

Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu *Cari Berkah*

Restiawan Permana

Abstract: The so-called religious songs are increasingly recognized and positively responded by many, both children and adult. They then become an alternative trend in prose-lytizing, in addition to lecturing. *Wali* is a musical group in Indonesia that has a commitment to spread Islamic religious symbols through the lyrics of its songs. By using descriptive analysis, this article examines the song entitled *Cari Berkah* by the group as a strategy of proselytizing communication. The study results show that the song has delivered a positive message in accordance with Islamic law, as the group leads the listeners to become aware of the importance of helping each other.

Keywords: song lyric, proselytizing strategy, *wali* band, descriptive analysis.

Abstrak: Lagu-lagu yang bertemakan religi semakin dikenal dan digemari oleh banyak kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Kini berdakwah melalui lagu merupakan tren alternatif, selain berceramah. *Wali* adalah sebuah grup musik dalam negeri yang memiliki komitmen untuk meluaskan *syiar* agama melalui lirik lagu-lagunya. Melalui analisis deskriptif, artikel ini membahas lagu *Cari Berkah* karya Band Wali sebagai strategi komunikasi dakwah. Hasil studi menyatakan bahwa lagu *Cari Berkah* yang dibuat oleh Wali mewakili pesan yang positif sesuai dengan syariat Islam, karena Band Wali ingin mengajak pendengarnya untuk lebih menyadari akan arti pentingnya hidup saling tolong menolong antar sesama.

Kata Kunci: syair lagu, strategi dakwah, band wali, analisis deskriptif.

Restiawan Permana (indojakarta_work@yahoo.co.id) adalah Dosen Jurusan Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas BSI Bandung

Pendahuluan

Kehidupan yang penuh ketenteraman merupakan harapan bagi setiap umat manusia di dunia, tak terkecuali masyarakat Indonesia yang memiliki dinamika kehidupan yang cukup tinggi. Hal ini merupakan sebuah konsekuensi dari globalisasi yang mengakibatkan besarnya arus informasi yang masuk ke dalam setiap lini kehidupan sehingga merubah perilaku hidup berbangsa dan bernegara. Bukan hanya perubahan yang bersifat positif, perubahan negatif pun tidak dapat terelakan karena besarnya arus informasi tersebut tidak dapat dikontrol. Oleh sebab itu, perlu adanya upaya penyelamatan moral bagi generasi muda Indonesia agar menghasilkan suatu kondisi yang dinamis sesuai dengan pedoman hidup dari Allah SWT. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui dakwah.

Menurut Amrullah (1985: 65) eksistensi dakwah selain berperan sebagai pengubah terhadap realitas sosial yang ada kepada realitas sosial yang baru, juga sesungguhnya dipengaruhi oleh perubahan sosio-kultural yang ada. Dengan demikian dalam komunikasi dakwah perlu mengenal dan memahami perubahan-perubahan itu, sehingga metode dan materi dakwah dapat diselaraskan dengan suasana dan keadaan masyarakat yang berubah.

Berdakwah pada zaman sekarang ini tak hanya dilakukan para juru dakwah (*da'i*), melainkan juga dilakukan dengan banyak cara dan banyak tempat. Banyak media juga yang bisa digunakan dalam berdakwah, seperti televisi, koran, majalah, buku, internet, bahkan lagu. Sehingga diharapkan dakwah yang berupa nasehat, ajakan untuk kemaslahatan umat bisa sampai ke masyarakat tanpa terkecuali.

Selama ini metode dakwah mengandung bahasa yang keras atau cenderung “menakut-nakuti” umat. Dengan cara persuasif dan halus-lah yang paling tepat dalam berdakwah, meski hukum dakwah (khotbah, ceramah agama, dan sebagainya) memang merupakan peringatn bagi umat muslim. Oleh sebab itu, maka tak heran kini mulai banyak bermunculan para pelaku dakwah. Misalnya seperti artis Astri Ivo yang awalnya berprofesi sebagai artis, kini menjadi seorang *ustadzah*. Bahkan Anton Medan yang dulu pernah memiliki pengalaman sebagai seorang preman, kini menjadi *da'i*. Oleh sebab itu,

perkembangan dakwah di Indonesia cukup berkembang dikarenakan besarnya potensi masyarakat untuk berdakwah.

Pada dasarnya, penyampaian dakwah tidak akan sampai kepada sasarannya apabila tidak membaaur dan mengakomodasi dengan perilaku, kebudayaan, dan keadaan masyarakat. Singkatnya, apa yang selalu mereka kerjakan dan mereka sukai, di sanalah kita bisa menjadikannya media untuk berdakwah. Hal semacam ini bisa dilakukan di antaranya melalui pop religi dan *nasyid*. Keuntungannya, pesan-pesan Islam akan sampai kepada mereka, tanpa mengganggu kegemaran mereka sekaligus mengalihkan dari hal-hal buruk kepada hal positif, yakni dari lagu-lagu bernuansa kekerasan, fantasi, dan roman teralihkan ke lagu-lagu yang bernuansa religi.

Lagu merupakan sebuah manifestasi karya seni yang dikemas dengan nilai-nilai dramatis sehingga dapat merepresentasikan keinginan si pengarang lagu untuk menyampaikan pesan-pesannya kepada khalayak pendengar. Lagu merupakan sebuah perpaduan yang harmonis antara karya sastra yang ditulis dalam setiap liriknya dengan komposisi musik yang disesuaikan dengan tema dari musik tersebut.

Musik adalah suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu, dan keharmonisan terutama suara yang dihasilkan dari alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyian. Walaupun musik adalah sejenis fenomena intuisi, untuk mencipta, memperbaiki dan mempersembahkannya adalah suatu bentuk seni. Mendengar musik adalah sejenis hiburan. Musik adalah sebuah fenomena yang unik yang bisa dihasilkan oleh beberapa alat musik. Dengan musik seorang dapat melihat dunia sekaligus bersuara kepada dunia. Karenanya, musik tidak lagi menjadi hiburan, melainkan mengandung nilai-nilai.

Salah satu hal yang terpenting dalam sebuah musik adalah keberadaan lirik lagunya, karena melalui lirik lagu pengarang atau biasa disebut dengan musisi ingin menyampaikan pesan yang merupakan ekspresi terhadap apapun yang ia rasakan terhadap fenomena-fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar, dimana ia ikut berinteraksi di dalamnya. Jadi sebuah lirik lagu bukanlah rangkaian kata-kata indah semata, tetapi lebih dari itu lirik lagu merupakan representasi dari realitas yang dilihat atau rasakan atau dirasakan oleh si

pengarang. Realitas inilah yang mengilhami seorang musisi dalam membuat lirik lagu (Wulandari 2010: 3).

Berdakwah melalui lagu merupakan alternatif yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan ajaran-ajaran Islam dan dipadukan oleh unsur seni dan hiburan. Karena apabila dakwah hanya dilakukan oleh para *da'i*, maka kegiatan dakwah akan terbatas. Apalagi saat ini kegiatan dakwah (dalam pengertian sebenarnya) masih kurang digemari karena banyak pelaku dakwah kurang “agresif” terjun langsung ke masyarakat. Kebanyakan dari mereka hanya berdakwah pada acara-acara besar dan mewah. Bahkan kini orientasinya kepada materi. Jarang sekali ditemukan seorang *da'i* berdakwah secara sukarela. Maka tidak heran, akhirnya beberapa musisi kini melakukan aktivitas dakwah melalui lagu yang mereka buat.

Hal inilah yang dilakukan oleh grup band Wali, sebuah grup musik dari dalam negeri yang memiliki komitmen untuk menjadi grup musik yang melakukan *syiar* agama melalui lirik lagu-lagunya. Salah satu judul lagu Wali yang saat ini sedang marak diperdengarkan oleh media massa adalah lagu *Cari Berkah*. Lagu yang terdengar ringan namun memiliki pesan moral yang tinggi ini juga digunakan sebagai *soundtrack* salah satu sinetron religi yang ditayangkan di salah satu stasiun televisi swasta nasional.

Wali adalah grup band yang dibentuk pada 31 Oktober 1999 oleh beberapa mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah. Nama Wali sendiri diambil dari kata yang amat memasyarakat yang berarti wakil. Alasan dipilihnya nama Wali karena salah satunya selain nama tersebut sangat mudah diucapkan oleh semua orang, sisi lainnya adalah Wali dengan segala keterbatasan yang ada berharap bisa mewakili segenap perasaan dan curahan hati manusia. Grup band yang beranggotakan Faank (vokal), Apoy (gitar), Tomi (drum), dan Ovie (Keyboard) akhirnya pada tahun 2008 meluncurkan album pertama di bawah naungan perusahaan rekaman Nagaswara. Pada kesempatan itu pulalah dijadikan momentum masuknya band ini kedalam industri musik tanah air.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, itulah yang melatarbelakangi penulis meneliti suatu fenomena pada kegiatan dakwah di Indonesia yang dilakukan oleh musisi. Karena selama ini yang kita

ketahui bahwa kegiatan dakwah hanya dilakukan oleh seorang *da'i*. Ketertarikan penulis memilih Wali sebagai obyek dalam penelitian ini adalah karena Wali merupakan salah satu grup band tanah air yang sedang naik daun, dan mereka selalu menyisipkan pesan-pesan dakwahnya melalui lagu-lagu yang mereka buat dan dikemas dengan kemasan sederhana namun bermakna. Agar kegiatan dakwah berlangsung efektif, maka diperlukan sebuah strategi di dalamnya.

Dari sekian banyak lirik lagu Wali, penulis tertarik untuk melakukan sebuah analisa pada karya Wali yang berjudul Cari Berkah yang ada di album Wali 3 in 1. Ketertarikan tersebut didasarkan pada lirik lagunya yang berunsur kedakwahan dan mengajak pendengar yang rata-rata umat Islam untuk hidup saling tolong-menolong satu sama lain. Karena dengan hidup saling berbagi inilah Allah akan meridhoi umatnya melalui rejeki yang diberikan. Selain itu, alasan lain penulis meneliti lagu Wali yang berjudul Cari Berkah ini dikarenakan pada unsur metafora. Menurut Sobur (2003; 155), metafora adalah pemakaian kata atau ungkapan lain untuk objek atau konsep lain berdasarkan kiasan atau persamaan.

Strategi Komunikasi Dakwah

Sebelum menguraikan strategi komunikasi dakwah secara keseluruhan, maka perlu penulis memberikan pengertian satu persatu dari definisi ketiga kata tersebut. Pertama adalah definisi strategi yang menurut Ruslan (2000: 31) merupakan suatu perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya. Pengertian tersebut dapat juga dikatakan bahwa strategi merupakan model perencanaan yang secara eksplisit dikembangkan oleh para manajer dengan mengidentifikasi arah tujuan, kemudian mengemabangkan rencana tersebut secara sistematis dan terukur untuk mencapai tujuan.

Sedangkan definisi kedua yakni komunikasi. Menurut Mulyana (2002: 62) komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Di samping itu, menurut West dan Turner (2007: 5), komunikasi adalah proses sosial dimana individu-

individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Maka dapat dipahami bahwa komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan dari satu individu ke individu lainnya untuk dapat mengubah perilaku.

Maka dapat disimpulkan, bahwa strategi komunikasi adalah paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi tersebut harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan. Dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan guna melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Tujuan strategi komunikasi Pace, Peterson, dan Burnet dalam Ruslan (2000: 31) antara lain: *to secure understanding*, yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi; *to establish acceptance*, bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik; *to motive action*, penggiatan untuk memotivasinya; *the goals which the communicator sought to achieve*, bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Definisi terakhir atau yang ketiga, yaitu dakwah. Istilah dakwah secara etimologis menurut Anshari (1995: 17) mempunyai arti seruan, ajakan atau panggilan. Sedangkan secara terminologis, kata dakwah berarti menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan hidup Islam. Sedangkan menurut Oemar dalam Bisri (2009: 19), dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia akhirat.

Sebagai suatu istilah, dakwah merupakan konsep khas Islam yang memiliki pengertian menyeru kepada hal yang positif, yaitu positif menurut nilai dan norma Islam. Sedangkan pemahaman secara operasional, dakwah adalah suatu usaha mengubah sikap dan tingkah laku

orang dengan jalan menyampaikan informasi tentang ajaran Islam, dan menciptakan kondisi serta situasi yang diharapkan dapat memengaruhi sasaran dakwah, sehingga terjadi perubahan ke arah sikap dan tingkah laku positif menurut norma-norma agama (Muhsin 2008: 146).

Dengan demikian, maka strategi komunikasi dakwah berarti perencanaan yang efektif dan sistematis dari komunikator (*da'i*) untuk merubah perilaku komunikan (masyarakat) sesuai dengan ajaran Islam. Menurut Dermawan (2005:144), dalam hubungannya dengan dakwah Islam, strategi dakwah berarti kepiawaian seorang *da'i* dalam menangani sesuatu, terkait metode dan pendekatan yang digunakan untuk meraih sesuatu, serta memiliki watak dasar identifikatif, dan bukan apologistik. Untuk itu, dalam proses menjalankan strategi dakwah, tentu kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh *da'i* akan memiliki dampak cukup signifikan. Tentunya selain adanya usaha secara spiritual seperti mendoakan komunikan agar selalu mendapatkan rahmat Allah.

Musik

Musik diartikan sebagai ungkapan dari perasaan yang dituangkan dalam bentuk bunyi atau suara, ungkapan yang dikeluarkan melalui suara manusia disebut vokal, sedangkan ungkapan yang dikeluarkan melalui bunyi alat musik disebut instrumen (Subagyo 2006: 4).

Musik sendiri menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia memiliki makna bunyi-bunyian yang ditata enak dan rapi. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa musik dapat menciptakan sebuah lagu. Sebuah lagu yang dinyanyikan biasanya terdiri dari tiga komponen yang saling melengkapi dan saling bergantung. Komponen tersebut antara lain paduan alat musik atau instrumen, suara atau vokal, dan yang terakhir lirik lagunya. Instrumen dan kekuatan vokal penyanyi adalah sebagai tubuh sedangkan lirik lagu adalah jiwa atau nyawa adalah penggambaran musik itu sendiri.

Lirik lagu dalam musik yang sebagaimana bahasa dapat menjadi sarana atau media komunikasi untuk mencerminkan realitas sosial yang beredar di masyarakat. Lirik lagu dapat pula sebagai sarana untuk sosialisasi dan pelestarian terhadap sikap atau nilai. Oleh karena itu,

ketika sebuah lirik lagu diarsir dan diperdengarkan kepada khalayak, juga mempunyai tanggung jawab yang besar atas tersebar luasnya keyakinan, nilai-nilai, bahkan prasangka tertentu.

Menurut Wulandari (2010:3), berkembangnya nilai-nilai religius tidak hanya dapat dijumpai pada tayangan atau sinetron televisi, tetapi juga pada musik dan lagu. Nuansa-nuansa musik religi kini menjadi lebih cair. Bahkan Opick dengan lagu-lagu religinya berhasil mendapatkan platinum. Dan dapat dilihat juga bagaimana grup band GIGI, Ungu, Wali, ataupun Slank, tidak canggung dalam menyanyikan lagu-lagu yang bernafaskan religius. Dan yang lebih menarik mereka membawakannya dengan corak musik yang memang menjadi ciri khas mereka sebelumnya.

Menurut Mulyani (2003: 54) musik bukan saja dijadikan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sarana dakwah. Melalui musik, ekspresi kebahagiaan dan pesan-pesan moral keagamaan ditampakkan dan dijabarkan. Sejarah perkembangan dakwah Islam ternyata penuh dengan percikan seni keindahan, baik dalam wujudnya sebagai hiburan maupun dakwah Islamiyah. Seni musik telah menjadi bagian amat penting dari keseluruhan sejarah penyebaran ajaran Islam di seluruh dunia. Maka, tidaklah mengejutkan jika banyak juga *nash-nash* yang melegitimasi keberadaan seni musik sebagai hal yang patut dikembangkan. Di antara *nash-nash* itu antara lain sabda Nabi Muhammad SAW yang menegaskan bahwa:

Pada suatu hari Rasulullah SAW masuk di tempatku (Aisyah ra), sementara di sampingku ada dua orang gadis (budak perempuan) yang sedang mendengarkan nyanyian dengan menggunakan rebana. Kulihat Rasulullah SAW sedang berbaring dengan memalingkan mukanya. Pada saat Abu Bakar ra masuk dan marah kepada saya (Aisyah ra). Katanya, "Di tempat Nabi SAW ada seruling setan? Mendengar perkataan itu, Nabi Muhammad SAW lalu menghadapkan mukanya kepada Abu Bakar seraya berkata: Biarkanlah keduanya wahai Abu Bakar!" Ketika Abu Bakar tidak memperhatikan lagi, maka saya suruh kedua budak perempuan itu keluar. Waktu itu adalah Hari raya di mana orang-orang Sudan sedang menari dengan memainkan alat-alat penangkis dan senjata perangnya di dalam masjid.

Sementara itu Suseno (2005: 7) menyatakan bahwa musik dalam Islam sebenarnya sudah tidak asing lagi, karena Al-Qur'an sendiri adalah syair-syair Tuhan yang ketika dilantunkan dengan suara yang merdu dan bacaannya diperindah, maka hal itu sudah dapat disebut musik. Di samping itu, alunan *adzan* dapat juga disebut sebagai musik. Kalau diperhatikan, lagunya mula-mula terasa sedih, namun semakin lama terdengar semakin melodius (merdu/bermelodi). Perbedaannya dengan musik-musik lain yakni bahwa lantunan Al-Qur'an dan *adzan* tidak disusun kedalam not-not seperti lagu-lagu pada umumnya.

Metodologi

Penelitian ini merupakan studi pustaka, yaitu penelitian yang berusaha menghimpun data dari penelitian literatur dan menjadikan 'dunia teks' sebagai obyek utama analisisnya. Dalam konteks ini, peneliti melakukan deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat obyek tertentu. Secara operasional, melalui kerangka konseptual (landasan teori), dilakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyan-tono 2006: 48).

Dalam kajian ini penekanannya pada studi tentang strategi komunikasi dakwah band Wali melalui lagu *Cari Berkah*, dengan mengumpulkan data-data dan konsep yang ada keterkaitannya, kemudian disusun untuk dianalisis, diklasifikasikan, dan ditarik kesimpulan.

Model analisis data yang digunakan ialah metode kualitatif. Menurut Sutopo (1998: 23), metode analisis kualitatif yaitu menganalisa data tanpa menggunakan kategori-kategori tertentu dan menghubungkannya

secara kualitatif. Model analisis yang digunakan di sini adalah model analisis mengalir (*flow model analysis*). Dalam melakukan analisis, peneliti bergerak pada tiga komponen, yaitu pengumpulan data, pengolahan data, dan penarikan kesimpulan sebagai proses siklus.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Dakwah. Musik adalah bahasa universal. Melalui musik, siapa saja bisa menyampaikan beragam pesan seperti cinta dan persahabatan (sosial), alam, hingga berdakwah. Seperti itulah yang dilakukan grup band Wali yang awalnya menciptakan lagu-lagu bertema cinta. Namun kini Wali sering kali menciptakan lagu bertema religi, dengan maksud ingin berdakwah melalui setiap lagu-lagunya.

Ada kalanya seseorang memanfaatkan musik sebagai media untuk lebih mendekatkan dirinya kepada Sang Pencipta. Begitu kuatnya sebuah makna lirik lagu hingga mampu menggugah emosi nurani. Sebagai salah satu karya seni, musik relatif berpengaruh bagi setiap orang. Kekuatan dan keharmonisan dari lirik lagu dapat mempengaruhi pendengar secara emosional, karena biasanya musisi menyampaikan pesannya melalui lirik lagu. Menikmati sebuah lagu dapat menggunakan cara sederhana seperti pada orang kebanyakan, tetapi mencerna pesan-pesan di dalamnya diperlukan keterampilan agar mampu menikmatinya lebih mendalam. Banyak lagu-lagu yang sedang tenar di jaman sekarang ini tetapi tidak semua lagu membeberikan pesan yang baik bagi si pendengarnya. Lagu yang baik untuk didengar adalah lagu yang berisi pesan yang mengandung arti yang bermakna bagi kehidupan kita.

Untuk mengingat nasihat-nasihat agama yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadist, baik yang dituturkan oleh wali, ulama, guru ngaji, atau orang tua,

tentu bukanlah perkara mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhi masuknya sebuah pesan ke telinga manusia. Dengan melalui lirik lagu, nasihat, himbauan dan anjuran agama akan lebih mudah diterima, karena lirik lagu menawarkan ritmis notasi dan kedalaman makna yang dapat membuat hati terbuai dalam alunannya.

Wali kini menjadi salah satu grup band tanah air yang sedang naik daun di blantika musik Indonesia. Lagu-lagu yang dibawakan oleh Wali mengandung pesan yang bermanfaat bagi setiap orang yang mendengarnya. Dalam setiap albumnya, Wali menciptakan lirik-lirik lagu yang mengandung arti yang mendalam dan dapat menyentuh hati setiap orang yang mendengarkan lagunya.

Tujuan Wali menyampaikan dakwahnya melalui lagu *Cari Berkah* adalah sebagai salah satu cara untuk mengajak manusia ke jalan Allah, jalan yang benar, memerintahkan yang *ma'ruf* (kebajikan) dan mencegah yang *munkar* (kebatilan). Dakwah ini juga bertujuan untuk memengaruhi cara berpikir manusia, cara merasa, cara bersikap, dan bertindak, agar manusia bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, terutama untuk hidup tolong-menolong.

Strategi yang didukung dengan metode yang bagus dan pelaksanaan program yang akurat, akan menjadikan aktivitas dakwah menjadi matang dan berorientasi jelas di mana cita-cita dan tujuan telah direncanakan. Lirik lagu merupakan sebuah media komunikasi verbal yang memiliki makna pesan di dalamnya, sebuah lirik lagu bila tepat memilihnya biasa memiliki nilai yang sama dengan ribuan kata atau peristiwa, juga secara individu mampu untuk memikat perhatian.

Wali tidak cuma sekedar menulis dan menyanyi, tapi setiap lagunya berisi pesan moral yang di dalamnya memuat tentang nilai-nilai Islami, puji-pujian terhadap Allah dan Rasul-Nya, ajakan ke hal-hal positif, nasihat-nasihat untuk meninggalkan hal yang buruk, dan lain sebagainya yang mencakup tentang agama Islam. Tanpa berusaha menggurui atau mendoktrin, justru Wali tampil dengan nuansa santai dengan aransemen musik yang mudah dicerna. Seperti yang tampak pada lagu berjudul *Cari Berkah*. Sebuah ajakan dengan nuansa yang sederhana akan lebih cepat sampai dan lebih mudah diterima, apalagi jika disisipkan dengan unsur yang jenaka.

Penulis mendeskripsikan lagu *Cari Berkah* pada album *3 in 1* untuk menemukan karakteristik pesan yang Wali gunakan dalam berdakwah. Selain terkandung unsur hiburan di dalamnya, lagu *Cari Berkah* juga mengandung unsur religi. Berikut ini adalah penggalan lirik lagu *Cari Berkah* yang diciptakan oleh Apoy Wali:

*Bang, beli bawang, beli bawang gak pake kulit
Bang, jadi orang, jadi orang jangan pelit-pelit
Neng, beli batik, beli batik warnanya terang
Neng, tambah cantik, kalo sering bantu orang*

Lirik atau bait di atas merupakan *verse* pada lagu *Cari Berkah*. *Verse* seringkali disebut dengan bait, terletak di awal pada lagu setelah *intro* dimainkan. *Verse* biasanya bercerita sekitar tema lagu, atau liriknya seperti digunakan untuk berbasa-basi atau juga untuk bercerita awal mulanya dari inti cerita lagu. Dengan kata lain bahwa *verse* atau bait itu merupakan titik awal penceritaan lagu. Pola nadanya hampir sama, bahkan seringkali sama, hanya mengalami pergantian syair.

Lirik tadi menunjukkan bahwa lagu *Cari Berkah* ini dikemas secara unik karena dikemas dengan kemasannya yang santai dan jenaka, berbeda dengan lagu-lagu religi pada umumnya. Dikarenakan dalam lagu ini menggunakan bahasa sehari-hari yang sederhana, dan menyempurnai sebuah puisi berima. Rima itu sendiri adalah pengulangan bunyi yang berselang, baik dalam larik sajak maupun pada akhir larik sajak. Rima merupakan salah satu unsur penting dalam puisi. Tidak terkecuali, dalam lirik lagu pun terdapat rima. Melalui rima inilah, keindahan suatu lirik lagu tercipta. Rima tidak selalu berada di akhir baris dalam satu bait. Rima juga dapat ditemukan dalam satu baris.

Jenis rima yang digunakan dalam lirik lagu *Cari Berkah* adalah rima akhir silang (a-b-a-b), yaitu persamaan bunyi pada akhir baris. Seperti kata-kata yang ada di dalam lirik di atas, yaitu: ba-wang → kulit, o-rang → pe-lit; ba-tik → te-rang, can-tik → o-rang; selanjutnya lirik-lirik lagunya pun memiliki pola yang sama.

Selain tema atau makna dalam sebuah lagu, keindahan pola kalimat pun merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan penulis lagu agar lagu tersebut dapat dinikmati (dibaca dan didengar)

oleh si penikmat. Hal tersebut juga merupakan tujuan utama dalam berkomunikasi. Inilah strategi yang digunakan Wali agar setiap pesan dakwahnya didengar.

Terlihat jelas bahwa penggalan lirik lagu *Cari Berkah* pada bagian *verse* di atas memiliki pesan persuasif, di mana dalam lirik tadi Wali sebagai komunikator mengajak setiap pendengar (komunikan) untuk berbuat baik dengan sesama. Terlebih lagi, Wali juga mengingatkan kita semua bahwasanya segala yang kita miliki adalah pemberian Allah. Pesan tersebut menandakan bahwa ajakan yang dilakukan oleh Wali merupakan bagian dakwah yang mereka gunakan melalui lagu-lagunya.

Seperti layaknya lagu, lagu *Cari Berkah* juga memiliki *bridge*. *Bridge* itu sama dengan pengertian aslinya, yaitu jembatan. Fungsinya adalah sebagai jembatan dalam lagu, antara *verse* dengan *reff*. *Bridge* umumnya dibutuhkan untuk lagu yang menggunakan *reff*. Untuk sebagian kasus dimana penulis lagu menggunakan dua *chorus*, *bridge* juga sangat diperlukan untuk membuat lagu lebih enak terdengar.

Di bawah ini adalah bagian *bridge* lagu *Cari Berkah* yang dinyanyikan oleh band yang beberapa personilnya merupakan alumni UIN Syarif Hidayatullah:

*Itu semua dari Allah, itu semua karena Allah
Itu semua milik Allah Barokallah*

Pesan di atas menunjukkan bahwa Wali layaknya seorang *da'i* yang selalu mengingatkan seluruh umat muslim bahwa Allah adalah pemilik segalanya. Semua yang ada di bumi adalah milik-Nya, manusia hanya sebagian kecil yang diciptakan oleh Allah di muka bumi ini. Maka dari itu, lagi-lagi Wali menyisipkan pesan-pesan dakwah dalam setiap bait lagunya. Ini merupakan strategi yang digunakan Wali dalam mensyiarkan nilai-nilai islami kepada setiap orang.

Tidak hanya sampai di situ, sebuah lagu tidak akan sempurna jika tidak ada klimaksnya. Yang berfungsi sebagai klimaks dalam sebuah lagu disebut *chorus*. *Chorus* merupakan bagian yang paling ditunggu-tunggu dalam sebuah lagu. Biasanya *statement* atau misi utama lagu ada di bagian ini. *Chorus* memiliki nilai *excitement* yang lebih tinggi dari *verse*. Melodi *chorus* biasanya sudah merupakan pengembangan lebih

lanjut dari *verse*, yang mengandung lompatan klimaks. *Chorus* menggunakan pola melodi yang berbeda dan lebih nyaman daripada *verse*, kord yang digunakan pun berbeda dengan *verse*.

Chorus pada lagu Cari Berkah adalah:

*Banyak harta ngapain...ngapain
Kalo gak berkah pikirin...pikirin
Oh punya harta gak mungkin...gak mungkin dibawa mati
Hidup indah bila mencari berkah*

*Punya rezeki bagiin...bagiin
Bantu yang susah tolongin...tolongin
Oh jadi miskin gak mungkin...gak mungkin, Allah yang jamin
Hidup indah bila mencari berkah*

Lirik di atas menandakan bahwa pesan dakwah yang dinyanyikan Wali melalui lagu Cari Berkah ini bertujuan untuk mengajak setiap umat muslim untuk berbagi dengan sesama. Terutama bagi orang yang memiliki harta (rejek) lebih, wajib hukumnya untuk membantu orang lain yang membutuhkan. Karena dengan berbuat kebaikan dengan sesama umat manusia, maka berkah dari Allah akan didapat.

Berbuat baik dan berbagi antar sesama atas apa yang kita miliki secara sah dan halal merupakan sifat mulia. Oleh sebab itu, kita dianjurkan untuk berbuat baik kepada setiap orang sebagaimana yang disebutkan dalam firman Allah dan sabda Rasulullah SAW tentang perintah untuk berbuat baik, diantaranya:

- a. “Dan berbuat baiklah sebagaimana Allah telah berbuat baik padamu.” (QS. Al-Qashas: 77)
- b. “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kaum kerabat.” (QS. An-Nahl: 90)
- c. “Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS. Al-A’raf: 56)
- d. “Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang bertakwa dan orang-orang yang berbuat kebaikan (QS. An-Nahl: 128)
- e. Bagi orang-orang yang berbuat baik, ada pahala yang terbaik (surga) dan tambahannya.” (QS. Yunus: 26)

- f. Nabi SAW bersabda, “Sesungguhnya Allah telah mewajibkan kebaikan kepada setiap sesuatu.”

Sebagai penutup, pada setiap lagu terdapat *ending* yaitu bagian lagu yang paling akhir. Biasanya berupa *fade out* (akhir lagu yang liriknya diulang sampai memudar).

*Ya Allah Tuhan kami, berkahi hidup ini
Sampai tua nanti dan sampai dan sampai dan sampai kami mati*

Seperti lirik sebelumnya, *ending* di atas juga memiliki pola kalimat berbentuk rima. Tetapi rima yang digunakan adalah rima terus (a-a-a-a). Dan pesan tersebut menunjukkan bahwa Allah ialah “tempat” meminta dan memohon. Hanya kepada-Nya manusia bergantung, termasuk memohon keberkahan dalam hidup kita di dunia dan akhirat.

Wali merupakan musisi yang berkomitmen mengajak pendengarnya berperilaku sesuai ajaran Islam. Hal ini menunjukkan bahwa melalui lagu-lagunya, Wali memberi dakwah dengan kemasan yang berbeda dan dikemas dengan nuansa hiburan. Hal ini seperti yang diungkapkan Suseno (2005: 9) bahwa fungsi lagu dalam masyarakat muslim yang telah teruji oleh sejarah di antaranya dapat menjadi salah satu media dakwah. Lagu religius atau lagu rohani disebut dengan berbagai sebutan, di antaranya adalah *kasidah*, *barzanji*, *shalawat* juga *nasyid*. Adapun menurut jenisnya, lagu-lagu Islami tidak dapat disebut sebagai lagu rohani yang murni karena tidak digunakan dalam proses peribadatan seperti halnya umat agama lain. Jadi lagu ini dikategorikan kedalam lagu rohani hiburan sekaligus sebagai media dakwah.

Kesimpulan

Lagu-lagu yang bertemakan religi kian dikenal mulai dari anak-anak sampai orang tua. Para musisi pun berlomba-lomba menciptakan tatanan (karakter) musik, lirik (syair) maupun karakter vokal yang khas baik untuk tujuan komersial atau murni untuk dakwah. Salah satunya adalah grup band Wali. Grup band asal Ciputat – Tangerang yang terbentuk tahun 1999 ini menciptakan lagu-lagu yang mengandung unsur Islami. Walaupun dikemas dengan nuansa modern dan universal, tetapi benang merahnya tetap tertuju pada syiar agama.

Setiap lagu yang dibuat Wali mewakili pesan positif sesuai syariat Islam, karena Wali sendiri ingin mengajak pendengarnya untuk lebih menyadari akan arti pentingnya hidup saling tolong menolong antar sesama. Syairnya yang sederhana namun sarat akan makna religius dikemas dalam alunan musik yang riang. Karena hal ini memang merupakan ciri khas Wali menciptakan lagu-lagu yang bertemakan religi namun disajikan dengan cara yang berbeda dari kebanyakan lagu yang ada. Tujuannya adalah agar setiap lagu yang dibawakan Wali dapat menggugah hati para pendengarnya. Bukan hanya itu, lagu-lagu Wali juga sering dijadikan sebagai media pembelajaran agama Islam.

Maka strategi komunikasi dakwah yang digunakan grup band Wali melalui lagu *Cari Berkah* ini merupakan suatu rangkaian perencanaan yang efektif dan sistematis dari Wali sendiri untuk merubah perilaku masyarakat (pendengar) sesuai dengan ajaran Islam.

Referensi

- Amrullah, Ahmad. 1985, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, PLP2M, Yogyakarta.
- Anshari, Isa. 1995, *Mujahid Dakwah*, PT Diponegoro, Bandung.
- Basrowi & Suwandi. 2008, *Memahami Penelitian Kualitatif*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Bisri, Hasan, 2009. *Filsafat Dakwah*, Dakwah Digital Press, Surabaya.
- Bogdan, Robert & Steven J. Taylor. 1993, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif* (Terjemahan A. Khozim Afand), Penerbit Usaha Nasional, Surabaya.
- Dermawan, Andy. 2005, *Ibda Bi Nafiska Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*, Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Hamidi, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.

- Kriyantono, Rakhmat. 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2002, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mulyani, Euis Sri. 2003, *Panduan Pengajaran Seni dalam Islam*, Departemen Agama RI, Jakarta.
- Muhsin, Habib. 2008, Menggagas Model Komunikasi Dakwah “Bil Hal” di Pedesaan. *Jurnal Ilmu Sosial Alternatif* vol. IX no. 2, hal. 146, APMD, Yogyakarta
- Ruslan, Rosady. 2000, *Manajemen Public Relations dan Manajemen Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sobur, Alex. 2003, *Semiotika Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D*, CV Alfabeta, Bandung.
- Suseno, Darmo Budi. 2005, *Lantunan Shalawat + Nasyid Untuk Kesehatan dan Melejitkan IQ-EQ, SQ*, Media Insani, Yogyakarta.
- Sutopo, H.B. 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2007, *Pengantar Teori Komunikasi 2: Analisis dan Aplikasi*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Wulandari, Dinny Arisoffi. 2010, *Representasi Dakwah dalam Lirik Lagu Tobat Maksiat Pada Album Ingat Sholawat Karya Wali Band (Studi Semiotologi Representasi Dakwah dalam Lirik Lagu Tobat Maksiat)*, UPN Veteran, Surabaya.

Internet

- Istilah-Istilah Umum dalam Lagu* (diupdate 23/7/2011). Diakses pada 23/2/2012 dari <http://keyboardiz.com/?p=article&id=929>

Rima dalam Puisi (diupdate 25/8/2010). Diakses pada 25/2/2012 dari <http://kelasmayaku.wordpress.com/2010/08/25/rima-dalam-puisi/>

Senandung Cahaya Islam Melalui Pop Religi (diupdate 11 Januari 2010). Diakses pada 15 Februari 2013 dari <http://qultummedia.com/Kabar-Qultum/Review-Buku/senandung-cahaya-islam-melalui-pop-religi.html>

Profil Wali. Diakses pada 15/2/2013 dari <http://waliband.net/profil.php>