

BAB IV

USTADZ ABDULLAH GYMNASTIAR DALAM BUDAYA POPULER

PERSPEKTIF HIPERSEMIOTIKA YASRAF AMIR PILIANG

Pembahasan mengenai teori hipersemiotika Yasraf Amir Piliang pada bab dua telah memberikan uraian mengenai kajian semiotika, hipersemiotika Yasraf Amir Piliang dan agama dalam budaya populer. Pembahasan pada bab tiga mengenai profil ketokohan Abdullah Gymnastiar telah memberikan uraian mengenai ketokohan Aa Gym mulai dari sejarah hidup, riwayat pendidikan sampai dengan karya-karyanya. Selanjutnya pada bab empat peneliti akan memberikan uraian mengenai ustadz Abdullah Gymnastiar dalam budaya populer yang kemudian akan dianalisis menggunakan kajian hipersemiotika Yasraf Amir Piliang.

Agar dapat mencapai kepada hipersemiotika dalam menyoroti fenomena ustadz selebriti Abdullah Gymnastiar dalam budaya populer, perlu dibahas lebih lanjut mengenai apa yang telah diungkapkan pada bab sebelumnya mengenai hipersemiotika. Penggunaan awalan hiper pada hiper-semiotika dengan sendirinya menekankan aspek-aspek melampaui atau berlebihan pada wacana semiotika. Hipersemiotika, dengan demikian, adalah sebuah ilmu tentang produksi tanda, yang melampaui realitas, yang berperan dalam membentuk dunia hiper-realitas. Dunia hiper-realitas, dalam hal ini, adalah dunia melampaui, yang tercipta akibat penggunaan *hyper-signs* dan sistem pertandaan yang melampaui (*hyper-signification*). Aspek-aspek melampaui atau berlebihan pada wacana semiotika ini

sangat nampak pada wacana-wacana ustadz selebriti di media populer khususnya ustadz Abdullah Gymnastiar.

Simbol-simbol keagamaan yang dibawa oleh ustadz “selebriti”, ketika bercampur dengan budaya populer, maka simbol-simbol keagamaan tersebut akan dibangun oleh imajinasi populer sehingga menimbulkan makna-makna yang melampaui pada istilah hipersemiotika. Menurut Yasraf Amir Piliang, imajinasi populer yang dimaksud dibangun setidaknya ada empat bentuk, yaitu; cara berpikir populer, komunikasi populer, ritual populer, dan simbol populer.

A. Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) dalam Budaya Populer

Uraian kali peneliti akan memfokuskan beberapa hal dari sepak terjang Aa Gym dalam budaya populer yang nantinya akan dijadikan sebagai bahan analisis. Perlu peneliti tegaskan karena penelitian ini menggunakan analisis hipersemiotika, oleh karena itu hal-hal yang akan penulis uraikan hanya yang memiliki unsur hiper-nya saja. Hal ini dirasa penting untuk memberikan batasan agar tidak keluar jalur dari kajian hipersemiotika.

1. Konsep Dakwah Aa Gym

Da’i adalah orang yang melakukan dakwah baik lisan, tulisan ataupun perbuatan, baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi/lembaga. Seorang da’i mempunyai peran penting dalam proses pelaksanaan dakwah. Kepandaian atau kepiawan seorang da’i akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para

objek dakwah. Setiap da'i memiliki kekhasan masing-masing, tergantung kepada wacana keilmuan, latar belakang pendidikan, dan pengalaman hidupnya.¹

Dakwah, pada hakekatnya adalah “upaya sadar” untuk mempengaruhi dan mengajak orang lain, atau kelompok tertentu, agar mau mengikuti “jalan kebenaran”. Dalam konteks dakwah Islamiyah, yang dimaksud dengan jalan kebenaran itu adalah “Agama Islam”. Fungsi dakwah dan peranannya, tidak lain adalah memberikan jalan keluar yang benar dan tepat kepada umat manusia dari berbagai macam situasi yang serba kelam menuju situasi yang terang.

Watak dasar dakwah adalah mengubah (bersifat transformatif), kearah yang lebih baik. Namun dilain sisi dakwah juga mempertahankan prinsip-prinsip ajaran atau nilai-nilai fundamental, yang diyakini kebenarannya, yang menjadi jati diri, oleh karena itu dakwah juga bersifat mempertahankan dan melestarikan ajaran (bersifat konservatif). Secara makro, eksistensi dakwah Islamiyah senantiasa bersentuhan dan bergelut dengan realitas yang mengitarinya. Dalam perspektif historis, pergumulan dakwah Islamiyah dengan realitas sosio-kultural menjumpai dua kemungkinan:²

Pertama: Dakwah Islamiyah mampu memberikan *out put* atau hasil serta pengaruh terhadap lingkungan, dalam artian memberi dasar pandangan (*wijhatun nazhor*), dasar filosofi, arah, dorongan dan pedoman perubahan masyarakat, sampai terbentuk realitas yang baru. *Kedua:* Dakwah Islamiyah “dipengaruhi” oleh

¹Nurul Badruttamam, *Dakwah Kolaboratif Tarmizi Taher* (Jakarta: Grafindo Khazanah Ilmu, 2005), h. 101-102.

²Muhammad Tholhah Hasan, *Islam dan masalah Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Lantabora Press, 2004), h. 215-216.

perubahan masyarakat, dalam artian eksistensi corak, pendekatan dan arahnya. Ini berarti bahwa aktualitas dakwah selalu dipengaruhi oleh sistem sosio-kultural yang ada.

Dua kemungkinan tersebut nampaknya ada dalam realitas dakwah Abdullah Gymnastiar. Satu sisi dakwah Aa Gym yang karismatik dalam memasarkan keindahan Islam menyedut perhatian jutaan orang Indonesia untuk menyaksikan dakwahnya, tetapi disatu sisi yang lain Aa Gym justru terjebak dalam popularitas yang dibentuknya.

Aa Gym terkenal sebagai seorang da'i yang mempopulerkan pola dakwah Manajemen Qolbu, yaitu upaya untuk mengatur dan memelihara keseimbangan hati dengan cara mengenal Allah. Salah satu caranya dengan berdzikir hati menjadi tenang dan penuh kedamaian, setelah itu diisi dengan nilai-nilai rohaniyah Islam seperti: sabar, ridha, tawakkal, ikhlas, jujur dan disertai dengan ikhtiar.³

Konsep Manajemen Qolbu atau yang dikenal dengan MQ adalah sebuah konsep format dakwah yang membawa nama Aa Gym berkibar di dunia dakwah. Konsep ini ditemukannya bersama perjalanan hidupnya melalui proses introspeksi diri yang dilakukannya, baik bersama seluruh santri, keluarga, dan para sahabat maupun dengan dirinya sendiri. Istilah MQ pertama kali dikembangkan oleh Aa Gym di lingkungan Daarut Tauhid yang dipimpinnya setelah terbukti ada manfaatnya kemudian mulai tahun 1998 dikembangkan ke beberapa lembaga di luar pesantren.

³Enjang As, Hajir Tajiri, *Etika Dakwah: Pandangan para Juru Dakwah suatu Pendekatan Teoritik dan Aplikatif* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h. 194.

Sebenarnya isi dari MQ bukanlah sesuatu yang baru dalam Islam. Konsep ini hanyalah sebuah konsep yang bersumber dari al-Quran dan hadits. Hanya inti dari pembahasannya lebih diperdalam pada masalah pengelolaan hati (qolbu). Mengelola hati atau membersihkan hati untuk kemudian mampu mengendalikan dan memperbaiki diri bukanlah sesuatu yang baru, al-Ghazali juga membahas hal yang sama, demikian pula dalam tasawuf karena memang membersihkan hati merupakan inti dari ajaran Islam yang kemudian dengan hati yang dibuat bersih seseorang dapat mengenal dan dekat dengan Allah.

Konsep MQ bersumber pada firman Allah Q.S. Asy-Syam/ 91: 9-10.⁴

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّهَا . وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّهَا .

“Sesungguhnya beruntunglah orang yang mensucikan jiwa itu, dan sesungguhnya merugilah orang yang mengotorinya.” (Q.S. asy-Syams/91: 9-10).

Sabda Rasul, *“allaa inna filjasadi mudgah idza soluhat soluhatil jasadu kulluhu waidza fasadat-fasadatil jasadu kulluhu, alaa wahiyal qolbu”* (HR. Muslim). Ketahuilah dalam tubuh ada sesuatu yang kalau baik, baik sekujur tubuhnya; kalau jelek, jelek sekujur tubuhnya. Itulah yang dinamakan qolbu.⁵

Menyimak dari ayat dan hadis tersebut kemudian Aa Gym mengemasnya dalam bahasa yang aktual yaitu Manajemen Qolbu. Yang artinya, mengelola hati supaya potensi positifnya bisa berkembang maksimal mengiringi kemampuan

⁴Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Pentafsir al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Intermasa, 1993), h. 1064.

⁵Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 150.

berpikir dan bertindak sehingga sejujur sikapnya jadi positif, dan potensi negatifnya segera terdeteksi dan dikendalikan sehingga tidak menjadi tindakan yang negatif. Hal yang diyakini dalam MQ bahwa hati atau qolbulah yang mampu membuat kita berprestasi semata demi Allah. Apabila hati bersih, bening dan jernih, tampaknya seluruh perilaku kita juga akan menampakkan kebersihan, kebeningan dan kejernihan. Penampilan setiap insan merupakan refleksi dari hatinya sendiri.⁶

Manusia yang diciptakan Allah sebagai khalifah di bumi telah dipersiapkan oleh Allah dengan seperangkat potensi untuk dapat melaksanakan tugasnya. Potensi itu tidak sendirinya “siap pakai”, melainkan harus ada usaha dari setiap individu agar potensi-potensi tersebut dapat berkembang maksimal. Secara sederhana manusia diciptakan dengan tiga potensi, yaitu potensi fisik, akal, dan qolbu.

Pertama, potensi fisik. Fisik adalah potensi luar biasa yang dikaruniakan Allah, karena fisiklah manusia itu dianggap ada dan dijadikan dalam bentuk yang paling sempurna pembeda dengan makhluk Allah yang lain, dengan kerja tenaga jasad atau fisik manusia, apa yang ada dalam pikiran bisa terwujud, berbagai keahlian, kreatifitas manusia nampak dari apa yang dilakukan fisik atau jasad. Sebenarnya, dengan potensi yang kita miliki, kita memegang amanah yang besar, oleh karena itu, kita perlu meningkatkan potensi fisik dan berhati-hati dalam menjaga kemuliaan hidup kita.

⁶Nurfaizah, “konsep Manajemen Qolbu Aa Gym Relevansinya dengan Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam”, h. 32-33.

Kedua, potensi akal. Akal adalah karunia Allah yang mahal. Seluruh makhluk ciptaan Allah, hanya manusialah yang dianugerahi akal. Secerdas apapun akal pikiran bila tidak disertai dengan hati yang bersih, kecerdasan itu akan bisa terjerumus dalam kezaliman.

Ketiga, potensi qolbu. hati atau “qolbu” adalah hati nurani atau lubuk hati paling dalam, yang merupakan sarana terpenting yang telah dikaruniakan Allah kepada manusia. Hati adalah tempat bersemayamnya niat, yakni yang menentukan nilai perbuatan seseorang. Berharga atautkah sia-sia, mulia atautkah nista. Menurut Aa Gym qolbu inilah yang membuat otak cerdas menjadi mulia, dan badan kuat menjadi mulia. Qolbu yang hidup dapat membuat orang lumpuh bisa jadi mulia, dan orang yang tidak begitu cerdas pun dapat mencapai kedudukan yang mulia.⁷

Melalui pengertian tersebut dan dengan melihat kembali hadis yang menyatakan bahwa, jika hati itu baik maka baiklah seluruh tubuh dan sebaliknya jika hati itu rusak maka rusaklah seluruh tubuh, dapat diambil kesimpulan bahwa hatilah yang menjadi inti atau esensi kemanusiaan, karena walaupun manusia memiliki akal dan jasad, namun keduanya bukan inti kemanusiaan, karena qolbulah yang menerima kebenaran dari Allah dan menjadi penentu baik buruknya manusia.

Komputer, ponsel, alat perekam adalah produk akal, ia bebas nilai. Pistol adalah juga produk akal. Pistol dapat digunakan untuk hal yang bermanfaat atau untuk kejahatan. Qolbu membuat apa yang diwujudkan oleh fisik dan akal menjadi bernilai. Misalnya ada seseorang yang memiliki fisik yang sangat kuat. Apabila tidak

⁷Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 2-5.

didasari hati yang bersih bisa jadi kekuatan fisiknya digunakan untuk menzalimi orang lain. Demikian pula dengan akal pikiran. Secerdas apapun akal pikiran bila tidak dilandasi hati yang bersih bisa terjerumus dalam kezaliman. Koruptor, mereka bukanlah orang yang bodoh melainkan mereka adalah para kaum intelek. Inilah bahayanya jika seseorang tidak mau melandasi tindakannya dengan hati yang bersih dan tidak mau berusaha membersihkan hatinya. Maka dari itu wajib kiranya bagi setiap orang, siapapun, dan berprofesi apapun untuk mempelajari ilmu membersihkan hati.

Upaya membersihkan hati ini harus dilaksanakan secara berkelanjutan dan konsisten, harus dikelola dan dimanaj sehingga dapat terus mengalami perkembangan dan percepatan. Aa Gym mengatakan bahwa dengan kemampuan memanaj qolbu, seseorang akan mampu membersihkan hatinya, dan jika seseorang telah mampu membuat hatinya bersih, maka ia akan menjadi “pusat” segala aktifitas di bumi. Ia akan menyedot seluruh perhatian manusia. Baik orang yang suka berbisnis, berdakwah atau siapa saja. Orang yang hatinya bersih akan membuat gerakannya memiliki magnet luar biasa, kata-katanya akan meyakinkan lawan bicarannya. Sikapnya menunjukkan bahwa ia senantiasa diawasi oleh Allah SWT. Totalitas dirinya menampakkan sebuah keadaan bahwa hanya ridho Allahlah yang diharapkannya.⁸

⁸Nurfaizah, “konsep Manajemen Qolbu Aa Gym Relevansinya dengan Kompetensi Guru Pendidikan Agama Islam”, h. 35-36.

Kreativitas dakwah Manajemen Qolbu Aa Gym dikemas dengan multimedia dan selalu dengan tata panggung yang apik. Dakwah-dakwahnya tersebut ada yang berupa dakwah di atas panggung, dakwah lewat SMS, televisi, radio, dan teater dengan tampilan yang ditata secara apik. Selain itu juga, ada dakwah lewat lagu-lagu dan sejenisnya.⁹ Melalui multimedia dakwah Manajemen Qolbu di pasarkan melalui buku-buku, ceramah-ceramah yang disiarkan televisi nasional, dan seminar-seminar pelatihan Islam serta dicetak dalam bentuk kaset audio visual. Lebih dari sekedar penceramah, Aa Gym telah menjadi guru *self-help* (bagaimana menolong diri sendiri) dan Manajemen Qolbu telah menjadi ramuan kebijakan Islam hingga menjadi *brand* nasional.¹⁰

Bahkan baru-baru ini da'i kondang Aa Gym meluncurkan aplikasi "Aa Gym Corner" sebagai terobosan baru dalam berdakwah dengan memanfaatkan teknologi. Aa Gym Corner merupakan aplikasi digital berbasis dakwah modern yang berisikan kumpulan buku-buku dan audiobook karya asli Abdullah Gymnastiar. Dilihat dari fitur yang terdapat di aplikasi ini, terdapat beberapa buku dari Aa Gym yang sebagian besar sudah terbit dalam bentuk buku cetak dan ditransformasi menjadi bentuk digital ebook. Tak hanya buku, dalam aplikasi ini juga terdapat audiobook yang berisi

⁹Herry Mohammad, *Menjaga Hati, Meraih Cinta Ilahi: Reportase-Dakwah tentang K.H. Abdullah Gymnastiar* (Bandung: PT Mizan, 2002), h. 131.

¹⁰Fealy & Sally White, *Ustadz Selebriti, Bisnis Moral & Fatwa Online*, h. 89.

rekaman dakwah dari Aa Gym dengan berbagai tema. Melalui audiobook ini, koneksi dari konsep berdakwah secara modern bisa terlihat.¹¹

Manajemen Qolbu yang di usung oleh Aa Gym dalam setiap dakwahnya yang juga menjadi merek bisnisnya dikemas rapi, diracik dengan begitu apik dan mengagumkan serta ditambah dengan bumbu penyedap, yaitu rasa humor yang jenaka dan cerdas. Sebagai pelengkap perjumpaannya ia pun disajikan dengan dendangan lagu bernuansa qalbiah.¹² Maka, rasanya tidak salah kalau Aa Gym disebut sebagai *spritual marketer* karena aktivitas dakwahnya yang kreatif dengan kemasan multimedia yang begitu apik. *Spiritual marketing* sendiri menurut Aa Gym bukan hanya berarti bahwa kita melakukan bisnis yang berhubungan dengan agama, yang berhubungan dengan perangkat ibadah misalnya. *Spiritual marketing* berarti kita mampu memberikan kebahagiaan kepada setiap orang yang terlibat dalam berbisnis, baik diri kita maupun orang lain seperti pelanggan, pemasok, distributor, dan bahkan para pesaing kita. Jika dalam berbisnis kita sudah mampu memberikan kebahagiaan ini, pada dasarnya kita sudah menjalankan *spiritual marketing*, apapun bidang bisnis yang kita geluti.¹³

2. Bahasa Dakwah

Peran dakwah yang digunakan Aa Gym tidak menduplikasi pendakwah terdahulu, Aa Gym melihat hal yang berbeda dan menyumbangkan pendekatan baru

¹¹<http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/12/05/01/m3bthp-aa-gym-corner-aplikasi-dakwah-via-apple>, (21 Mei 2014).

¹²Mohammad, *Menjaga Hati, Meraih Cinta Ilahi*, h. 110.

¹³Abdullah Gymnastiar, Hermawan Kartajaya, *Berbisnis dengan Hati: The 10 Credos of Compassionate Marketing* (Jakarta: MarkPlus&Co, 2004), h. 35-36.

dalam dakwahnya. Sumbangan Aa Gym semakin memperkaya pengucapan Islam dari segi teknik dan strategi dakwah Islam. Kebaruan pendekatan, pengucapan pendekatan Islam yang khas dari Aa Gym justru telah melenyapkan kekuatan yang pernah dimiliki tokoh Islam di masa lalu. Aa Gym terkesan tidak mementingkan bahasa Arab dan bahasa asing lainnya dalam dakwahnya.¹⁴

Banyak yang bertanya kepada Aa Gym mengenai ceramahnya yang tidak banyak memuat ayat dan hadis, Aa Gym hanya menjawab bagaimana mau meluncurkan ayat-ayat, kan sedang belajar, dan belum banyak yang hafal. Aa Gym menjelaskan kalau hafal ayatnyapun tidak ada gunanya kalau belum bisa dilaksanakan. Aa Gym berusaha keras agar apa yang diucapkan secara lisan agar dapat dijalani dan diamalkan.¹⁵

Melihat dari banyaknya jamaah yang menghadiri popularitas dakwahnya, tampaknya Aa Gym memiliki seni berbicara yang baik dalam berdakwah. Pengucapan pendekatan Islam yang khas dari Aa Gym menjadi ciri khas tersendiri. Larry King dalam bukunya *how to talk to anyone, anytime, anywhere*, menjelaskan bahwa salah satu ciri pembicara yang baik yaitu berbicara dengan gaya sendiri. Larry King menjelaskan bahwa berbicara dengan gaya sendiri merupakan unsur kunci dalam efektivitas berbicara.¹⁶

¹⁴Yudi Pramuka, *Raport Biru Aa Gym Undercover* (Ciputat: Taj Mahal, 2003), h. 56.

¹⁵Mohammad, *Menjaga Hati, Meraih Cinta Ilahi*, h. 36.

¹⁶Larry King, *How to Talk to Anyone, Anytime, Anywhere: Seni Berbicara kepada Siapa Saja, Kapan Saja, di Mana Saja: Rahasia-rahasia Komunikasi yang Baik*, Terj. Marcus Prihminto Widodo, cet. 19, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 56.

Bukan ayat-ayat atau hadis-hadis yang meluncur deras dari dakwahnya, bukan betapa menakutkannya neraka atau betapa indahny surga, dan bukan pula kritik apalagi ancaman terhadap kelompok-kelompok lain. Aa Gym hanya berbicara tentang hati, karakter, dan keseharian manusia dengan penuturan yang sangat lugas dan sederhana.¹⁷ Menurut Dr. Hamdi Muluk (staf pengajar Fakultas Psikologi Universitas Indonesia) yang membuat Aa Gym begitu fenomenal dalam bahasa dakwahnya, sebenarnya ada dua hal, yaitu:

Pertama, Aa Gym melakukan dekonstruksi besar-besaran terhadap “narasi besar” mengenai apa yang disebut sebagai sosok ulama atau penceramah agama itu. Anggapan umum (narasi besar) selama ini yang ada dalam pikiran banyak orang adalah bahwa da’i adalah orang yang dalam setiap ceramahnya penuh bertaburan referensi ayat-ayat Al-Qur’an dan Hadis. Selama ini, agak sukar bagi kita membayangkan kalau ada da’i yang tidak mengutip ayat sebagai dasar ceramahnya. Aa Gym mendekonstruksi anggapan itu. Dia justru menjadikan kebersahajaan dan kesederhanaan yang bersumber dari kemuliaan hati sebagai referensi utamanya – sesuatu yang selama ini luput dari perhatian kita, yang justru sesungguhnya merupakan esensi dari moral dan akhlak kehidupan. Aa Gym menyentak dan tiba-tiba menyadarkan kita semua – lagi-lagi mengenai hakikat pelajaran hidup yang mendasar; pengajaran moral atau penanaman nilai-nilai agama tidak efektif kalau hanya sebatas tingkat wacana. Pengajaran yang paling efektif adalah lewat keteladanan. Aa Gym memberikan keteladanan itu. Dia memuai keteladanan itu dari

¹⁷Mohammad, *Menjaga Hati, Meraih Cinta Ilahi*, h. 120.

hal-hal yang sederhana, misalnya akhlak menyapa orang, tersenyum, membersihkan diri dari lingkungan, dan sebagainya.

Kedua, relevansi kehadiran Aa Gym bagi kita semua saat-saat ini. Aa Gym menghadirkan *moral appeal* bagi bangsa Indonesia yang tengah dilanda krisis moral bangsa besar-besaran akibat semakin jauhnya ajaran, kata-kata, prinsip-prinsip dengan tata kelakuan kita sehari-hari. Ironisnya, hal ini justru secara demonstrative dicontohkan oleh elit-elit politik, bahkan sebagian oleh elit ulama kita. Maka, banyak orang berkomentar bahwa kehadiran Aa Gym seperti “*oase*” yang menyejukkan ditengah padang pasir dan kering kerontangnya kehidupan kebangsaan kita sekarang ini.

Karena itu, tidak mengherankan kalau setiap kali Aa Gym berceramah, ribuan orang menghadirinya, dan jutaan pemirsa televisi terkesima oleh ceramahnya karena Aa Gym menghadirkan lagi sesuatu yang selama ini “hilang” di tengah-tengah kehidupan kita. Aa Gym menjawab kerinduan dan harapan orang terhadap dibangunnya kembali moralitas dan akhlak bangsa ini, dengan aksen bahasa Sunda memberika kesan semakin dekat dengan jama’ahnya.¹⁸

3. Gaya Berpakaian

Keserasian berbusana tidak hanya milik wanita tetapi juga milik pria. Busana pria memiliki ciri dan sifat khas yang dapat dibedakan dengan busana wanita. Sifat maskulin mendominasi desain busana pria, hal ini dapat dilihat pada siluet yang serba lurus dan kaku, garis ideal pada tubuh pria adalah tinggi, tegap, bahu lebar dan

¹⁸Mohammad, *Menjaga Hati, Meraih Cinta Ilahi*, h. 116-117.

lurus, dada bidang sehingga konstruksi pola menjadi serba persegi. Siluet pria yang serba persegi dipengaruhi kondisi proporsi badan pria.

Kaum pria sama halnya seperti wanita memiliki aturan dalam berbusana salah satunya adalah etika dan estetika dalam berbusana. Etika dan estetika berbusana berlaku pada semua kesempatan berbusana. Salah satu kesempatan berbusana adalah pada kesempatan bekerja. Jenis pekerjaan yang dilakukan bermacam-macam salah satunya adalah berdakwah. Sebagai seorang ustadz ataupun da'i masa kini, Aa Gym menurut penulis memiliki ciri khas dalam berbusana sehingga berbeda dari ustadz ataupun da'i yang lain. Sebagai identitas diri, fungsi busana dalam Islam adalah menunjukkan identitas secara jelas, di samping fungsinya sebagai benda fungsional yang memiliki efisiensi serta bersih dan suci dari najis.

Sebagai da'i, Aa Gym cenderung lebih banyak berhadapan dengan masyarakat luas. Beliau harus mampu menarik perhatian umum dalam segala hal yang melekat pada dirinya. Salah satunya adalah busana yang dipakainya sebagai salah satu sistem tanda (*sign system*) yang dikenakannya sehingga masyarakat mudah mengenalnya sebagai da'i.¹⁹ Popularitas Aa Gym juga tak terlepas dari pakaian dakwahnya yang khas, yaitu berpeci haji dan bersorban merah putih.²⁰ Penggunaan sorban menurut Aa Gym hanyalah meniru saja karena dulu gurunya hampir semuanya menggunakan sorban. Model yang digunakan Aa Gym pun terkesan tidak umum, tidak seperti orang Arab, tidak juga seperti orang umum bersorban (dalam

¹⁹Suciati, "Tata Busana Kyai Haji Abdullah Gymnastiar sebagai Sistem Tanda (*Sign System*) Busana Da'i Masa Kini" (Prodi Pendidikan Tata Busana JPKK FPTK UPI: t.th.), h. 1-2.

²⁰Mohammad, *Menjaga Hati, Meraih Cinta Ilahi*, h. 119.

gaya seorang wali yang jarang sekali ditiru oleh penceramah-penceramah lain atau guru-guru pesantren modern).

Alasan lain juga karena wajah Aa Gym terbilang *baby face* ketika berdakwah sehingga untuk menuakan diri, sorbanlah yang dipakai. Sehingga akhir-akhir ini menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat yang meminta bersorban, dalam dirinya yang ganteng, gaya berpakaian Aa Gym memiliki nilai jual yang tinggi di dunia komersial karena sudah menjadi *trade mark*.²¹

Umumnya seorang ustadz atau da'i memakai baju takwa, sarung yang dilengkapi millineris kopiah atau songko dan sandal. Sedangkan Aa Gym selain berbusana seperti disebutkan tadi, pada kesempatan-kesempatan tertentu memakai busana utama jas atau *suit*, *t-shirt* berkerah *turtleneck* berlengan panjang, sarung atau dapat pula memakai pantalon yang dilengkapi millineris sorban dan sepatu atau sandal. Menurut penilaian peneliti, tata busana yang dipakai Aa Gym merupakan perpaduan antara tata busana barat dengan tata busana tradisional Indonesia dengan pengaruh gaya berbusana Arab.²²

4. Nasyid dalam Dakwah Aa Gym

Seni tidak lepas dari kebudayaan, maka dalam percakapan sehari-hari kebudayaan seringkali dengan seni dan ilmu. Sejak lahir manusia mempunyai kecenderungan besar terhadap keindahan dan kesenangan. Melalui keindahan dan kesenangan manusia dapat dipengaruhi gairah hidupnya dan tentu mampu pula

²¹Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 116.

²²Suciati, "Tata Busana Kyai Haji Abdullah Gymnastiar sebagai Sistem Tanda (*Sign System*) Busana Da'i Masa Kini", h. 2-3.

membangkitkan semangat kerja untuk berkreasi. Seorang bayi misalnya, ia dapat tersenyum dengan riang karena sudah merasakan kesenangan dan keindahan atas reaksi ibunya, juga dapat menangis bila keindahan itu terganggu.

Seni adalah segala sesuatu yang menimbulkan perasaan indah sekaligus menghibur. Seni juga merupakan ekspresi simbolik yang bersumber dari cita rasa yang beragam dan berbeda, baik dilihat dari dimensi pengalaman sosial maupun fakta empirik. Seni sendiri dalam Islam didefinisikan sebagai bentuk ciptaan yang mengandung nilai estetika yang berpadu dengan nilai etika Islam.²³

Nyanyian merupakan merupakan salah satu bentuk seni yang beragam. Secara umum nyanyian adalah perpaduan antara syair dan nada atau musik. Kalaulah sebuah syair dibacakan dengan nada seperti orang membaca sebuah buku atau sajak, maka tidaklah dia dinamakan bernyanyi. Bernyanyi adalah mengeluarkan suara yang di dalamnya terdapat nada-nada tertentu yang tersusun, seiring dengan itu dilekatkanlah nada-nada tersebut pada syair, maka jadilah dia sebuah nyanyian.²⁴ Bagi Aa Gym seni menyanyi adalah upaya mengeksplorasi keindahan, namun baginya yang paling penting adalah jangan sampai seni menjadi jalan mengingkari Allah. Bahkan kalau bisa dengan seni makin terasa keagungan, kebesaran, dan keMahaindahan Allah karena Allah itu Mahaindah dan mencintai keindahan.

²³Madya, Sidi Ghazalba, *Islam dan Kesenian: Relevansi Islam dan seni Budaya* (Jakarta: Pustaka Alhusna, 1988), h. 122.

²⁴Tengku Zulkarnain, *Ajaran Sesat Taimiyah, Salafi, Wahabi Jawaban kepada Buku Rekod Merah Aa Gym* (Jakarta: Yayasan Al-Hakim, 2003), h. 215.

Kita senang dengan suara yang merdu dan puisi yang indah. Allah memang sudah memfitrahkan kita menyukai keindahan dan sebaik-baik keindahan adalah kebenaran yang dituntunkan oleh Allah. Kalau saja maksiat bisa dikemas menjadi sesuatu yang menyenangkan, apalagi agama yang fitrahnya amat indah, tentu dapat dikemas menjadi sesuatu yang lebih terasa keindahannya. Hal itulah yang kemudian menjadi salahsatu pendorong Aa Gym bernasyid dalam titik dakwahnya, sebagai upaya memperlebar titik sentuh agar orang bisa menyukai nilai-nilai kebenaran. Itulah sebabnya ketika ada undangan dari harian *republika* untuk mengadakan acara bersama grup musik Slank, Aa Gym menganggap sebagai kesempatan untuk bisa berkomunikasi dan memberi input tentang bagaimana menjalani hidup dengan baik dan benar.²⁵

Lewat nasyid Aa Gym berdakwah, itu terdengar jelas dari untaian kata dakwah yang disematkan Aa Gym dalam setiap lagu nasyidnya. Dakwah dalam nasyid Aa Gym disesuaikan dengan judul lagu nasyid yang beliau nyanyikan. Tampaknya Aa Gym menempatkan nasyid sebagai bagian dari dakwahnya, maka tak mengherankan jika disetiap dakwahnya selalu diselingi dengan lantunan nasyid.

Unsur seni yang dimiliki oleh sebuah syair lagu akan mampu menggugah jiwa seseorang, karena pada dasarnya setiap manusia mempunyai rasa keindahan. Musik juga sedikit berpengaruh pada kehidupan manusia, baik itu pengaruh positif maupun pengaruh negatif, dengan kata lain apabila seseorang mendengar musik yang kurang

²⁵Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 136-138.

baik maka jiwanya pun kurang baik pula. Demikian halnya apabila seseorang mendengar musik yang baik, maka jiwanya akan baik pula.

Dengan demikian, maka dakwah dengan kesenian termasuk seni musik merupakan media yang efektif saat ini, sebab dakwah dengan media musik selain bermakna sebagai *amar ma'ruf nahi munkar*, juga dalam rangka membangun kemampuan intuisi umat. Apabila dakwah dengan musik semakin populer, maka keuntungannya tidak sebatas hanya *beramar ma'ruf nahi munkar*, melainkan juga sebagai aktifitas olah rasa atau olah qolbu, baik bagi pelaku maupun pendengarnya. Kegiatan olah qolbu nantinya akan menghasilkan kepekaan dan kualitas hati nurani.²⁶

Seni dapat dikatakan sebagai media dakwah apabila syair-syair yang terkandung dalam seni tersebut bisa berupa ajakan pada kebaikan kepada seseorang yang menikmatinya. Tentu saja dalam hal ini adalah syair yang bernafaskan Islam. Dengan demikian jelaslah bahwa seni musik juga dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media dakwah efektif, sebab dengan media ini seorang penyampai dakwah (da'i) bisa menyampaikan materi dakwah sekaligus menghibur (pendengarnya). Sehingga materi dakwah yang dikemas dalam bentuk lagu dan iringan musik akan mudah melekat dan dihafal, juga tidak menimbulkan rasa bosan walaupun diulang-ulang.²⁷

Aa Gym jelas-jelas menggunakan bentuk-bentuk populer hiburan untuk menyebarkan pesan-pesannya tentang menjadi muslim yang baik, bertakwa,

²⁶Siti Maziyaturodhiyanah, "Analisis Pesan Dakwah Terhadap Teks Syair "Surga-Mu" karya Band Ungu" (Skripsi tidak diterbitkan, Fak.Dakwah Jur. KPI, IAIN Walisongo, 2008), h. 2-3.

²⁷Maziyaturodhiyanah, "Analisis Pesan Dakwah Terhadap Teks Syair "Surga-Mu", h. 42-43.

berikhtiar, yang sejatinya adalah untuk “kesuksesan” dengan nilai hiburan dalam setiap ceramahnya yang tinggi.²⁸

a. Fenomena Lagu Jagalah Hati

Nama Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) tak bisa dilepaskan dari perkembangan seni nasyid sebab memiliki peranan besar dalam memakmurkan seni nasyid di negeri ini. Radio MQFM yang dimilikinya, tidak pernah sepi menyiarkan nasyid, bahkan radio tadi bisa disebut sebagai radio nasyid. Termasuk di saat nasyid belum sepopuler sekarang. Tidak hanya sampai disitu, Aa Gym pun terus berusaha untuk memajukan seni nasyid melalui perusahaan yang didirikannya, yaitu MQS Production yang mengkhususkan dirinya dalam soal produksi beragam *performance* dakwah, termasuk musik nasyid.²⁹

Pertunjukan nasyid dan teaterpun sebagai *performance* dari dakwah Islam kini direkam ke dalam media *audio visual*. Fenomena ini menjadi pembicaraan di mana-mana. Tempat-tempat penjualan kaset menjadi penuh sesak. Beratus-ratus bahkan beribu-ribu kaset dengan berbagai judul, baik dalam bentuk *audio* maupun *audio visual* habis terjual. Serta tumpah ruahnya konser nasyid dalam pasar industri.³⁰

Jagalah Hati adalah album musik karya Aa Gym yang dirilis tahun 2004 oleh MQ Production. Dengan daftar lagu sebagai berikut:³¹

²⁸Fealy & Sally White, *Ustadz Selebriti, Bisnis Moral & Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, h. 54.

²⁹Adjie Esa Poetra, *Revolusi nasyid* (Bandung: MQS Publishing, 2004), h. 79.

³⁰Ibnu Abi Na'im Latif, *seputar Asyiknya Nasyid: Wasiat & Nasihat Syaikh Al-Albani, Syaikh Al Utsaimin, Syaikh Shalih Fauzan* (Jogjakarta: Media Hidayah, 2004), h. 13.

³¹http://id.wikipedia.org/wiki/Jagalah_Hati, (17 Mei 2014).

No	Judul	Penyanyi	Penulis
1	<i>Jagalah Hati</i>	Abdullah Gymnastiar	Abdullah Gymnastiar
2	<i>Mata Hati</i>	Abdullah Gymnastiar	Abuya
3	<i>Mengemis Kasih</i>	Abdullah Gymnastiar	Nazri Johani
4	<i>Antara Mata dan Hati</i>	Tazakka	Faizal Osman
5	<i>Rasululloh</i>	Abdullah Gymnastiar	Radzi Sulaiman
6	<i>Istighfar</i>	Abdullah Gymnastiar	Abdullah Gymnastiar

Kiprah Aa Gym dalam menyemarakkan dunia nasyid di Indonesia juga dilakukannya melalui MQTV. Salah satu perusahaan di bawah MQ Corporation, bisa dikatakan sebagai *production house* yang paling getol memproduksi berbagai pementasan nasyid melalui berbagai *event*. Kecintaan terhadap seni nasyid ditunjukkan pula melalui lantunan suaranya yang berkolaborasi dengan grup nasyid Snada melalui lagu “Jagalah hati” yang diciptakannya sendiri. Aa Gym memang sosok individu yang cukup musikal. Ditangan Aa Gym lagu tersebut malah menjadi sebuah kekuatan efektif yang mampu mengusik nurani jutaan hati. Nasyid “Jagalah hati” bahkan telah menjadi kekuatan halus yang mampu menembus batas ruang dan waktu. Lagu itu bukan hanya semakin mengokohkan seni nasyid melainkan juga telah menjadi lagu rakyat indonesia.

Lagu “Jagalah hati” laksana sebuah amunisi yang bisa menyebar dan menggetarkan kesadaran jutaan nurani. Lebih-lebih lagu yang pernah dinyanyikan Aa Gym dengan iringan grup nasyid Snada ini semakin hari semakin banyak

dinyanyikan ribuan grup nasyid di persada nusantara ini.³² Lagu “Jagalah hati” sudah menembus sebagian besar ruang dan waktu tidak hanya lewat peredaran kaset rekaman atau VCD, tetapi juga melalui ceramah-ceramah Aa Gym di berbagai tempat dan sebagainya.³³

5. *Tele Aa Gym* dalam berbagai aktivitas pengembangan diri

Aa Gym memberitahukan kisahnya dalam membangun cap-mereknya dengan menyatukan simbol-simbol visual kesalehan dan keberanian. Dia menyediakan satu bab dalam buku *Qolbugrafinya* untuk satu keutamaan yang paling membedakannya dari orang lain. Selain surban putih-merahnya, dalam buku tersebut penuh dengan gambar-gambar yang menarik perhatian sebagai seorang petualang kelas berat, seperti mengendarai motor gede, melayang di angkasa, menyelam di kedalaman, menunggang kuda, dan menerbangkan pesawat, serta berbagai gambar lainnya.³⁴

a. Mengendarai Motor Gede

Beberapa media pernah menampilkan foto Aa Gym berkendara motor gede. Aa Gym mengakui bahwa sejak SMA sangat hobi naik motor, menurut Aa Gym naik motor itu mempunyai banyak manfaat, yaitu waktu lebih efisien dan parkirnya lebih mudah. Di samping itu, motor lebih lincah dibandingkan kendaraan roda empat yang dalam situasi kemacetan membuat boros waktu.³⁵

³²Poetra, *Revolusi nasyid*, h. 80-81

³³Poetra, *Revolusi nasyid*, h. 83-84.

³⁴Fealy & Sally White, *Ustadz Selebriti, Bisnis Moral & Fatwa Online*, h. 93.

³⁵Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 122.

b. Melayang di Angkasa

Terjun payung memang amat dicitata-citakan oleh Aa Gym semenjak aktif di Menwa pada saat kuliah dulu. Keinginan tersebut terwujud pada tanggal 29 April 2003 lewat kebaikan TNI. Meluncur terjun bebas dengan kecepatan yang amat tinggi di angkasa merupakan pengalaman luar biasa bagi Aa Gym. Hikmah yang paling besar yang beliau rasakan yaitu betapa kecilnya diri dihadapan alam, apalagi dihadapan pencipta alam. Hikmah lain juga betapa pentingnya keberanian bercita-cita dan berkeinginan.³⁶

c. Menyelam di Kedalaman

Berlatih meyelam di kedalaman laut ternyata sangat berkesan, selain untuk mengagumi kebesaran Allah yang bersembunyi di bawah lautan yang juga untuk meraup hikmahnya lainnya. Berharganya udara yang kita hirup justru terasa ketika kita berada dalam air. Tanpa udara maka lumpuhlah kemampuan kita. Bagi Aa Gym menyelam di kedalaman menjadi refleksi daya tahan terhadap tekanan hidup.³⁷

d. Seni Menunggang Kuda

Aa Gym mengaku sering berlatih berkuda, dengan sering berkuda akan semakin memberikan pemahaman kepada kita bahwa untuk mengendalikan sesuatu sangat memerlukan keilmuan terhadap apa yang dikendalikan di samping itu juga, pelatihan terus menerus akan membuat kita semakin terampil, sabar, dan tenang dalam segala situasi. Bagi Aa Gym yang paling penting, ternyata terlibatnya perasaan

³⁶Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 126.

³⁷Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 128.

kasih sayang, memahami karakter serta keadaan, akan membuat upaya mengendalikan menjadi upaya yang bukan pemaksaan. Menurut Aa Gym kunci sukses dalam mengendalikan sesuatu harus diawali dengan keterampilan dan kesungguhan mengendalikan diri.³⁸

e. Menerbangkan Pesawat

Aa Gym memang terbiasa bepergian ke luar kota dalam hal berdakwah, sehingga untuk menghemat waktu menggunakan pesawat terbang. Bagi seorang Aa Gym sangat rugi andaikata dalam penerbangan satu jam kita tak mendapatkan pengetahuan. Untuk itu Aa Gym bertekad untuk bisa menerbangkan pesawat, karena bagi Aa Gym terbang di udarapun merupakan jalan untuk menambah ilmu pengetahuan.

Tapi ada yang jauh lebih penting daripada menerbangkan pesawat. Yang menggelitik adalah karena pesawat itu resikonya sangat tinggi. Selain harganya mahal, kalau jatuh, akan memusnahkan seluruh isi dan bencana bagi yang tertimpa. Bagaimana manajemennya sehingga bisa aman? Pertanyaan inilah yang akhirnya membuat wawasan Aa Gym bertambah sehingga menurutnya ada beberapa hikmah yang bisa didapat dari berlatih terbang selama ini.

Pertama, setiap melakukan sesuatu harus ada ilmunya. *Kedua*, selalu adakan *re-check* yang detail dan disiplin sehingga semua potensi masalah terbaca dan segera teratasi. *Ketiga*, komunikasi harus sangat lancar dan akurat sehingga keputusan selalu tepat. *Keempat*, perhitungan harus selalu cermat dalam segala hal. *Kelima*, perawatan

³⁸Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 130.

berkala yang disiplin menjadi amat penting dalam kesiapan untuk bekerja dengan baik.³⁹

B. Hipersemiotika Ustadz Selebriti Abdullah Gymnastiar dalam Budaya Populer

Budaya populer era postmodern merupakan budaya citra dan pencitraan. Citra itu bersifat permukaan dan imanen, yang tercabut dari fondasi transeden dan metafisikanya, atau setidaknya membangun relasi kontradiktif dengannya. Spritualitas tampil dalam wujud tanda-tanda, yang pada tingkat tertentu tidak lagi merefleksikan esensi spritualitas itu sendiri (hiperspritualitas). Wujud tanda-tanda dalam *hiper* inilah yang akan dikaji dalam hipersemiotika.

Istilah “ustadz selebriti” sendiri merupakan istilah yang dibangun dari relasi kontradiktif tersebut yang mencerminkan hiperspritualitas. Hal yang tidak bisa dipungkiri dalam acara televisi, penceramah yang menjadi pusat perhatian dan Tuhan malah menempati tempat kedua. Sebagaimana seorang figur yang tampil ditelevisi, para ustadz ini diidolakan, ditunggu ceramahnya, dan penampilan dengan segenap ciri khas adalah hal yang digemari pemirsa. Lebih dari sekedar itu, figur ini sendiripun pada akhirnya menjadi bintang atau selebriti. Ini disadari oleh media di mana mereka menyadari ustadz sebagai selebriti atau bintang adalah komoditas yang menghasilkan keuntungan. Istilah ustadz selebriti disatu sisi menawarkan jalan bagi *pencerahan jiwa*, pada sisi yang lain dapat menggiring pada perangkap *gaya hidup* (status, kelas, popularitas).

³⁹Gymnastiar, *Aa Gym Apa Adanya*, h. 132.

Namun rasanya terlalu dangkal jika uraian mengenai ustadz selebriti dalam budaya populer hanya diuraikan sebatas itu saja. Oleh karena itu, perlu adanya penjelasan lebih lanjut sehingga bisa terlihat bentuk tanda yang terkandung di dalamnya khususnya tanda-tanda *hiper*. Berikut ini peneliti uraikan beberapa bentuk *hiper* dalam fenomena ustadz selebriti, sebagai berikut:

1. Hipersemiotika cara berpikir populer ustadz selebriti Abdullah Gymnastiar

Piliang menjelaskan yang yang dimaksud cara berpikir populer disini adalah cara berpikir *jalan pintas* yang penting mendapatkan kesenangan, kalau perlu tanpa berpikir. Sehingga umat yang terperangkap kedalam cara berpikir populer ini akan menjadikan umat malas berpikir, cari enak dan jalan pintas.

a. Produk-produk virtual Aa Gym

Kemajuan-kemajuan teknologi komunikasi informasi, menyebabkan perubahan mental dan sikap sosial masyarakat secara drastis. Hal ini terjadi ketika, teknologi canggih dan media komunikasi massa mentransformasikan budaya global dalam tingkah laku masyarakat, akibatnya masyarakat ikut terbawa dalam teknologi dan sikap profesional dalam melakukan tindakan.

Dunia keberagamaan termasuk dakwah dalam abad informasi-digital turut dipengaruhi oleh media massa, dunia hiburan dan dunia tontonan sehingga keberagamaan mendapatkan suasana dan warna baru. Cara kerja budaya populer ikut mencetak dunia keberagamaan kontemporer sehingga sifat-sifat permukaan, kesenangan, banalitas, tontonan, hiburan, dan motif pelepasan hasrat menjadi bagian dari dunia keberagamaan.

Perkembangan dakwah di era teknologi informasi digital menuntut inovasi-inovasi produk keagamaan dalam penggunaan teknologi media digital. Sebagai ustadz populer Aa Gym tentunya tak terlepas dari pengaruh media populer yang terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman. Dakwah kini tak hanya bermakna sebatas *dakwah bil-lisan* saja, seperti *tabligh akbar*, ceramah agama, pengajian, malam tausiyah dan lain sebagainya, tetapi sudah ke arah dakwah virtual.

Lewat inovasi teknologi digital Aa Gym membuat terobosan dalam dakwahnya. Produk-produk dakwah seperti layanan-layanan pesan yang beragam melalui telepon genggam agar para pelanggan bisa menerima ceramah-ceramahnya, al-Qur'an seluler, dan keping DVD, seperti gambar berikut:



Gambar 1

Produk-produk di atas sebenarnya merupakan pengemasan dari bentuk cara berpikir populer. Aa Gym begitu terampil dalam melakukan kreativitas populer dalam kemudahan dakwahnya, sehingga pemaknaan dakwah sebagai *dakwah bil lisan* sudah

bergeser dengan berbagai kemudahan dari realitas virtual, yaitu realitas yang tercipta melalui perkembangan teknologi informasi digital. Dari ketiga gambar tersebut dapat ditarik satu penjelasan bahwa produk-produk keagamaan tersebut ditujukan kepada orang-orang yang sibuk yang jarang punya waktu untuk mendengar ceramah-ceramah ataupun menghadiri kelas-kelas belajar al-Qur'an tetapi, mereka ingin merasa terhubung dengan Islam melalui media *mobile*.

Kreativitas Aa Gym dalam mengemas “cara berpikir populer” tak hanya sampai disitu saja. Baru-baru ini Aa Gym meluncurkan aplikasi 'Aa Gym Corner', sebuah terobosan baru dalam berdakwah dengan memanfaatkan gadget Apple. Cara dakwah Aa Gym yang terlihat lebih modern ini tak lain untuk menyambut kemeriahan perangkat mobile yang kian *booming*. Ia pun diklaim sebagai ustadz pertama di Indonesia yang mempraktekkan dakwah modern ini dalam sebuah aplikasi yang bisa diakses melalui iPad, iPhone dan iPod *touch*.

Aa Gym Corner sendiri merupakan aplikasi dakwah digital yang berisikan kumpulan buku-buku dan audiobook karya asli ustadz yang menggawangi Pondok Pesantren Daarut Tauhid ini. Aplikasi ini, dilengkapi dengan beberapa buku Aa Gym yang sebagian besar sudah terbit dalam bentuk buku cetak dan ditransformasi menjadi bentuk digital. Tak hanya buku, ada pula audiobook yang berisi rekaman dakwah Aa Gym dengan berbagai tema. Durasi dari masing-masing audiobook berkisar satu jam, jadi tidak heran jika nantinya akan banyak orang yang memilih untuk mendengarkan audiobook dakwah ini untuk menemani perjalanan mereka sembari melewatkan waktu.

Dari pemaparan diatas tentang berbagai produk keagamaan yang ditawarkan Aa Gym melalui kemajuan teknologi informasi telah membawa pembacaan keagamaan yang mudah, cepat dan tanpa pemikiran yang panjang. Fenomena inilah yang disebut Piliang sebagai cara berpikir populer, yaitu cara berpikir yang serba instan dan mudah. Gaya hidup serba instan inilah yang nantinya akan membawa pemahan keagamaan hanya sebatas permukaan saja.

Pembacaan hipersemiotika dapat dilihat dari tanda yang tidak lagi mengacu kepada realitas. Dakwah tidak lagi hanya dipahami sebagai dakwah *bil lisan* semata seperti *tabligh akbar*, ceramah agama, pengajian, malam tausiyah dan lain sebagainya. lewat kemajuan teknologi informasi digital dakwah telah menemukan bentuknya yang baru, yaitu realitas virtual. Tanda-tanda hidup di lingkungan virtual, yang di dalamnya ia berkembang dengan logika, bentuk, aturan, kode, makna dan nilai-nilainya sendiri sendiri, yang berbeda dan terlepas dari sistem tanda di dunia nyata.

Melalui dakwah *mobile* dan keping DVD tanda-tanda direkayasa lewat citraan mutakhir, tanda-tanda seperti ini sangat menggantungkan dirinya pada kemampuan teknologi mutakhir dalam menciptakan realitas. Produk dakwah seluler, al-Qur'an seluler, serta kaset DVD Aa Gym sangat bergantung pada teknologi, sehingga tanda-tanda berkembang sedemikian rupa. Tanda-tanda yang tercipta tidak lagi merlukan referensi realitas sebagai acuannya. Dakwah seluler, al-Qur'an seluler, serta kaset DVD Aa Gym tidak memerlukan lagi referensi realitas dalam artian bahwa produk tersebut dapat dinikmati kapan saja tanpa terikat dengan waktu, kondisi, realitas,

sehingga menciptakan penanda yang terputus sama sekali dengan realitas. Hal inilah yang akhirnya menggiring kepada ketidakpastian makna sehingga sehingga melampaui kode-kode yang ada.

Melalui Aa Gym Corner tanda ditarik kedalam ekstrimitas tanda, yaitu tanda-tanda yang ditampilkan dalam sebuah pertandaan yang ekstrim. Lewat efek-efek fitur yang terdapat di aplikasi teknologi Aa Gym Corner tanda-tanda menarik fakta kearah titik paling ekstrim, lewat penggunaan elemen penanda serta teknologi pencitraan tertentu. Hal ini dapat dilihat dalam Aa Gym Corner yang menyediakan berbagai layanan berupa buku-buku dan audiobook yang berisi rekaman dakwah dari Aa Gym dengan berbagai tema. Lewat teknologi efek peristiwa yang dihasilkan menjadi ekstrim, seperti efek-efek kegairan membaca dan mendengarkan audiobook dan kecepatan dalam mengakses fitur. Dengan kecanggihan teknologi citraan terhadap efek pertandaan Aa Gym Corner menghasilkan makna yang jauh lebih besar, cepat, dan mudah.

Konotasi makna yang dihasilkan dari produk-produk dakwah Aa Gym adalah dakwah modern yang memiliki efek kuat, cepat, dan mudah dinikmati melalui pemanfaatan teknologi mutakhir, yang ditujukan kepada masyarakat yang sibuk yang jarang mempunyai waktu luang. Bentuk-bentuk simulasi pertandaan dalam produk dakwah tersebut akhirnya membawa kepada kekaburan makna kearah realitas virtual. Pemaknaan tersebut akan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi.

2. Hipersemiotika komunikasi populer ustadz selebriti Abdullah Gymnastiar

Wacana komunikasi populer mengarahkan dakwah keagamaan dihiasi dengan imajinasi dan fantasi-fantasi yang biasa hidup di dalam budaya populer, berupa bahasa, tindakan dan penampilan populer. Berbagai psikologi massa yang digunakan di dalam budaya populer, kini digunakan dalam wacana dakwah.

a. Komunikasi populer dalam Ceramah Aa Gym

Sebagai salah satu ustadz selebriti Aa Gym tentunya tak pernah lepas dari lingkungan budaya populer, seperti sorotan kamera, *infotainment*, dan aktivitas populer lainnya. Lingkungan budaya populer tersebut membawa Aa Gym kedalam perangkat logika populer, seperti komunikasi populer. Dalam popularitas seperti ini tanda dihiasi dengan berbagai simbol dan citra-citra populer seperti yang ada dalam dunia hiburan.

Popularitas Aa Gym sebagai pendakwah telah membawa kepada tindak komunikasi populer, hal ini dapat dilihat dari komunikasi dakwah Aa Gym, dalam ceramahnya Aa Gym tidak banyak memuat ayat dan hadis, berbeda dengan para ulama atau para penceramah lainnya. Aa Gym melakukan dekonstruksi besar-besaran terhadap “narasi besar” mengenai apa yang disebut sebagai sosok ulama atau penceramah agama itu. Anggapan umum (narasi besar) selama ini yang ada dalam pikiran banyak orang adalah bahwa da’i adalah orang yang dalam setiap ceramahnya penuh bertaburan referensi ayat-ayat Al-Qur’an dan Hadis. Berbeda dengan hal tersebut, Aa Gym hanya berbicara tentang hati, karakter, dan keseharian manusia

dengan penuturan yang sangat lugas dan sederhana dan hanya sedikit mengutip ayat maupun hadis.

Dekonstruksi terhadap apa yang disebut sebagai narasi besar itulah yang menimbulkan wacana hiper dimana sosok penceramah, da'i maupun ustadz sebagai tanda selalau dipahami sebagai orang yang dalam setiap ceramahnya menggunakan ayat dan hadis. Anggapan umum ini dipatahkan oleh Aa Gym melalui kebaruan pengucapan atau komunikasi dakwah sehingga melampaui kode yang ada (*hypercode*). *Psikografi massa* diciptakan Aa Gym melalui pembicaraan tentang hati, karakter, dan keseharian manusia dengan penuturan yang sangat lugas dan sederhana, yaitu metode yang digunakan untuk mengendalikan massa serta untuk membangkitkan emosi seperti meangis, berteriak, histeris, ekstasi dan lain sebagainya.

b. Komunikasi populer dalam Nasyid Aa Gym

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim sesuai dengan kemampuan masing-masing. Perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi secara tidak langsung menuntut setiap juru dakwah untuk mampu memanfaatkannya dalam kegiatan dakwah Islam. Perkembangan ini juga menuntut alternatif-alternatif dakwah yang senantiasa bersifat kreatif dan inovatif baik dari segi metodenya maupun dalam substansi pesan yang disampaikan.

Bicara tentang dakwah yang kreatif dan inovatif, Aa Gym merupakan salah satu contoh juru dakwah yang memanfaatkan seni musik sebagai bagian dari kreativitas dakwah populer. Piliang menyebut dakwah populer ini sebagai *khutbah*

agama populer, yaitu dakwah yang menggunakan prinsip-prinsip hiburan populer sebagai bagian dari wacana komunikasi populer, salah satunya musik. Melalui musik nasyid Aa Gym dapat menyampaikan dakwah sekaligus dapat menghibur pendengarnya. Wacana dakwah ini dikatakan komunikasi populer karena menggunakan musik nasyid sebagai alternatif dakwah.

Salah satu nasyid Aa Gym yang populer sekaligus sebagai ikonik dari dakwahnya adalah nasyid dengan judul jagalah hati yang dirilis tahun 2004 dalam album yang sama. Lewat nasyid Aa Gym berdakwah, itu terdengar jelas dari untaian kata dakwah yang disematkan Aa Gym dalam setiap lagu nasyidnya. Kesuksesan lagu jagalah hati terbukti dengan diputarnya lagu tersebut di radio-radio, televisi, serta kaset DVD yang terbilang laris di pasaran. Kepopuleran tersebut akhirnya menempatkan Aa Gym sebagai *figure populer* atau *bintang*, yang mendefinisikan dan memberikan berbagai *imajinasi* populer dalam kehidupan agama. Tidak hanya itu, seperti di dalam budaya populer, massa dapat dilihat sebagai *fans*, yang memperlakukan tokoh sebagai mahabintang (selebriti).

Bentuk imajinasi populer telah membawa suasana dan warna baru dalam keberagaman, yaitu keberagaman yang disampaikan dan dikomunikasikan melalui bentuk-bentuk hiburan dan *tontonan*. bentuk-bentuk hiburan dan *tontonan* ini semakin diperkuat pada saat Aa Gym berkolaborasi dengan grup musik Slank, seperti gambar berikut ini.



Gambar 2

Gambar tersebut memberikan penjelasan mengenai wacana komunikasi populer. Seperti yang diketahui bahwa grup band Sslank merupakan salah satu grup musik yang sangat populer di Indonesia dan memiliki banyak fans. Melalui duet tersebut semakin menguatkan pencitraan Aa Gym dalam dunia populer sebagai selebritas.

Komunikasi populer di atas dapat dilihat sebagai hipersemiotika, dimana pesan dakwah tidak lagi hanya sebatas syiar agama saja tapi sudah di bentuk menjadi sebuah produk pengemasan populer, seperti hiburan dan tontonan. melalui pelibatan aneka tanda dan citra populer kehidupan keberagamaan menjadi bagian dari skema populer. Tanda hiper juga terlihat dari nasyid yang memadukan antara unsur dakwah dan syair islami serta instrumen yang mengiringinya. Hal ini berarti terjadi pertukaran tanda-tanda, dimana dakwah yang memiliki unsur-unsur keagamaan dan musik sebagai bentuk hiburan kemudian dikawinsilangkan. Akibat dari hal ini adalah hibriditas agama, yaitu suatu kondisi percampuran antara sifat kesucian dan keduniaan, kemuliaan dan kedangkalan, ketinggian dan permukaan. Percampuran ini

akhirnya menimbulkan *hypercode* yang ditimbulkan dari kontradiksi dari kode yang ada, yaitu dakwah sebagai penyucian jiwa dan nasyid yang berisi musik yang menghibur.

Konotasi yang ditimbulkan dari dakwah melalui nasyid Aa Gym adalah dakwah hibrid yaitu dakwah yang menggabungkan antara bentuk-bentuk kesakralan agama dengan bentuk hiburan sehingga menimbulkan kontardiksi kultural agama, yaitu keagamaan yang memiliki sifat permukaan dan menghibur.

3. Hipersemiotika ritualitas populer ustadz selebriti Abdullah Gymnastiar

Menurut Yasraf Amir Piliang ritual populer macam ini berbeda dengan ritual-ritual keagamaan pada umumnya seperti puasa, sembahyang, zakat dan haji. Ia secara massif dilaksanakan berdasarkan paradigma budaya populer, terutama ketika semuanya menjadi bagian dari bentuk komoditas. Pelaksanaan ritual secara sistematis diorganisasikan dengan menggunakan logika komoditas dalam produksinya. Beberapa bentuk ritual diklasifikasikan dan disegmentasikan berdasarkan pada kelas sosial atau gaya hidup yang ada. Semuanya ditata dengan cara tertentu berdasarkan prinsip *perbedaan sosial* sebagaimana umumnya digunakan di dalam dunia gaya hidup konsumerisme.

a. Manajemen Qolbu (MQ) sebagai *Brand Nasional*

Realitas sosial iklan adalah hiperrealitas yang hanya ada dalam media, yang hidup dalam dunia maya. Namun makna dalam iklan menjadi realitas sosial yang nyata hidup dalam alam pikiran pemirsanya, serta hidup ditengah-tengah masyarakat sebagai bentuk dari pengetahuan masyarakat. Iklan sendiri merupakan bagian penting

dari serangkaian kegiatan mempromosikan produk yang menekankan unsur citra. Perjalanan mengubah citra, adalah persoalan interaksi simbolis di mana objek iklan dipertontonkan. Fokus perhatian pada makna simbolis konsumen iklan ditampilkan dalam iklan itu sendiri, di mana simbol-simbol budaya dan kelas sosial menjadi bagian dominan dalam kehidupannya.

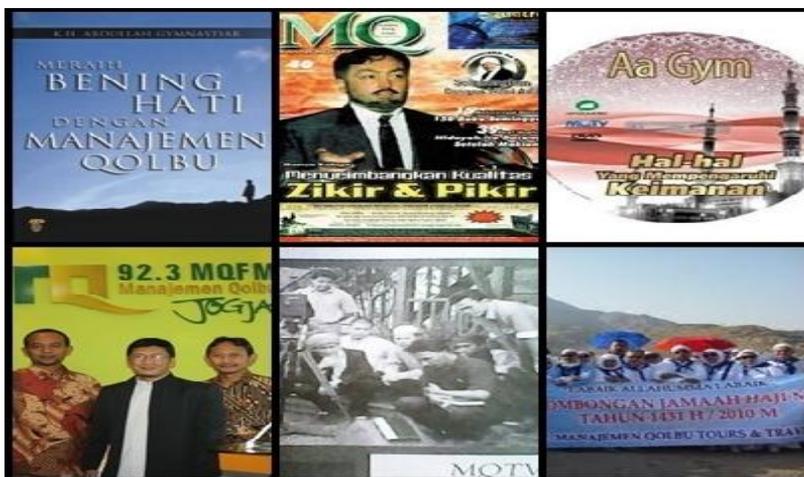
Lewat konstruksi citra (*image*) pesan akan diolah sedemikian rupa, disinilah fokus konstruksi iklan atas realitas sosial, yaitu realitas sosial yang penuh dengan dengan topeng-topeng media, namun umumnya diterima masyarakat. Konstruksi citra dibangun menggunakan simbol-simbol kelas sosial, simbol-simbol budaya populer; seperti kemewahan, kualitas, efektivitas, kenikmatan dan citra rasa, kemudahan, aktualisasi serta budaya populer dan kelas sosial lainnya.

Hal yang sama terlihat dalam metode dakwah yang diusung Aa Gym. Menurut peneliti dakwah Manajemen Qolbu yang dipopulerkan oleh Aa Gym telah terkontaminasi dengan budaya populer sehingga melampaui realitas dakwah yang sesungguhnya, terutama ketika semuanya menjadi bagian dari bentuk komoditas. Manajemen Qolbu atau MQ yang diusung Aa Gym kini tak ubahnya seperti iklan religius dipasar komoditi. Personifikasi brand tersebut kemudian menjadi salah satu jalan agar penerima informasi menukarkan rasa percaya mereka terhadap citra iklan tersebut.

Sebagai sistem tanda dakwah Aa Gym di simbolkan dengan tulisan “MQ” sebagai ikon, yang menanda’i dakwah Islam Aa Gym. Pada tingkat petanda MQ memberikan makna syiar agama dengan konsentrasi kepada qolbu manusia. Pesan

yang yang ingin disampaikan dari dakwah Aa Gym yaitu “upaya sadar” untuk mempengaruhi dan mengajak orang lain, atau kelompok tertentu, agar mau mengikuti “jalan kebenaran” dengan pembersihan hati dengan melaksanakan ritual Islam.

Multiplisitas tanda-tanda dalam perkembangan arus teknologi dan informasi cenderung mengubah pemaknaan tanda-tanda tersebut. MQ sebagai ikonik dakwah Aa Gym pun dikemas dengan apik melalui teknologi media. Tanda-tanda cenderung berkembang hampir tanpa batas. MQ kini tak hanya tampil sebagai media dakwah tapi sudah menjadi brand di pasar nasional, seperti buku-buku berlabel MQ, Tabloid MQ, TVMQ, Radio MQ, Keping DVD dan lain sebagainya. Seperti pada gambar berikut



Gambar 3

Gambar tersebut memberi penjelasan bahwa simbolik dakwah MQ tidak lagi berakar dalam pemaknaan yang sebenarnya dalam budaya populer. Putusnya hubungan antara tanda dan penanda di dalam setiap hal, setiap makna menjadi begitu

bebas dan ambigu. Finalitas makna menjadi suatu hal yang tidak mungkin bisa didapat lagi. Hal ini juga terjadi terhadap finalitas kata dakwah itu sendiri.

Pengertian dakwah tak lagi didasarkan kepada kegiatan yang bertujuan untuk membangun kesucian hati, mendekatkan diri kepada Allah Swt. dan menggapai kedalaman spiritual. Masuknya budaya populer telah membawa pengaruh ritualitas keagamaan dengan gaya hidup. *Perselingkuhan* antara praktek ritual keagamaan dengan praktik gaya hidup telah menjadikan ritual itu sebagai bagian dari gaya hidup, menanggalkannya dari ruang-ruang kesucian. Hal yang kemudian muncul adalah semacam paradoks: paradok antara yang sakral dan yang profan, antara nilai transenden dan imanen, antara kesucian hati dan penampakan luar. Dakwah MQ Aa Gym di satu sisi merupakan media atau ruang tempat memperoleh nilai-nilai spiritualitas, pada sisi yang lain ia justru menggiring pada perangkat gaya hidup konsumtif.

Masuknya dakwah MQ Aa Gym dalam budaya populer seperti dalam buku-buku, televisi, radio dan sebagainya telah membawa kepada keterputusan antara tanda dan penanda sehingga menumbulkan makna yang beragam. Lewat konstruksi citra, bentuk-bentuk dakwah MQ dikemas dengan kreatif untuk ditawarkan dalam pasar kapitalis. Dunia citra tidak pernah berhenti berkembang, dan perkembangannya ikut membentuk cara komunikasi dan ritual keagamaan. Kepopuleran Aa Gym sebagai ustadz selebriti disini sangat berperan besar dalam memberikan semacam citra yang dinamis kemada masyarakat. Sehingga yang berlangsung adalah semacam revolusi

citra, yaitu perkembangan mutakhir teknologi citra seperti yang ada pada buku-buku Aa Gym, majalah, televisi, keping DVD, radio dan sebagainya.

Titik di mana tanda dan penanda lepas inilah, kemudian yang menyebabkan pergerakan makna menjadi tidak terbatas dan liar. Tanda-tanda bergerak dinamis melampaui kode baku yang ada. Setiap hal yang ada di dunia berpotensi untuk berdiri sendiri dan dapat bertukar makna satu sama lain. Keterlepasan tanda dan penanda itu dapat dilihat dari dakwah MQ yang mediumnya tidak lagi menyampaikan syiar ritualitas keagamaan tetapi sudah menjadi brand nasional yang serius dipasarkan dalam industri budaya populer, sehingga menimbulkan pemaknaan yang tak lagi mengacu kepada realitas dakwah tersebut (hiperrealitas). Hiperrealitas menciptakan suatu kondisi yang di dalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian; masa lalu berbaur masa kini; fakta bersimpang siur dengan rekayasa; tanda melebur dengan realitas; dusta bersenyawa dengan kebenaran. Kategori-kategori kebenaran, kepalsuan, keaslian, isu, realitas, tumpang tindih dalam realitas.

Fenomena hiperrealitas itu sendiri bisa terlihat dalam buku-buku Aa Gym, Tabloid MQ, keping DVD, TVMQ, Radio MQ dan sebagainya, yang di dalamnya dirayakan keberlimpahan tanda. Tanda masa lalu dan sekarang melebur melampaui struktur, lengkap dengan iklan dan hiburan yang ditawarkan. Ritual dakwah MQ direduksi menjadi simbol-simbol yang digunakan sebagai sebuah ungkapan ketakwaan. MQ travel juga merupakan salah satu contoh dari wacana ibadah hiperritualitas yaitu memaknai ritual keagamaan dengan tanda, citra, dan gaya hidup.

Hal tersebut tidak hanya memerangkap seseorang, tetapi turut menjauhkannya dari makna-makna ritual keagamaan itu sendiri. Akibatnya kegiatan dakwah sebagai ritual keagamaan telah terseret dalam arus budaya populer dan budaya komoditas, yang telah berperan besar dalam menggiring kegiatan ritual keagamaan menjadi sebuah gaya hidup artifisial

Konotasi yang didapat dari dakwah MQ adalah orientasi perbaikan akhlak yang dilakukan lewat pengembangan konsep Manajemen Qolbu yang modern yaitu dengan cara penyampaian melalui percetakan, keeping DVD, pertelevisian, radio dan sebagainya yang berujung pada ritual komersialisasi.

4. Hipersemiotika simbol populer ustadz selebriti Abdullah Gymnastiar

Simbol populer atau penampilan populer yang mencakup mulai dari pakaian sampai rambut dan aksesoris yang menkankan efek-efek kesenangan, simbol, status, tema, prestise, daya pesona dan lain sebagainya. Hal itu dihadirkan semata-mata untuk menarik perhatian, pesona, dan hasrat libido. Menariknya, fenomena penampilan populer itu memperlihatkan dua kecendrungan di dalam tubuh masyarakat Islam. *Pertama*, menjadi pengikut atau imitator dari model penampilan para elite agama. *Kedua*, pengombinasian penampilan bernafaskan religius dengan penampilan gaya hidup keduniaan.

a. Tata Busana Aa Gym

Aa Gym jelas-jelas menggunakan bentuk-bentuk populer dalam kesuksesan dakwahnya. Aa Gym sebagai da'i, cenderung lebih banyak berhadapan dengan masyarakat luas. Beliau harus mampu menarik perhatian umum dalam segala hal

yang melekat pada dirinya. Salah satunya adalah busana yang dipakainya sebagai salah satu sistem tanda yang dikenakannya sehingga masyarakat mudah mengenalnya sebagai da'i.

Umumnya seorang da'i memakai baju takwa, sarung yang dilengkapi millineris kopiah atau songko dan sandal. Sedangkan Aa Gym selain berbusana seperti disebutkan tadi, pada kesempatan-kesempatan tertentu memakai busana lain, seperti jas atau *suit*, *t-shirt* berkerah *turtleneck* berlengan panjang, sarung atau dapat pula memakai pantalon yang dilengkapi millineris sorban dan sepatu atau sandal. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini, tata busana Aa Gym dalam beberapa kegiatan, yaitu:



Gambar 4

Seperti yang dipergunakan dalam gambar di atas, tampak pada gambar beliau mempergunakan jenis busana yang diurut dari atas sampai ke bawah seperti :

- a. Peci dan sorban dengan teknik pemakaian tertentu.

- b. Kacamata.
- c. *T-shirt* berleher *turtleneck* berlengan panjang.
- d. Jas atau suit
- e. Sarung atau pantalon
- f. Kemungkinan menggunakan sepatu sebagai alas kakinya

Pakaian di dalam Islam sebagai satu tanda harus bersandar pada sistem tanda pada tingkat ideologis, berlandaskan konvensi dan kode tertinggi (kesopanan, kepatuhan), dan ini harus tercermin pada pertandaan. Akan tetapi, proses penafsiran pakaian sebagai satu sistem bahasa pada tingkat yang lebih rendah, misalnya dikaitkan dengan konteks musim, tren, mode dapat dilakukan melalui proses dekonstruksi secara bebas dari makna yang konvensional; melalui permainan dekonstruksi dan *significance* bentuk, warna, motif yang kreatif, selama ia tidak bertentangan dengan kode ideologis. Di sini pertandaan bisa bersifat sewenang-wenang sehingga melampaui kode struktural berbusana.

Hal yang sama dapat dilihat pada tata busana yang dikenakan Aa Gym pada gambar di atas. Dalam gambar diatas dapat dilihat bahwa busana Aa Gym mendekonstruksi tanda, bentuk, ekspresi bahkan kode-kode *fashion* yang ada sebelumnya, seperti pengkombinasian pakaian resmi terlihat dari jas yang digunakan dan juga pakaian yang bernuansa Islami seperti sarung, peci dan sorban.

Dikaitkan dengan dua tingkatan pertandaan yang dikemukakan diatas, maka sistem pertandaan dalam fashion Aa Gym dapat digambarkan sebagai berikut:

Bahasa	Penanda 1 Pakaian	Petanda 1 Elegan, dst	
Ideologi	Tanda 1 Penanda 2		Petanda 2 Kesalehan, dst
	Tanda 2		

Konsepnya adalah, bahwa merubah tanda melalui pilihan-pilihan dan kombinasi bentuk menghasilkan keragaman makna hangat, elegan, jiwa muda dan seterusnya, tetapi dengan tidak menanggalkan makna kesalehan di dalamnya. Tanda-tanda tersebut akan terus berkembang seiring dengan perkembangan *fashion* dalam budaya populer.

susunan berbusana ala barat yang bermakna resmi dan formal diganti susunannya dengan makna lain yaitu di samping adanya unsur formal juga ada unsur agama karena penambahan sorban. meskipun apabila dilihat dari sudut berbusana secara Islam, tata busana Aa Gym tersebut seolah-olah kebarat-baratan dan berbeda dari ustadz ataupun kiyai lainnya. Konotasi yang diperoleh dari tata busana yang dipakai Aa Gym memiliki citra (*image*) selain bersifat religius dalam bertindak juga mengikuti selera zaman.

b. *Tele* Aa Gym dalam berbagai aktivitas pengembangan diri

Buku Qolbugrafi Aa Gym merupakan salah satu buku yang bercerita tentang kisah hidup Aa Gym. Selain berisi uraian mengenai cerita kehidupan Aa Gym, buku tersebut juga menarik karena diisi dengan berbagai gambar yang semakin mengokohkan Aa Gym dalam dunia populer, seperti mengendarai motor gede, melayang di angkasa, menyelam di kedalaman, menunggang kuda, dan

menerbangkan pesawat, serta berbagai gambar lainnya. Seperti gambar di bawah ini.



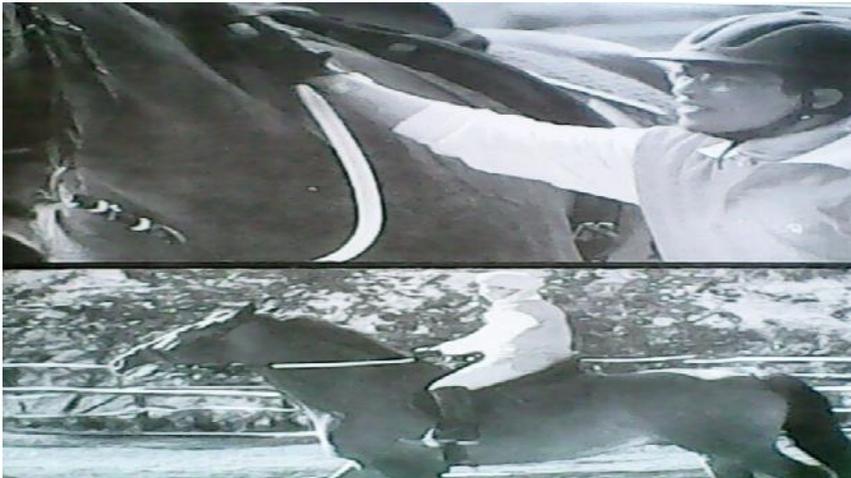
Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7



Gambar 8



Gambar 9

Melalui gambar-gambar terbut Aa Gym memberitahukan kisahnya tentang, mengendarai motor gede, melayang di udara, menyelam, menunggang kuda dan menerbangkan pesawat. Melihat gambar tersebut sebagai tanda dapat ditarik makna bahwa tokoh dalam gambar tersebut memiliki keberanian yang tinggi serta tokoh petualang berat. Tetapi, ketika dilihat tokoh dalam gambar tersebut Aa Gym sebagai seorang ustadz atau pendakwah agama, maka akan menimbulkan sebuah kontradiksi pemaknaan kultural keagamaan.

Kontradiksi pemaknaan keagamaan inilah yang nantinya dilihat sebagai pertandaan hipersemiotika. Kontradiksi itu dilihat dari gaya berpakaian seperti pada gambar mengendarai motor gede, melayang di angkasa, dan menyelam di kedalaman, Aa Gym menggunakan pakaian yang menyesuaikan dengan kegiatan seperti memakai jaket kulit ketika menegendarai motor gede yang memberikan kesan gagah dan mewah, menggunakan pakaian terjun bebas saat melayang di udara, dan menggunakan pakaian renang saat menyelam. Ketiga gambar tersebut tidak memberikan kesan seorang “Aa Gym”, hanya memberikan gambaran tentang gaya hidup sebagai petualang yang berani. Berbeda dari tiga gambar tersebut, dua gambar berikutnya yaitu pada gambar menunggang kuda dan menerbangkan pesawat, Aa Gym tidak hanya menggunakan pakaian selayaknya orang yang menunggang kuda atau pilot pesawat, tetapi di beberapa *scene* Aa Gym tampak menggunakan sorban sebagai *tele* ustadz.

Hipersemiotika di sini dilihat dari kontradiktif dari simbol-simbol gambar tersebut, di satu sisi gambar tersebut menunjukkan gaya hidup seorang Aa Gym tapi di sisi lain gambar tersebut juga menggunakan simbol kesalehan seperti pemakaian

sorban. Pemaknaan masyarakat bahwa Aa Gym adalah seorang ustadz yang kegiatannya hanya berdakwah sebagai kode, terbantahkan melalui gambar tersebut. Sehingga menimbulkan kode yang melampaui, di mana kegiatan Aa Gym tidak hanya berdakwah saja tetapi juga melakukan Aktivitas seperti dalam gambar tersebut. Menurut peneliti dari gambar tersebut Aa Gym menyatukan simbol-simbol visual kesalehan dengan keberanian.