

Lebih jauh, ustad Edi menjelaskan bahwa terkadang HTI DPD II Tulungagung melakukan pendekatan kepada calon anggota baru berdasarkan referensi atau rekomendasi dari syabab-syabab HTI yang telah bergabung sebelumnya. Rekomendasi dari syabab kemudian ditindaklanjuti oleh pengurus atau *syabab* yang lebih berpengalaman untuk menjelaskan ide HTI kepada mereka. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, setelah ada kecocokan mereka akan diajak untuk mengikuti acara yang diselenggarakan oleh HTI DPD II Tulungagung. Acara tersebut biasanya masih bersifat umum, artinya hanya sebatas memperkenalkan ide-ide HTI saja.¹⁴

Di samping penggunaan *getok tular* konvensional tatap muka, HTI Tulungagung juga menggunakan media elektronik sebagai medium penyampaian pesan-pesan dakwah. Pola penyebaran pesan hampir sama dengan *getok tular* konvensional, tetapi *getok tular* elektronik lebih berorientasi pada penyebaran gagasan yang responnya tidak dapat terkontrol secara langsung. Pesan yang disebar tidak hanya diberikan kepada sabab dakwah yang telah secara resmi menjadi anggota HTI Tulungagung, tetapi diberikan secara bebas kepada semua kaum muslimin yang tentunya memiliki kedekatan personal dengan penyebar pesan. Seperti yang dijelaskan oleh Ustad Edi; “Seperti saya, saya dapat dari teman, kayaknya ini (pesan di WA. Pen) layak untuk kita sampaikan kepada teman-teman yang lain, yang di luar

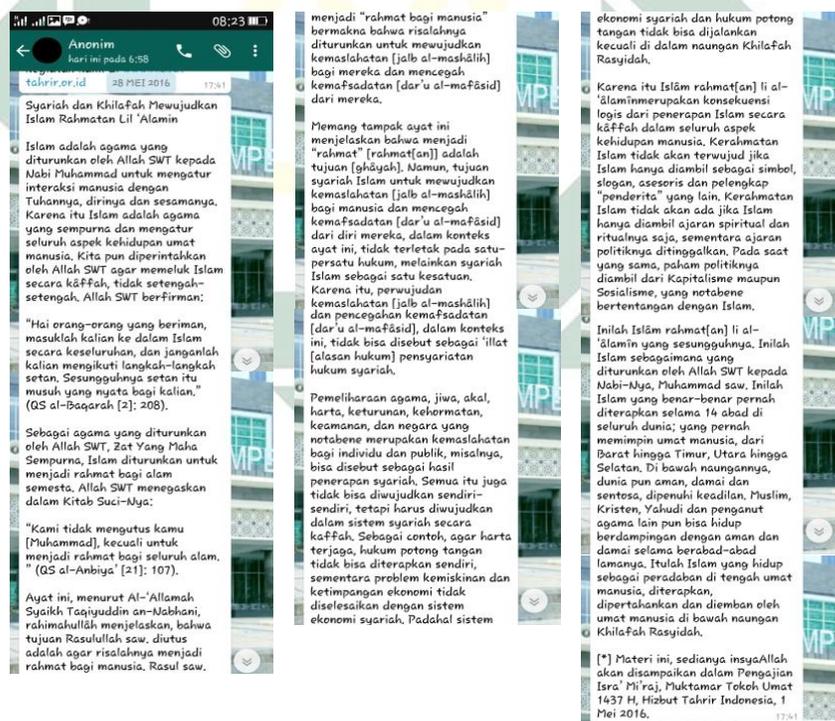
¹⁴ Hasil wawancara dengan Edi Sutrisno (Musyrif dan Syabab HTI DPD II Tulungagung), pada tanggal 29 Januari 2017, yang telah diolah oleh peneliti.

dengan calon penerimanya atau tidak. “.Iya, kalau saya cocok misalnya dengan teman pabrik sekiranya mereka bisa nangkap (menerima. Pen) ya saya share.”²⁰

Untuk memperoleh gambaran tentang pesan-pesan dawah HTI DPD II Tulungagung yang disebarakan secara *getok tular* melalui media sosial What App, berikut adalah contoh pesan dakwah yang disampaikan dan telah melewati beberapa smart phone yang kemudian berhulu pada smart phone peneliti:

Gambar. 4.1

Contoh Komunikasi *Getok Tular* HTI Melalui Media Sosial Whatt App



Sumber: Smartphone peneliti.

²⁰ Dian Iswantoro, Syabab HTI DPD II Tulungagung, *Wawancara*, Tulungagung, 29 Januari 2017.

“*Getok tular* itu artinya sang pengambil pesan, sang pengambil ilmu itu menerima langsung dari sumbernya. Di situ ada *warmness*, kehangatan, di situ juga ada ketulusan nampak dan itu tidak bisa pungkiri, sama seperti mas Diya’ datang sekarang, tapi itu tidak bisa digambarkan, kehangatan, ketulusan, kedekatan dan sebagainya, nah itu hanya bisa kita dapatkan dalam *getok tular*.”³⁴

Penjelasan ustad Fajar tersebut sejalan dengan apa yang dirasakan oleh ustad Edi Sutrisno. Dia menjelaskan;

“Kalau yang kita rasakan, ada referensi. Jadi ketika kita ada persoalan itu ada rujukan. Tapi yang lebih kuat lagi adalah ukhuwwaaah. Ukhuwwah di antara teman-teman yang sudah bergabung ini sangat terasa. Kalau dulu waktu jaman mahasiswa, saudara kita ya teman-teman halaqah itu, misalkan kita membutuhkan sesuatu, uang kuliah kita belum dikirim yang bisa membantu ya teman-teman halaqah ini”.³⁵

Lebih jauh tentang kedekatan, ustad Fajar menambahkan bahwa, melalui sistem komunikasi *getok tular* dalam kelas *halaqah* akan menumbuhkan rasa kekeluargaan yang sangat tinggi. Di antara *musyrif* dan *syababnya* bagaikan saudara, bahkan layaknya ayah dan anak-anaknya. “..Musrif itu terhadap warga binaannya atau warga *halaqoh*, itu bagaikan ayah dan saudara, *abun wa akhun...*”.³⁶ Bahkan kedekatan tersebut menjadi pembeda antara *ta’lim* dengan *perhalaqahan*. Ustad Edi Sutrisno menambahkan, “..Itu yang membedakan ta’lim dengan halaqah, ada interaksi. Idealnya, sampai urusan-urusan rumah tangganya atau pribadinya itu harus bisa (diselesaikan. pen). Tapi terkadang individual, artinya begini

³⁴ Ibid.,

³⁵ Edi Sutrisno, Musyrif dan Syabab HTI DPD II Tulungagung, *Wawancara*, Tulungagung, 29 Januari 2017

³⁶ Fajar Afifudin, Sekretaris dan Pendiri HTI DPD II Tulungagung, *Wawancara*, Tulungagung, 20 Agustus 2016.

sebagainya. Secara sederhana komunikasi *getok tular* sebagai metode kontak dakwah HTI DPD II Tulungagung diterapkan dalam dua aktifitas dakwah yaitu sebagai berikut;

a. Sebagai Metode Pengenalan Ide

Kontak dakwah melalui komunikasi *getok tular* HTI DPD II Tulungagung dilakukan dalam dua hal, yaitu secara konvensional tatap muka dan dengan menggunakan media elektronik atau memanfaatkan media sosial sebagai perantaranya. Tujuan utama dari proses dakwah dengan menggunakan komunikasi *getok tular* konvensional adalah dalam rangka menjalin kedekatan dan menarik minat calon anggota terhadap ide-ide HTI. Jika terjadi kecocokan, maka langkah selanjutnya adalah merekomendasikan calon anggota untuk mengikuti kajian yang masih bersifat umum. Pada kajian secara umum tersebut, calon anggota diajak untuk berdiskusi mengenai kondisi Indonesia terkini kemudian menganalisisnya dengan perspektif Islam. Sehingga akan muncul kesadaran pentingnya menerapkan syari'at Islam dalam kehidupan sehari-hari serta menegakkan daulah khilafah Islamiyah di Indonesia. Jika di antara calon anggota baru merasa tertarik untuk memperdalam tentang syari'at Islam dan sistem *daulah* khilafah Islamiyah, maka diperkenankan untuk mendaftarkan diri dan mengikuti pengakaderan HTI DPD II Tulungagung.

Di samping *getok tular* konvensional, HTI DPD II Tulungagung menggunakan *getok tular* elektronik dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. *Getok tular* elektronik merupakan komunikasi berantai dengan memanfaatkan media sosial sebagai perantaranya. Pesan yang disebar tidak hanya diberikan kepada *syabab* resmi HTI Tulungagung, tetapi juga diberikan secara bebas kepada semua kaum muslimin yang tentunya memiliki kedekatan personal dengan penyebar pesan atau minimal telah mengenalnya meskipun hanya beberapa saat saja. Sebelum disebar secara berantai, pesan dakwah diseleksi terlebih dahulu dan disesuaikan dengan calon penerima pesannya.

Tujuan utama dari dakwah *getok tular* elektronik adalah lebih berupa mencerahkan pemikiran dan mengkristalkan *ghirah*, menyuplay materi-materi yang diperlukan untuk khutbah, inspirasi dan lain sebagainya.

b. Sebagai Metode Pengkaderan

Setelah melalui proses panjang dengan mengikuti pengajian atau kegiatan awal. Masyarakat yang memiliki niat serius untuk mengkaji Islam, diajak untuk mengikuti kajian *halaqah* secara intensif setiap seminggu sekali. *Halaqah* menjadi unit yang paling penting di dalam dakwah HTI DPD II Tulungagung. Seorang yang telah menyatakan diri bergabung dengan HTI, harus komitmen mengikuti *halaqah* dalam waktu yang telah ditentukan.

waktu yang disepakati bersama serta posisi duduk melingkar dan tidak terlalu formal. Masing-masing dari mereka membawa kitab kajian yang hendak dibahas secara bersama-sama. Kajian dilakukan secara intensif dengan mengkaji kitab paragraf demi paragraf. Pada umumnya, setiap sekali pertemuan hanya dibatasi satu hingga dua paragraf saja, kemudian didiskusikan secara intensif selama kurang lebih dua jam.

Proses ini memberi efek kekeluargaan yang sangat erat. Antara *musyrif* dan *syabab* terbangun perasaan sebagai ayah dan anak, yang saling terbuka dalam setiap permasalahan. Bahkan, idealnya permasalahan keluarga juga dapat diceritakan dan dicari solusi jalan keluarnya bersama-sama.

2. Latar Belakang Penggunaan Komunikasi *Getok Tular* Sebagai Metode Kontak Dakwah

Berdasarkan paparan data yang telah dijelaskan, peneliti menemukan bahwa latarbelakang penggunaan komunikasi *getok tular* sebagai metode kontak dakwah HTI DPD II adalah sebagai berikut;

a. Faktor Efektif dan Efisien

Penerapan komunikasi *getok tular* tidak memerlukan banyak biaya dalam melakukannya. Pesan akan beredar dengan sendirinya pada satu individu ke individu yang lainnya, dari kelompok satu ke kelompok yang lainnya. Di samping itu, pada komunikasi *getok tular* terjalin kedekatan antara komunikator dengan komunikannya.

anggota. Ini dilakukan sebagai wujud tanggung jawab mereka sebagai umat muslim, yaitu menyampaikan kebenaran.

HTI DPD II Tulungagung menetapkan semua masyarakat Tulungagung secara keseluruhan sebagai target kontak dakwah mereka, baik dari kalangan pemerintah, ulama', pelajar, tukang becak bahkan masyarakat awam sekalipun. Mereka menyebut ini dengan istilah *digribik*⁴⁶, yaitu mengepung atau memasang dari segala sisi. Namun demikian, sebagaimana yang dilakukan oleh Rasulullah SAW dahulu, ada skala prioritas dalam kontak dakwah yaitu orang-orang terdekat dan pemegang simpul kekuatan masyarakat seperti ulama, penguasa, militer bahkan pemerintah.

Pemilihan simpul kekuatan dalam skala prioritas target dakwah HTI DPD II Tulungagung cukup bisa dipahami, hal ini disebabkan karena dengan menguasai simpul-simpul tersebut, komunikasi *getok tular* akan dengan mudah beredar secara sendirinya di masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Rudi Harjanto dan Deddy Mulyana bahwa, aktifitas komunikasi *getok tular* dalam komunikasi pemasaran berkembang layaknya sebuah aktifitas teaterikal secara alami. Para pemasar menggunakan pendekatan satu persatu melalui pertukaran informasi secara pribadi kepada para tokoh panutan dan mempengaruhinya. Pengaruh yang telah tertanam pada para tokoh dengan sendirinya menciptakan kampanye lisan yang canggih, sehingga para

⁴⁶ Istilah *digribik* biasanya sering digunakan oleh orang yang mencari ikan, yaitu memasang jaring dari berbagai sisi.

khalayak di sekitarnya ikut tercakup sebagai bagian para tokoh dan dengan sepenuh hati menyebarkan informasi kepada orang-orang terdekat.⁴⁷

Hal ini juga diungkapkan oleh Steeven A. Beebe bahwa Dalam komunikasi interpersonal terdapat dimensi power yang sangat berpengaruh terhadap kepercayaan seorang. Power (kekuasaan) merupakan kemampuan untuk mengarahkan orang lain ke arah yang diinginkan. Banyak sumber kekuasaan yang mampu digunakan dalam komunikasi interpersonal antara lain *coercive power* (kekuatan yang bersifat memaksa), *reward power* (kekuatan imbalan), *legitimate power* (kekuatan ligimitatif), *referent power* (kekuasaan panutan) dan *expert power* (kekuasaan karena keahlian).⁴⁸ Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa pemilihan simpul kekuatan merupakan langkah yang rasional dalam usaha mereka untuk memperoleh simpati yang lebih luas dari masyarakat atau calon anggota.

Dakwah dengan menggunakan komunikasi *getok tular* merupakan metode penyampaian pesan-pesan dakwah berantai dari mulut ke mulut yang melibatkan kedekatan personal antara *da'i* dan *mad'u*. Sebagaimana dijelaskan pada bab II bahwa syarat utama komunikasi interpersonal adalah terjadinya pertemuan dan respon secara langsung dari pengirim pesan dan penerimanya. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi *getok tular* yang digunakan dalam proses dakwah HTI DPD II Tulungagung diterapkan dalam dua tahap, yaitu tahap pengenalan ide dan pengkaderan.

⁴⁷ Rudi Harjanto dan Deddy Mulyana, *Komunikasi Getok Tular Pengantar Popularitas Merk*. Jurnal: Mediator, Vol.9 No.2 Desember 2008.

⁴⁸ Steeven A. Beebe and Susan A. Beebe, *Interpersonal Communication: Relating to Others*, (Boston: Allyn and Bacon, 1996), 208.

bahwa komunikasi bertujuan untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, membangun kontak sosial dengan orang sekitar dan untuk mempengaruhi orang lain agar merasa, berpikir atau bertindak seperti yang diinginkan. Namun tujuan berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologi.⁶³

b. *Getok Tular* Sebagai Metode Pengkaderan

Setelah melalui proses panjang dengan mengikuti pengajian atau kegiatan awal. Masyarakat yang memiliki niat serius untuk mengkaji Islam dan sistem daulah khilafah Islamiyah, diajak untuk mengikuti kajian *halaqah* secara intensif setiap seminggu sekali. *Halaqah* menjadi unit yang paling penting di dalam dakwah HTI DPD II Tulungagung. Seorang yang telah menyatakan diri bergabung dengan HTI, harus komitmen mengikuti *halaqah* dalam waktu yang telah ditentukan. Brant D Ruben dan Lea P. Steward menyebut fase semacam ini sebagai fase intensifikasi hubungan. Peserta tiba pada satu keputusan bahwa mereka ingin melanjutkan hubungan. Jika hubungan berlanjut, mereka harus mendapatkan cukup banyak pengetahuan satu dengan yang lainnya. Pada tahap ini orang sering menganggap diri mereka sebagai teman dekat.⁶⁴ Orang yang telah masuk pada tahap ini cenderung lebih terbuka mengenai rahasia-rahasia yang mereka miliki, mengembangkan simbol-simbol dan bahkan menyematkan nama-nama julukan yang lebih

⁶³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Satu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 4.

⁶⁴ Ruben dan Steward, *Komunikasi....*, 282-283.

