliki ciri yakni banyak menggunakan contoh imajiner atau menggunakan analogi, menggunakan bahasa yang ilmiah, formal, banyak memaparkan konsep.

Topik gagasan dari kedua ceramah Aa Gym cukup sederhana dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, selain itu gagasan penjelas banyak menggunakan contoh kongkrit atau ilustrasi sederhana, beberapa gagasan penjelas juga berdasarkan pada pengalaman dari Aa Gym sendiri seperti saat menjelaskan pengalamannya dihina, lalu pilihan kata yang digunakan juga adalah kata sehari-hari atau percakapan bukan kata-kata yang formal atau konteks akademik. Pola komunikasi dakwah ini sesuai dengan ciri dari tipologi *sensing*. Karena seorang *sensing* dalam mendapatkan informasi berpijak pada inderanya sehingga output informasinya menjadi kongkrit, sederhana dan terbatas pada ruang lingkup yang sehari-hari. Dan bukan dalam ranah konseptual atau teoretis.

Berdasarkan pada operasionalisasi konsep dari tipologi *thinking* - *feeling*, seorang dengan tipologi *thinking* memiliki ciri yakni pesan dakwahnya banyak menunjukkan analisis, argumentatif dengan didasarkan pada konsep benar salah atau sebab akibat. Sedangkan seorang dengan

tipologi *feeling* memiliki ciri yakni banyak melibatkan perasaan atau pesan dakwahnya menggugah perasaan, menunjukkan empati, kurang argumentatif, cenderung subjektif, menginginkan harmonisasi atau menghindari konflik.

Isi gagasan dari Aa Gym lebih banyak menggugah perasaan daripada menunjukkan analisis, seperti pada pernyataan "Eh ibu bapak kita itu banyak sengsara itu karena pikiran sendiri, suka diperpanjang, dipertegas, diperumit, dibesar-besarkan." Dalam pernyataan tersebut, Aa Gym tidak menunjukkan analisisnya, tetapi langsung memberikan kesimpulan. Lalu diberikan berbagai contoh kongkrit sebagai pembuktian dari pernyataan tersebut seperti pada contoh ban bocor dan kentut. Atau dalam pernyataan "jangan dipersulit, jangan diperpanjang mungkin dengan kita memaafkan, udah gitu orang-orang yang kita sakiti pun pada memaafkan kita, dibalikkan hatinya oleh Allah" *Mad'uw* diarahkan untuk tidak terlibat dalam konflik dan lebih menggugah perasaan. Maka, dapat disimpulkan bahwa Aa Gym memiliki tipe *feeling*.

Kesimpulannya, tipe kepribadian dari Aa Gym adalah *extrovert*, *sensing* dan *feeling*. Didasarkan atas pola komunikasi dakwah dalam 2 video yang dianalisis dan berdasarkan pada pesan verbal dan pesan nonverbalnya.

Pengaruh Kepribadian Aa Gym terhadap Gaya Komunikasi Dakwah

Analisis pengaruh kepribadian terhadap pola komunikasi dakwah Aa Gym didasarkan atas hasil identifikasi pola komunikasi dakwah Aa Gym dan hasil identifikasi tipe kepribadian Aa Gym. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana tipe kepribadian memberikan pengaruh terhadap variabel dalam komunikasi dakwah, seperti topik gagasan, isi pesan, ekspresi dan gerak tubuh dari Aa Gym dalam dua video ceramah yang dianalisis.

Tipe kepribadian *extrovert* memberikan pengaruh pada pesan nonverbal Aa Gym, yakni pada ekspresi dan gerak tubuh Aa Gym yang jelas dan lugas. Hal tersebut menunjukkan bahwa Aa Gym mampu untuk menyampaikan perasaannya dengan baik, dimana hal ini tidak ditemukan pada seseorang dengan tipe kepribadian *introvert*.

Selain itu, kepribadian *extrovert* juga mempengaruhi Aa Gym untuk lebih banyak berinteraksi dengan *mad'uw*. Dalam video pertama bentuk interaksi ditunjukkan dengan bertanya dan mengarahkan mic kepada *mad'uw* untuk menjawab pertanyaan dari Aa Gym. Dalam video kedua, interaksi terlihat dengan adanya pertanyaan Aa Gym kepada *mad'uw*, terlihat bahwa tidak hanya sekali tapi beberapa kali Aa Gym menunjukkan interaksi yang baik dengan *mad'uw*. Sehingga kepribadian *extrovert* mempengaruhi ekspresi, gerak tubuh, dan bentuk interaksi dengan *mad'uw*.

Tipe kepribadian *sensing* mempengaruhi pada pilihan topik ceramahnya. Topik yang ringan, sederhana dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari menunjukkan tipe kepribadian *sensing* dari Aa Gym. Topik yang ringan, berdasarkan pada realitas sehari-hari dipengaruhi oleh cara seseorang dalam mendapatkan data atau informasi. Kepribadian *sensing* mengandalkan indera dalam mendapatkan data atau informasi, sehingga bentuk informasinya lebih kongkrit dan berdasarkan pada fakta atau hal-hal yang dialami oleh orang tersebut. Hal ini terjadi pada Aa Gym dimana pilihan topik pembahasannya sederhana, ringan dan dialami sehari-hari.

Kepribadian *sensing* juga mempengaruhi isi gagasan penjelasnya. Gagasan penjelas dari ceramah Aa Gym berisi contoh kongkrit, ilustrasi sederhana, dan pengalaman pribadi Aa Gym. Ditemukan adanya analogi yakni cerita tentang singa dan kucing, namun sifatnya minor, sedangkan dominasi isi gagasan penjelasnya adalah contoh kongkrit, ilustrasi sederhana, dan pengalaman pribadi Aa Gym.

Tipe kepribadian *feeling* memberikan pengaruh terhadap isi pesan dakwahnya yang mengarah untuk menggugah perasaan dari *mad'uw*. Tidak ditemukan adanya pesan yang menunjukkan analisis, mengambil teori tertentu atau ada argumentasi yang kuat dalam isi pesan dakwahnya. Lebih banyak menggunakan kata-kata yang menggugah perasaan, mengajak pada kedamaian, harmonis atau tidak konflik dengan orang lain. Di akhir ceramah, ada penghayatan yang tentu

tujuannya adalah untuk menggugah perasaan dari *mad'uw*.

Dapat disimpulkan bahwa kepribadian *extrovert* memberikan pengaruh terhadap ekspresi yang jelas, gerak tubuh yang jelas, komunikatif atau interaktif dengan *mad'uw*. Kepribadian *sensing* memberikan pengaruh pada topik pembicaraan yang sederhana dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kepribadian ini juga memberikan pengaruh pada penggunaan contoh sehari-hari, ilustrasi sederhana atau pengalaman pribadi yang dijadikan sebagai gagasan penjelas. Kepribadian *feeling* mempengaruhi pada isi pesan dakwah yang cenderung menggugah perasaan dari *mad'uw*, mengajak penghayatan dan mengajak agar tidak menciptakan konflik.

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian ini adalah pola komunikasi dakwah yang teridentifikasi ada pada topik gagasannya yang sederhana dan mudah

diaplikasikan dalam keseharian, gagasan penjelas yang sederhana berupa contoh sehari-hari dan ilustrasi sederhana, pilihan kata tidak baku, sehari-hari, dalam bentuk percakapan. Pada nonverbal, Aa Gym yang ekspresif dan gerak tubuhnya atraktif.

Tipe kepribadian dari Aa Gym adalah *extrovert*, *sensing* dan *feeling*. Pengaruh tipe kepribadian tertentu terhadap pola komunikasi dakwah Aa Gym adalah pada kepribadian *extrovert* memberikan pengaruh terhadap ekspresi yang jelas, gerak tubuh yang jelas, komunikatif atau interaktif dengan *mad'uw*. Kepribadian *sensing* memberikan pengaruh pada topik pembicaraan yang sederhana dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kepribadian ini juga memberikan pengaruh pada penggunaan contoh sehari-hari, ilustrasi sederhana atau pengalaman pribadi yang dijadikan sebagai gagasan penjelas. Kepribadian *feeling* mempengaruhi pada isi pesan dakwah yang cenderung menggugah perasaan dari *mad'uw*, mengajak penghayatan dan mengajak agar tidak menciptakan konflik.

Bibliografi

- Basri, Subianto. "Gaya Bahasa Ustaz Das'ad Latief Dan Ustaz Abdul Somad Pada Video Ceramah Di Youtube." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Hall, Calvin S., and Gardner Linzey. *Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*. Edited by A. Supratiknya. Yogyakarta: Kanisius, 1993.
- Kodir, K H A, and A Rizkianto. "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube | The Communication Style of Husein Ja'far Al-Hadar's Da'wah in His Lecture" *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan ...* 4, no. 2 (2021): 49-63. <https://pdfs.semanticscholar.org/1191/7a88e5ab7f5147bb04aa9623d73c677d9f9a.pdf>

f.

- Koswara, E. *Teori-Teori Kepribadian*. Bandung: PT. Eresco, 1986.
- Ma'arif, Bambang Saiful. "Pola Komunikasi Dakwah KH . Abdullah Gymnastiar." *Mimbar*. Vol. 25, 2017. doi:<https://doi.org/10.29313/mimbar.v25i2.285>.
- Maimunah, and Lucky Prihartanto. "Pengaruh Kepribadian Terhadap Seleksi SDM Dalam Manajemen Dakwah." *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 2 (2021): 187–207. <https://ejurnal.staiha.ac.id/index.php/cendekia/article/view/137>.
- Mastuti, Endah. "Analisis Faktor Alat Ukur Kepribadian Big Five (Adaptasi Dari IPIP) Pada Mahasiswa Suku Jawa." *Insan* 7, no. 3 (2005): 264–76.
- Periantalo, Jelpa, and Saifuddin Azwar. "Pengembangan Skala Kepribadian Siswa Sma Dari Tipologi Kepribadian Jung Dan Myers-Briggs." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 1, no. 2 (2017): 191–207. doi:10.22437/jssh.v1i2.4301.
- Rachman, Rio Febriannur. "Dakwah Interaktif Kultural Emha Ainun Nadjib." *Jurnal Spektrum Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 1–9. doi:10.37826/spektrum.v6i2.35.
- Romli, Asep Syamsul M. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*. Bandung: Romelte, 2013.
- Stevani, Stevani, and Widayatmoko Widayatmoko. "Kepribadian Dan Komunikasi Susi Pudjiastuti Dalam Membentuk Personal Branding." *Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (2017): 65–73. doi:10.24912/jk.v9i1.225.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suryadi, Dwiki Bangkit. "Humor Pergaulan Dalam Dakwah: Analisis Model Krippendorff Pada Dakwah KH. Anwar Zahid Di Channel Youtube." UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2021.
- Tajiri, Hajir. "Rijal Al- Da ' Wah : Studi Faktor Karismatik Praktisi Dakwah." *Ilmu Dakwah* 11, no. 2017 (2017): 293–310. doi:10.15575/idajhs.v12i.1914.
- Yasin, Muhammad. "Gaya Komunikasi KH. Ahmad Bahaiddin Nursalim Di Youtube Episode: Kalau Mencintai Islam Jangan Sakiti Agama Lain." UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu, 2022.

