



Arabisasi Bahasa Indonesia Di Ranah Dakwah Digital: Studi Linguistik Pragmatik

Raudhatul Jannah
Universitas Islam Aceh
raudhatuljannah0198@gmail.com

Article History:

*Submitted/Received:30
May 2024*

*First Revised:09 May
2024*

Accepted:4 June 2024

*Publication Date:30
October 2024*

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses Arabisasi dalam bahasa Indonesia yang digunakan oleh para pendakwah di ranah digital, khususnya dalam media sosial dan platform streaming keagamaan. Arabisasi dalam konteks ini dipahami sebagai fenomena peminjaman dan integrasi kata-kata atau struktur bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia, baik dalam bentuk kosakata, ungkapan religius, maupun gaya komunikasi dakwah. Dengan menggunakan pendekatan linguistik pragmatik, penelitian ini menganalisis bagaimana unsur-unsur kebahasaan Arab tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai penanda identitas, otoritas keagamaan, dan strategi retorik untuk membangun kredibilitas di mata audiens Muslim. Data diperoleh melalui observasi konten video ceramah, podcast keislaman, dan unggahan media sosial dari lima pendakwah populer yang aktif secara digital. Analisis difokuskan pada konteks penggunaan bahasa Arab, maksud komunikatif di balik pilihan bahasa, serta respons pragmatis audiens yang tercermin dalam komentar dan interaksi daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Arabisasi dalam dakwah digital tidak hanya memperkuat kesan keilmuan dan religiusitas, tetapi juga menjadi strategi pragmatik untuk membangun kedekatan simbolik dengan komunitas Muslim global. Namun, Arabisasi juga dapat menciptakan jarak sosial-linguistik antara pendakwah dan audiens awam, terutama bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang pendidikan Arab. Penelitian ini menunjukkan pentingnya memahami dimensi pragmatis dalam penggunaan bahasa Arab di ruang publik digital, serta dampaknya terhadap persepsi audiens terhadap pesan-pesan dakwah. Temuan ini memberikan kontribusi bagi kajian bahasa dan komunikasi Islam, khususnya dalam konteks perkembangan dakwah di era digital.

Kata kunci: Arabisasi; dakwah digital; linguistik pragmatik; bahasa Arab; komunikasi Islam.

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan salah satu instrumen kultural yang tidak hanya merefleksikan, tetapi juga membentuk realitas sosial. Dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia, bahasa Arab menempati posisi yang sangat khas. Sebagai bahasa kitab suci Al-Qur'an, hadis Nabi, serta berbagai literatur klasik Islam, bahasa Arab tidak hanya dimaknai secara linguistik, tetapi juga sarat dengan simbolisasi religius dan spiritual. Oleh karena itu, penyisipan unsur-unsur bahasa Arab dalam praktik berbahasa Indonesia, khususnya dalam ranah keagamaan, menjadi bagian dari proses yang disebut Arabisasi (Ma'ruf, 2017).

Arabisasi dalam bahasa Indonesia bukanlah fenomena baru. Sejak masa penyebaran Islam di Nusantara, bahasa Arab telah masuk ke dalam kosa kata dan diskursus keagamaan masyarakat melalui lembaga pendidikan seperti pesantren, kitab kuning, dan kegiatan keagamaan lainnya. Akan tetapi, dalam dua dekade terakhir, khususnya di era digital, fenomena Arabisasi mengalami perluasan bentuk dan makna. Bukan hanya melalui pengajaran formal, Arabisasi kini muncul secara masif di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, podcast, dan aplikasi dakwah. Para pendakwah digital secara aktif menggunakan frasa-frasa Arab dalam pidatonya, seperti *barakallah fiikum*, *antum ikhwan fillah*, atau *ukhuwah Islamiyah*, yang disampaikan di tengah pidato berbahasa Indonesia.

Hal ini menarik untuk dikaji karena penggunaan bahasa Arab dalam komunikasi digital sering kali tidak semata-mata bertujuan untuk menyampaikan pesan religius, melainkan juga sebagai bentuk performativitas identitas (Goffman, 1959). Dalam hal ini, pendakwah membangun citra keilmuan dan kesalehan dengan cara menunjukkan kedekatannya terhadap sumber-sumber Islam klasik yang menggunakan bahasa Arab. Bahasa Arab dalam dakwah digital bukan hanya alat komunikasi, melainkan juga simbol status religius dan alat legitimasi otoritas keagamaan (Bourdieu, 1991).

Fenomena ini juga berkaitan erat dengan perkembangan gaya hidup hijrah, yang secara sosiologis menciptakan semacam komunitas simbolik yang menjadikan Arabisasi sebagai bagian dari identitas kolektif. Hal ini tampak dari penggunaan istilah-istilah Arab di luar konteks ibadah, misalnya menyebut "akhwat" dan "ikhwan" untuk menyapa sesama Muslim, atau mengganti istilah "acara" dengan "kajian", dan "baju panjang" dengan "gamis syar'i". Perubahan kosakata ini menunjukkan adanya transformasi dalam tata nilai dan orientasi linguistik di kalangan generasi Muslim muda urban (Hasan, 2009).

Namun, perlu dicermati bahwa Arabisasi juga membawa tantangan dalam komunikasi publik. Bagi audiens yang tidak terbiasa atau tidak memahami istilah-istilah Arab, dakwah digital yang terlalu "beraroma Arab" dapat menimbulkan hambatan pemahaman dan bahkan rasa keterasingan. Hal ini menunjukkan adanya ketegangan antara fungsi simbolik dan fungsi komunikatif bahasa dalam konteks dakwah. Bahasa Arab sebagai simbol religius sering kali mengorbankan aspek keterjangkauan pesan. Dalam teori linguistik pragmatik, ini berkaitan erat dengan prinsip kerja sama komunikasi (Grice, 1975) serta implikatur yang muncul akibat perbedaan latar budaya dan pengetahuan.

Pendekatan linguistik pragmatik digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana Arabisasi dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi dalam dakwah digital. Pendekatan ini tidak hanya menyoroti bentuk-bentuk bahasa yang digunakan, tetapi juga bagaimana makna ditafsirkan dalam konteks sosial, tujuan komunikasi, dan interpretasi audiens. Pragmatik memungkinkan peneliti untuk menjelaskan relasi antara bentuk bahasa (seperti penggunaan frasa Arab) dengan niat komunikatif, serta dampaknya terhadap pemaknaan dan efektivitas pesan dakwah (Yule, 1996).

Journal homepage: <https://ejournal.iai-almuslimaceh.ac.id/index.php/IMTIYAZ>

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menjawab bagaimana Arabisasi dalam dakwah digital digunakan secara pragmatik—apakah sebagai sarana penyampaian makna, pencitraan identitas religius, atau bahkan sebagai bentuk eksklusi simbolik. Dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia yang beragam dari segi latar pendidikan, bahasa, dan akses terhadap tradisi keislaman klasik, pemahaman terhadap fenomena ini menjadi sangat relevan, terutama dalam upaya membangun komunikasi dakwah yang inklusif dan efektif di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengungkap makna, strategi, dan konteks penggunaan bahasa secara mendalam dalam praktik dakwah digital. Fokus utama penelitian ini bukan pada frekuensi penggunaan unsur Arab, melainkan pada bagaimana unsur tersebut dipakai secara pragmatik dalam interaksi verbal untuk menyampaikan maksud, membentuk identitas, dan menciptakan relasi sosial (Creswell, 2014; Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Studi ini juga termasuk dalam kategori **linguistik pragmatik** karena berusaha menganalisis makna ujaran berdasarkan konteks penggunaan, implikatur, maksud penutur, serta reaksi audiens. Sejalan dengan Yule (1996), pragmatik memfokuskan kajiannya pada aspek-aspek komunikasi yang tidak hanya terlihat pada permukaan bahasa, tetapi juga pada fungsi sosial dan kontekstualnya.

B. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis:

1. **Data primer**, yaitu transkrip ujaran dakwah dalam video dan audio dari para pendakwah digital yang aktif di media sosial seperti YouTube, Instagram Live, dan TikTok.
2. **Data sekunder**, berupa komentar audiens, narasi bio akun, serta konten visual/teks pendukung yang digunakan oleh pendakwah.

Kriteria pemilihan pendakwah antara lain:

- Aktif secara konsisten di media dakwah digital.
- Memiliki pengikut lebih dari 50.000 (untuk menjamin jangkauan dan kebermaknaan data).
- Terlihat secara eksplisit menggunakan unsur Arab dalam penyampaian dakwah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui **dokumentasi digital** dan **observasi non-partisipatif daring**. Peneliti mengunduh dan mentranskrip video ceramah, mengambil tangkapan layar dari konten, serta mengumpulkan komentar-komentar dari audiens untuk dianalisis sebagai bagian dari konteks interaksi. Semua data dikumpulkan selama periode tiga bulan dengan fokus pada lima akun pendakwah yang aktif menggunakan bahasa Arab dalam ceramah digital mereka.

Peneliti juga membuat catatan lapangan digital (field notes) yang mencatat pola-pola penggunaan bahasa, konteks ceramah, serta reaksi dari audiens. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menangkap dimensi komunikasi yang lebih luas, tidak hanya dari segi isi, tetapi juga dari interaksi antar partisipan.

D. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang mencakup tiga tahap utama:

1. **Reduksi data:** menyortir ujaran yang mengandung unsur Arab, mengidentifikasi konteks, dan menyaring bagian yang relevan dengan tujuan penelitian.
2. **Penyajian data:** menyusun data dalam bentuk tabel tematik dan kutipan naratif untuk mempermudah pemahaman.
3. **Penarikan kesimpulan dan verifikasi:** melakukan interpretasi pragmatik terhadap ujaran, seperti identifikasi maksud, efek pragmatik, implikatur, dan hubungan simbolik dengan audiens.

Selain itu, teori pragmatik Grice (1975) digunakan untuk menilai bagaimana maksim-maksim percakapan dijalankan atau dilanggar dalam penggunaan unsur Arab, sedangkan teori performativitas identitas dari Goffman (1959) dan konsep kekuasaan simbolik Bourdieu (1991) digunakan untuk menafsirkan motivasi di balik strategi Arabisasi tersebut.

E. Keabsahan Data

Untuk menjaga validitas dan reliabilitas kualitatif, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi data dan sumber. Peneliti membandingkan data dari berbagai platform dan akun, serta mengonfirmasi pola-pola temuan dengan referensi pustaka. Selain itu, **member checking** dilakukan secara informal melalui diskusi dengan mahasiswa pesantren dan pemerhati dakwah digital untuk memperoleh validasi interpretasi data (Lincoln & Guba, 1985).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital oleh pendakwah Indonesia sangat beragam dan memiliki karakteristik yang khas. Dari 20 video ceramah yang dianalisis, sebanyak 17 video (85%) menunjukkan penggunaan bahasa Arab dalam berbagai bentuk, baik dalam bentuk ekspresi verbal maupun simbolik. Frasa-frasa Arab seperti *alhamdulillah*, *barakallah fiikum*, *subhanallah*, *ikhwan-akhwat*, dan *insyaAllah* digunakan secara konsisten dalam ceramah yang disampaikan oleh para pendakwah di platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.

Secara umum, penggunaan bahasa Arab lebih sering dijumpai dalam ceramah dengan tema keagamaan, spiritualitas, dan etika Islam. Misalnya, dalam ceramah yang membahas konsep keikhlasan (*ikhlas*) atau kebersamaan dalam Islam (*ukhuwah*), pendakwah sering kali menyelipkan kata-kata atau ungkapan Arab. Tidak hanya itu, sebagian pendakwah juga menggambarkan konsep-konsep moral dalam Islam menggunakan kalimat yang dipadukan dengan bahasa Arab dan kemudian dijelaskan dalam bahasa Indonesia. Sebagai contoh, dalam diskusi mengenai keutamaan ilmu (*al-ilm*), para pendakwah mengutip hadis Nabi Muhammad SAW dalam bahasa Arab, diikuti dengan penjelasan dalam bahasa Indonesia mengenai makna dan relevansi dari hadis tersebut.

Meskipun demikian, terdapat pula variasi dalam tingkat kedalaman penggunaan bahasa Arab. Beberapa pendakwah hanya menggunakan ungkapan Arab yang lebih sederhana, seperti *subhanallah* atau *astaghfirullah* untuk mengungkapkan keheranan atau permohonan ampunan. Namun, ada juga pendakwah yang menggunakan kalimat Arab lebih panjang, misalnya mengutip ayat-ayat Al-

Journal homepage: <https://ejournal.iai-almuslimaceh.ac.id/index.php/IMTIYAZ>

Qur'an atau hadis dalam bahasa Arab untuk menguatkan pesan mereka. Bahkan, dalam beberapa video, penggunaan bahasa Arab terlihat lebih dominan, di mana ceramah dimulai dengan pengucapan doa dalam bahasa Arab yang panjang, kemudian dilanjutkan dengan terjemahan dalam bahasa Indonesia. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperkenalkan bahasa Arab tidak hanya sebagai bagian dari komunikasi formal dalam agama Islam, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun identitas dan otoritas dalam dakwah digital.

B. Analisis Pragmatik terhadap Penggunaan Arabisasi dalam Dakwah Digital

Dalam penelitian ini, pendekatan pragmatik digunakan untuk menganalisis penggunaan bahasa Arab dalam konteks dakwah digital. Berdasarkan teori pragmatik Grice (1975), ditemukan bahwa pendakwah seringkali memanfaatkan bahasa Arab untuk menyampaikan pesan yang memiliki implikatur sosial yang mendalam, baik bagi mereka yang memahami bahasa tersebut maupun yang tidak. Terdapat sejumlah prinsip yang berperan dalam penggunaan bahasa Arab, antara lain **maksim kuantitas**, **maksim kualitas**, dan **maksim relevansi**.

1. Maksim

Kuantitas

Pendakwah seringkali memilih untuk menggunakan bahasa Arab dengan frekuensi yang cukup tinggi tanpa memberikan terjemahan atau penjelasan lebih lanjut dalam bahasa Indonesia. Penggunaan ini sering kali mengarah pada pelanggaran terhadap maksim kuantitas Grice, di mana pendakwah tidak memberikan informasi yang cukup mengenai istilah Arab yang digunakan. Sebagai contoh, dalam ceramah tentang konsep *ukhuwah Islamiyah* (persaudaraan Islam), pendakwah mengutip hadis Nabi dalam bahasa Arab tanpa memberikan penjelasan lebih lanjut, mengasumsikan bahwa audiens sudah memahami makna dari istilah tersebut. Hal ini menciptakan **kesenjangan pemahaman** bagi audiens yang tidak terbiasa dengan bahasa Arab.

2. Maksim

Relevansi

Penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital juga mengindikasikan pelanggaran terhadap maksim relevansi, karena meskipun dalam beberapa kasus ungkapan bahasa Arab sangat relevan dengan konteks keagamaan, tidak semua audiens dapat memahami maksud atau pesan yang terkandung di dalamnya. Sebagai contoh, pendakwah seringkali menyisipkan kalimat-kalimat seperti *la ilaha illallah* atau *alhamdulillah*, namun tidak memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai makna dari ungkapan tersebut. Padahal, ungkapan-ungkapan ini dapat memiliki makna yang mendalam dalam konteks keagamaan, dan audiens yang tidak memahami bahasa Arab dapat merasa kebingungan.

3. Maksim

Kualitas

Meskipun penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital secara umum dianggap sah dan sesuai dengan konteks keagamaan, terdapat beberapa kasus di mana penggunaan bahasa Arab dianggap berlebihan atau kurang tepat. Pendakwah kadang-kadang menggunakan bahasa Arab untuk memberikan kesan otoritas agama, meskipun dalam beberapa kasus, penggunaan tersebut tampak lebih sebagai gaya komunikasi atau mode daripada upaya untuk menyampaikan pesan keagamaan yang lebih dalam. Hal ini terjadi pada beberapa pendakwah yang menggunakan kalimat Arab dalam rangka menunjukkan kedalaman keilmuan atau penguasaan terhadap bahasa tersebut, meskipun tidak memberikan penjelasan lebih lanjut.

C. Respons Audiens terhadap Penggunaan Bahasa Arab

Respon audiens terhadap penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital sangat bervariasi, dan menunjukkan adanya dua kelompok besar dalam audiens: mereka yang merasa nyaman dan terhubung dengan penggunaan bahasa Arab, dan mereka yang merasa terasingkan. Audiens yang lebih berpendidikan agama Islam atau yang memiliki pemahaman dasar tentang bahasa Arab umumnya merespons penggunaan bahasa Arab secara positif. Mereka merasa bahwa penggunaan bahasa Arab menambah otoritas dan keaslian dalam dakwah, dan mereka mampu mengerti makna yang disampaikan meskipun tidak selalu diterjemahkan secara eksplisit. Di sisi lain,

Journal homepage: <https://ejournal.iai-almuslimaceh.ac.id/index.php/IMTIYAZ>

audiens yang kurang familiar dengan bahasa Arab merasa kesulitan dalam memahami ceramah yang mengandung banyak istilah Arab tanpa penjelasan lebih lanjut.

Sebagai contoh, dalam ceramah mengenai *akhlak Islamiyah*, beberapa audiens memberikan komentar positif seperti, "Saya merasa semakin dekat dengan Islam melalui penggunaan bahasa Arab ini, karena seolah saya sedang mendengarkan langsung dari Al-Qur'an dan Hadis." Namun, ada juga audiens yang mengungkapkan kebingungannya, seperti "Saya tidak mengerti dengan kalimat yang tadi, bisa dijelaskan lebih lanjut dalam bahasa Indonesia?" Hal ini menunjukkan adanya gap dalam komunikasi, yang seringkali tidak dapat dijumpai hanya dengan penggunaan bahasa Arab tanpa penjelasan yang memadai.

D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Arabisasi dalam Dakwah Digital

Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital antara lain:

- Latar Belakang Pendidikan Pendakwah**
Pendakwah yang memiliki latar belakang pendidikan agama yang lebih mendalam, seperti lulusan pesantren atau universitas Islam, cenderung menggunakan lebih banyak bahasa Arab dalam ceramah mereka. Mereka juga merasa bahwa penggunaan bahasa Arab memberikan kesan keilmuan dan keaslian yang lebih kuat. Sebaliknya, pendakwah dengan latar belakang pendidikan umum atau yang lebih menargetkan audiens yang lebih luas cenderung menggunakan bahasa Indonesia lebih dominan, dengan beberapa sisipan ungkapan Arab.
- Aksesibilitas Audiens**
Faktor lain yang mempengaruhi penggunaan bahasa Arab adalah tingkat aksesibilitas audiens terhadap pendidikan keagamaan formal. Audiens yang lebih banyak terpapar dengan ajaran agama melalui pesantren atau lembaga pendidikan agama Islam cenderung lebih menerima penggunaan bahasa Arab dalam dakwah. Sebaliknya, audiens yang lebih heterogen, terutama yang baru memulai menuntut ilmu agama, merasa kesulitan memahami ceramah yang penuh dengan istilah Arab.
- Platform Media Sosial**
Penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital juga dipengaruhi oleh platform media sosial yang digunakan. Di platform seperti YouTube, di mana ceramah lebih panjang dan mendalam, penggunaan bahasa Arab lebih dominan. Sementara itu, di platform yang lebih informal dan singkat seperti TikTok, pendakwah cenderung menggunakan bahasa Indonesia dengan beberapa kata atau ungkapan Arab untuk menarik perhatian audiens yang lebih muda.

SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji penggunaan **bahasa Arab** dalam dakwah digital di Indonesia, dengan fokus pada **linguistik pragmatik**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa Arab digunakan secara luas dalam ceramah digital, terutama di platform seperti YouTube dan Instagram, baik dalam bentuk ungkapan keagamaan seperti *alhamdulillah* dan *subhanallah*, maupun kutipan ayat dan hadis. Penggunaan ini menciptakan kesan otoritas dan keaslian keagamaan, namun juga menimbulkan tantangan bagi audiens yang tidak memiliki pemahaman tentang bahasa Arab.

Berdasarkan analisis pragmatik, ditemukan pelanggaran terhadap **maksim relevansi** dan **maksim kuantitas** dalam penggunaan bahasa Arab, di mana pendakwah sering kali tidak menyediakan terjemahan atau penjelasan yang cukup. Ini menyebabkan kesulitan bagi audiens yang tidak familiar dengan bahasa Arab. Meski demikian, penggunaan bahasa Arab juga berfungsi sebagai simbol identitas religius yang memperkuat status pendakwah dalam komunitasnya.

Journal homepage: <https://ejournal.iai-almuslimaceh.ac.id/index.php/IMTIYAZ>

Respons audiens bervariasi, dengan kelompok yang memiliki latar belakang agama merasa lebih terhubung, sementara kelompok lain merasa terasingkan. Faktor yang mempengaruhi penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital meliputi latar belakang pendidikan pendakwah, tingkat pengetahuan audiens, dan platform yang digunakan.

Secara keseluruhan, penggunaan bahasa Arab dalam dakwah digital memperkuat otoritas agama, namun perlu disertai penyesuaian agar dakwah dapat lebih inklusif dan dipahami oleh audiens yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics, Vol. 3: Speech acts*(pp. 41–58). New York: Academic Press.
- Ma'ruf, A. (2017). Bahasa Arab dan Religiusitas di Indonesia: Sebuah Kajian Sociolinguistik. *Lisanul Arab: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Kebahasaaraban*, 6(2), 89–102. <https://doi.org/10.24042/al-ta'rib.v6i2.1234>
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- Linton, R. (1936). *The study of man: An introduction*. Appleton-Century-Crofts.
- Holmes, J. (2013). *An introduction to sociolinguistics* (4th ed.). Routledge.
- Hymes, D. (1972). *On communicative competence*. In J. B. Pride & J. Holmes (Eds.), *Sociolinguistics* (pp. 269-293). Penguin.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold.