

# PERGESERAN MAKNA USTAZ PADA USTAZ SELEBRITAS (KAJIAN SOSIOSEMANTIS)

Oleh:  
Ening Herniti, M.Hum.



## A. Pendahuluan

Bahasa terus berkembang sesuai dengan perkembangan pemakaian pemakai bahasa. Bahasa selalu mengalami perkembangan dan perubahan. Perkembangan dan perubahan itu terjadi karena adanya perubahan sosial, ekonomi, dan budaya. Karena pemikiran manusia berkembang, maka pemakaian kata dan kalimat berkembang pula.<sup>1</sup> Perubahan kata dan kalimat akan diikuti oleh perubahan maknanya. Sebuah kata dapat bergeser maknanya karena faktor lingkungan atau sosial budaya yang melingkupinya. Pada hakikatnya sebuah kata hampir tidak dapat dimaknai secara tepat jika dilepaskan dari konteks pemakaiannya.

Ada perbedaan antara pergeseran dan perubahan makna. Menurut Parera, pergeseran makna adalah gejala perluasan, penyempitan, pengonotasian (konotasi), penyinestesian (sinestesia), dan pengasosiasian sebuah makna kata yang masih hidup dalam medan makna. Dalam pergeseran makna rujukan awal tidak berubah atau diganti, tetapi rujukan awal mengalami perluasan rujukan atau penyempitan rujukan. Sementara itu, perubahan makna adalah gejala pergantian rujukan dari simbol bunyi yang sama.<sup>2</sup> Jadi, dalam perubahan makna terjadi pergantian rujukan yang berbeda dengan rujukan semula.

---

<sup>1</sup> Mansoer Pateda, *Semantik Leksikal*, (Jakarta: Rineks Cipta, 2010), hlm. 158.

<sup>2</sup> J.D. Parera, *Teori Semantik*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2004), hlm. 107.

Menurut Abdul Chaer, secara sinkronis makna sebuah kata tidak akan berubah, tetapi secara diakronis ada kemungkinan dapat berubah. Namun, ia kemudian menandaskan bahwa makna sebuah kata secara sinkronis dapat berubah yang menyiratkan bahwa tidak setiap kata maknanya harus atau akan berubah secara diakronis.<sup>3</sup> Pendapat ini selaras dengan pendapat Parera dan Edi Subroto. Parera menegaskan bahwa pergeseran makna dapat terjadi secara diakronis (historis) dan sinkronis.<sup>4</sup> Hal ini senada dengan pendapat Edi Subroto bahwa perubahan makna leksikal dapat terjadi secara sinkronis dan diakronis.<sup>5</sup>

Perubahan makna menurut Pateda meliputi pelemahan, pembatasan, penggantian, pergeseran, perluasan, dan kekaburan makna. Jadi, pergeseran makna adalah bagian dari perubahan makna.<sup>6</sup> Perubahan makna terjadi karena faktor sosial dan budaya dihubungkan dengan perkembangan makna kata dalam masyarakat. Bagaimana sebuah kata dimaknai sangat bergantung pada konteks sosial yang melingkupinya. Demikian halnya dengan kata ustaz mengalami pergeseran makna seiring dengan perkembangan sosial budaya.

Tulisan ini akan memaparkan makna ustaz dalam kancah sosial budaya, ustaz-ustaz selebritas, julukan-julukan para ustaz yang komersial, dan yang terakhir pergeseran ustaz yang seyogyanya adalah tuntunan kini menjadi ustaz yang cenderung menjadi tontonan. Data digali melalui mesin pencari *google* yang memuat beberapa artikel tentang ustaz-ustaz selebritas. Yang dimaksud ustaz selebritas di sini adalah ustaz-ustaz atau para penceramah yang

---

<sup>3</sup> Abdul Chaer, *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta 2009), hlm. 130.

<sup>4</sup> J.D. Parera, *Teori Semantik*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2004), hlm. 107.

<sup>5</sup> Edi Subroto, *Pengantar Studi Semantik dan Pragmatik: Buku 1. Pengantar Studi Semantik*, (Surakarta: Cakrawala Media, 2011), hlm. 87.

<sup>6</sup> Mansoer Pateda, *Semantik Leksikal*, (Jakarta: Rineks Cipta, 2010), hlm. 159.

dipopulerkan lewat media elektronik seperti televisi. Di samping itu, mereka juga membintangi sinetron dan sejumlah iklan.

## **B. MAKNA USTAZ DALAM KANCAH SOSIAL-BUDAYA**

Menurut Umar Ibrahim Vadillo -*World Islamic Mint- World Islamic Trading Organization* "Ustaz" adalah istilah yang digunakan oleh kaum modernis. Istilah ustaz berasal dari bahasa Persia, bukan berasal dari bahasa Arab. Istilah ini merupakan deklarasi dari ideologi fundamentalis baru selama pertengahan abad ke-19. Tidak ada referensi untuk istilah "ustaz" dalam teks-teks klasik. Istilah "ustaz" pada awalnya digunakan oleh Muhammad Abduh. Para pengikut Muhammad Abduh menggunakan "ustaz" untuk mengonotasikan diri mereka sendiri menjadi "guru". Tidak ada satu pun buku yang ditulis 200 tahun yang lalu menyebut para ulama muslim sebagai "ustaz".<sup>7</sup>

Dalam kamus Arab *Al-Mu'jamul Wasith* (المعجم الوسيط)<sup>8</sup> kata ustaz memiliki beberapa makna sebagai berikut.

الأستاذ - أستاذ:

الأستاذ: المعلم.

والأستاذ الماهر في الصناعة يُعَلِّمُهَا غَيْرَهُ.

والأستاذ لقب علمي عالٍ في الجامعة. والجمع: أساتذة، وأساتيد

1. Pengajar
2. Orang yang ahli dalam suatu bidang industri dan mengajarkan pada yang lain.
3. Julukan akademis level tinggi di universitas.

---

<sup>7</sup> Umar Ibrahim Vadillo. (2010). "Kesalahpahaman Istilah Ustaz". Diakses tanggal 8 Juni 2013 dari <http://www.wakalanusantara.com/detilurl/Kesalahpahaman.Istilah.Ustadz/418>

<sup>8</sup> Abd Wahab al-Sayid Awadhillah (Ed), *al-Mu'jam al-Wasith*, (Mesir: Muthaba, 1999).

Ustaz adalah istilah yang dipakai untuk panggilan orang yang dianggap pintar dan ahli di bidang ilmu agama. Kata *ustaz* dapat disejajarkan dengan istilah buya, kiai, dai, dan mubalig. Di beberapa pesantren, pengasuh/pimpinan pesantren disebut ustaz. Di sebagian pesantren yang lain, ustaz statusnya di bawah kiai. Istilah 'kiai' lazim untuk sebutan tokoh agama di Jawa Tengah dan Jawa Timur, 'mama' atau 'aa sepuh' di Jawa Barat, atau 'guru' atau 'mualim' di Betawi, sedangkan sebutan 'tuan guru' di Nusa Tenggara Barat.

Makna leksikal kata *ustaz* diartikan sebagai ahli agama (laki-laki); guru atau guru besar (pada madrasah, dan sebagainya) dan kata *ustazah* dimaknai guru agama atau guru besar (perempuan).<sup>9</sup> Dalam *Kamus Al-Bisri*, ustaz bermakna guru.<sup>10</sup> Ustaz merupakan simbol kebaikan dan kesucian. Ustaz sebagai tokoh agama seharusnya dapat menjaga segala tutur dan perilakunya kapan pun dan di mana pun. Namun, dalam perkembangannya pemakaian kata *ustaz* mengalami pergeseran makna. Ustaz tidak hanya dijadikan simbol kebaikan dan kesucian, tetapi sudah bergeser menjadi sebuah profesi.

### C. USTAZ SELEBRITAS

Tidak dapat dielakkan kehadiran televisi memberikan ruang yang agak luas bagi para ustaz untuk tampil di wilayah publik. Namun, ada dampak negatif yang tidak dapat ditepis, yakni masyarakat menjadi sulit membedakan ustaz sebagai artis atau ustaz yang sesungguhnya. Keberlangsungan acara sebuah stasiun televisi sangat bergantung pada banyak sedikitnya iklan yang menyponsori acara tersebut. Jadi, stasiun televisi cenderung menayangkan acara yang dapat menyedot banyak iklan.

---

<sup>9</sup> Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2012), hlm. 1539.

<sup>10</sup> Adib Bisri dan MunawarB. Fatah, *Kamus Al-Bisri*, (Surabaya: Pustaka Progressif, 1999), hlm. 9.

Demikian halnya dengan kehadiran ustaz-ustaz yang tidak hanya memiliki bekal dakwah, tetapi juga memiliki sisi *entertainer* yang menjanjikan. Artinya, ustaz tidak hanya menyampaikan pesan-pesan agama, tetapi juga dapat menghibur masyarakat dengan dakwah yang setengah melawak. Ustaz yang berdakwah dengan gaya serius dan butuh perenungan yang dalam dianggap ketinggalan zaman. Gaya berceramah yang diselengi banyak humor seolah menjadi tren baru bagi dakwah terutama dakwah pada industri televisi. Industri televisi selalu mengikuti pesanan dari masyarakat, bukan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan mengikuti tren dakwah terkini, sajian ceramah ustaz dikemas sedemikian rupa dari retorika sampai pada gaya berbusana para ustaz dan ustazah. Dengan memenuhi keinginan pasar secara otomatis akan menyedot para pengiklan yang ujung-ujungnya pada keuntungan yang diperoleh stasiun televisi.

Hampir setiap hari beberapa stasiun televisi menyajikan siraman rohani ataupun dakwah yang dikemas bukan saja pengajian, melainkan juga disuguhkan humor atau lawakan. Humor atau sesuatu yang lucu dapat memancing gelak tawa dari hadirin ataupun pemirsa di rumah, bukan hanya karena bahasa dakwahnya, tetapi juga gerak-gerik panggungnya. Taruhlah contoh tingkah polah Maulana ketika berdakwah yang mungkin lebih mirip pelawak daripada pendakwah. Namun, mungkin semua itu dilakukan karena tuntutan dari pemesan atau sebuah trik agar tetap “laku”.

Seperti yang telah dipaparkan di atas bahwa ustaz terjebak pada komersialisasi dengan membawa simbol-simbol agama. Dalam Surat An-Nahl ayat 125 ada perintah yang berbunyi “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk*”.

Dari Surat An-Nahl ayat 125 dijelaskan bahwa bagaimana peran dan fungsi ustaz sesungguhnya.

Sebutan atau istilah ustaz dan ustazah semakin populer seiring dengan sering munculnya mereka di televisi, baik sebagai penceramah maupun sebagai bintang iklan, bintang sinetron, penyanyi, dan produser film. Namun, seiring perkembangan zaman, tidak dapat dimungkiri berbagai perangkat teknologi informasi sudah semakin canggih, aksentuasi dakwah tentu juga menuntut untuk mengikuti arus pergerakan zaman tersebut. Media informasi seperti radio, internet, dan televisi masif memengaruhi kultur sosial masyarakat. Untuk itu, dakwah juga niscaya dituntut masuk lewat media tersebut.

Pada awalnya, memang tidak ada masalah jika dakwah dibingkai, dikemas, dan disalurkan dengan berbagai media, seperti televisi atau radio. Namun, lambat-laun akan menjadi problem serius ketika perhelatan dakwah keagamaan tidak lebih dari sekadar acara atau serial yang lebih mengedepankan antusiasme publik yang bermuara pada akumulasi keuntungan materi dari sponsor atau pelaku industri, ketimbang mementingkan esensi dan ruh dari apa yang disampaikan para pendakwah. Logika kapital masuk di sini, yang indikasinya dapat dilihat dari beberapa ustaz dan ustazah menjadi ikon produk tertentu.<sup>11</sup>

Sekilas sepertinya tidak ada masalah bila seorang ustaz juga merangkap menjadi ikon produk tertentu, tetapi tanpa disadari hal tersebut akan membuat dualisme antara dakwah dan dagang. Dakwah dan dagang adalah dua hal yang berbeda orientasi walaupun keduanya sama-sama dianjurkan Nabi. Seyogyanya keduanya dipisahkan karena dakwah bukan ditujukan untuk melariskan barang dagangan. Dakwah sepatutnya hanya ditujukan untuk membantu umat memahami ajaran agama secara komprehensif dan paripurna.<sup>12</sup> Ustaz atau ustazah adalah pewaris para nabi, pemimpin, panutan, khalifah, pengemban amanah Allah Swt., dan pemelihara

---

<sup>11</sup> <http://apepherya.com/opini/kritik-konstruktif-ustad-selebritis>.

<sup>12</sup> *Ibid.*

kemaslahatan. Jika Ustaz dan ustazah mau dimanfaatkan oleh para pengiklan untuk menjual produk, bagaimanakah nasib umat pada masa yang akan datang. Dualisme dakwah menjadi sesuatu yang nisbi. Padahal kalau dicermati lebih lanjut dakwah dan aktifitas komersial (iklan) adalah sesuatu yang sangat bertolak belakang. Melihat realitas-empirik kekinian, kemungkinan besar masyarakat agak sukar membedakan antara ustaz, terutama yang sering tampil di layar kaca, yang notabene sebagai penyampai agama dan selebritas yang secara hakikat memiliki fungsi bertolak belakang, yakni penghibur masyarakat.

Ustaz atau ustazah yang dipopulerkan oleh media televisi sering disebut ustaz atau ustazah selebritas. Menurut KBBI, selebritas adalah orang yang terkenal atau masyhur (pesohor).<sup>13</sup> Selebritas adalah individu yang dikenal karena identitas mereka disimulasi oleh media. Mereka dapat berasal dari mana saja, dapat berasal dari musisi, olahragawan, model, pesinetron, penyiar, atau tokoh agama. Tokoh agama yang dalam hal ini adalah ustaz dan ustazah “yang sesungguhnya” berlahan tetapi pasti mulai bergeser identitasnya. Pada awalnya ustaz atau ustazah merupakan cermin realitas identitas dirinya sebagai pendakwah yang menyuarakan kebenaran, tetapi kemudian identitas religius menghilang karena praktik ustaz yang berperan sebagai bintang iklan untuk mempromosikan produk. Hal ini terjadi karena ikon produk yang diiklankan tidak memiliki hubungan dengan identitas religius yang disematkan padanya. Hadirnya ustaz dan ustazah dalam iklan televisi hanya dimanfaatkan oleh para pengiklan untuk mendongkrak omset penjualan. Berbagai pergeseran tersebut menunjukkan bekerjanya kekuatan ideologis media, terutama televisi. Diskursus tentang ideologi media memang telah menapaki jalan yang cukup panjang. Namun, pada beberapa dekade ini, diskursus ideologi dielaborasi melalui refleksi bahasa.

---

<sup>13</sup> Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2012), hlm. 1250.

Secara luas, ideologi mulai dilekatkan pada fungsi bahasa atau teks media.<sup>14</sup>

Makna religiusitas menjadi kabur setelah kapitalisme masuk ke dalam wilayah agama. Tokoh agama selalu menyerukan kebajikan, sedangkan kapitalisme selalu mencari keuntungan. Ketika ada tokoh agama mencari keuntungan melalui kebajikan yang diserukan dan pedagang menyerukan kebajikan untuk mencari keuntungan, maka keduanya bertemu.

Bulan Ramadan adalah bulan berkah bagi para ustaz selebritas. Dalam KBBI, kata *berkah* diartikan karunia Tuhan yang mendatangkan kebaikan bagi kehidupan manusia.<sup>15</sup> Berkah bagi ustaz selebritas tentunya bukan hanya menyebarkan dakwah dengan semata mengharap rida Allah Swt., tetapi juga menuai rupiah yang tentunya tidak sedikit.

#### **D. JULUKAN-JULUKAN KOMERSIAL**

Julukan-julukan khas dan unik memang telah dilakukan sejak zaman Rasulullah saw.. Misalnya, Abu Turob adalah julukan Ali bin Abi Thalib r.a., Abu Masakin merupakan julukan untuk Ja'far bin Abi Thalib r.a., Hussam adalah julukan untuk memanggil Hassan bin Tsabit r.a., Asadullah adalah gelar untuk Hamzah r.a., dan sebagainya. Julukan-julukan tersebut diikuti oleh para ustaz selebritis, tetapi dengan tujuan untuk mendogkrak popularitasnya. Almarhum Jefri Al-Buchori mendapat julukan ustaz gaul, ustaz cinta disematkan pada Ustadz Restu Sugiharto, ustaz digital ditujukan kepada Yusuf mansur, dan julukan ustaz pantun diperuntukkan bagi K.H. Taufiqqurahman, S.Q.. Tidak hanya itu, mereka juga memiliki tim manajemen, *facebook*, akun twitter, dan blog selayaknya selebritas

---

<sup>14</sup> Iswandi Syahputra, *Rabasia Simulasi Mistik Televisi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 283.

<sup>15</sup> Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 179.



lainnya. Di bawah ini gambar beberapa ustaz selebritas di bawah naungan Akhirat Management.



Julukan-julukan ustaz gaul, ustaz cinta, ustaz digital, ataupun ustaz pantun terasa kurang tepat karena ustaz rasanya menjadi aneh bila berkolokasi (bersanding kata) dengan gaul, cinta, digital, ataupun pantun. Kolokasi adalah istilah dalam linguistik yang memiliki pengertian asosiasi tetap antara kata yang satu dengan kata yang lain dalam lingkungan yang sama.<sup>16</sup> Sumarlam mendefinisikan kolokasi atau sanding kata sebagai asosiasi tertentu dalam menggunakan pilihan kata yang cenderung digunakan secara berdampingan. Kata-kata yang berkolokasi adalah kata-kata yang cenderung dipakai dalam suatu ranah tertentu untuk mendukung suatu tema tertentu.<sup>17</sup> Ustaz akan lebih lazim bila berkolokasi dengan kata *alim*, *zuhud*, *dermawan*, dan sebagainya. Seperti kata *lembut* akan memungkinkan berkolokasi dengan *kapas*, *kulit bayi*, atau *sutera* sehingga akan menjadi gabungan kata *kapas lembut*, *kulit bayi lembut*, atau *sutera lembut*. Akan menjadi bertentangan bila kata *lembut*

---

<sup>16</sup> *Ibid.* hlm. 715

<sup>17</sup> Sumarlam, *Teori dan Praktik Analisis Wacana*, (Solo:Penerbit KATTA, 2010), hlm 119.

berkolokasi dengan kata *batu cadas* sehingga menjadi gabungan *batu cadas lembut*.

Di bawah ini akan diuraikan ustaz-ustaz yang menggunakan julukan-julukan komersial.

## 1. Ustaz Gaul

Almarhum Jefri Al-Buchori yang akrab dengan sebutan Uje (Ustaz Jefri) mendapat julukan ustaz gaul. Julukan ini memiliki alasan tersendiri. Ia dianggap mudah membaur dengan semua kalangan, mulai generasi tua, muda, sampai anak-anak. Ia juga tidak membedakan kelas sosial, baik yang berpendidikan, putus sekolah, maupun preman.<sup>18</sup> Ia mengemas bahasa dakwahnya dengan bahasa-bahasa anak muda. Ia termasuk pendakwah yang mampu menciptakan tren baru bagi industri televisi di tanah air. Ia juga ikut membesarkan program ‘Damai Indonesiaku’ di tvOne karena progamnya mendapat *rating* tertinggi.<sup>19</sup>

Mencermati biografi Jefri yang dilahirkan di Jakarta, 12 April 1973 ini, ternyata bukan orang baru dalam dunia keartisan karena ia memulai karier pada tahun 1991 dengan bermain dalam sinetron “Pendekar Halilintar” di TVRI.<sup>20</sup> Pada tahun yang sama ia terpilih sebagai pemeran pria terbaik dalam Sepekan Sinetron Remaja Sayap Patah yang ditayangkan TVRI.<sup>21</sup> Ia baru memulai menjadi

---

<sup>18</sup> Beno Junianto dan Rizky Sekar Afrisia. (2013). “Mengenang Uje Sang Ustad Gaul”. Diakses 4 Juli 2013 dari <http://life.viva.co.id/news/read/418052-mengenang-uje--sang-ustad-gaul>.

<sup>19</sup> *Ibid*.

<sup>20</sup> Alia Fathiyah. (2013). “Uje dan Sosok Ustad Gaul”. Diakses 5 Juni 2013 dari <http://www.tempo.co/read/news/2013/04/26/219475981/Uje-dan-Sosok-Ustad-Gaul>.

<sup>21</sup> Eric Samantha. (2005). “Hitam-Putih Ustad Jeffry “. Diakses pada tanggal 7 Juni 2013 dari <http://arsip.gatra.com//2005-11-06/artikel.php?id=89506>.

pendakwah pada tahun 2000 ketika menggantikan kakaknya yang menjadi imam di sebuah masjid di Singapura.<sup>22</sup>

Ia baru dikenal orang secara luas sebagai pendakwah pada tahun 2002 dalam acara "Salam Sahur (Salsa)" di TV7. Pada tahun 2003 ia juga dikontrak untuk acara yang sama. Pada tahun 2004 setiap Minggu pagi ia mengisi acara Tausiah di TPI dan tujuh episode acara "[Kumis Remaja](#)".<sup>23</sup> Pada tahun 2005 kegiatan ceramahnya mencapai tiga sampai empat kali dalam sehari dan pengajian rutin "*I Like Monday*" di rumahnya dengan jemaah tetap.<sup>24</sup> Masih pada tahun yang sama ia meluncurkan album rohani "Lahir Kembali". Kemudian pada tahun 2006 ia meluncurkan album keduanya yang berjudul "Shalawat". Pada album tersebut ia berduet dengan istrinya, Pipik Dian Irawati, dalam dua lagu yang berjudul "Shalawat Badar" dan "Thola 'al Badru".<sup>25</sup> Pada tahun 2007 Jefri juga pernah berkolaborasi dalam mini album [Ungu](#) (yang hanya berisi lima lagu) "Para Pencari-Mu" dalam lagu "Surga Hati". Pada tahun 2009 ia tampil langsung berduet pada Tabligh Akbar dan Konser Musik Religi Ungu di [Cilegon, Jawa Barat](#) yang dihadiri ribuan penonton.<sup>26</sup>

Dari paparan di atas dapat diketahui bahwa Jefri memang awalnya menjadi artis sinetron yang kemudian ia mengubah jalan hidupnya menjadi pendakwah yang sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia keartisanannya. Hal ini tampak pada gaya busana Jefri yang memang disponsori. Pada awalnya Jefri berpakaian selayaknya

---

<sup>22</sup> Arsip Gatra: Hitam-Putih Ustad Jeffry. Diakses pada tanggal 5 Juni 2013.

<sup>23</sup> *Ibid.*

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> *Ruslan Burhani* (Ed.). "Ustadz Jefri Luncurkan Album Shalawat". Akses 5 Juni 2013 dari <http://www.antaranews.com/berita/1159287180/ustadz-jefri-luncurkan-album-shalawat>.

<sup>26</sup> Ungu Luncurkan Album "Para PencariMu"; Rumah Dunia.com: KONSER MUSIK RELIGI UNGU DI CILEGON. Diakses pada tanggal 5 Juni 2013

pendakwah, yakni berpakaian [gamis](#) panjang lengkap dengan [sorban](#). Namun, kemudian ia menggantinya karena dirasa kurang sesuai dengan segmen dakwahnya, yakni [remaja](#). Jefri pun beralih ke baju koko yang trendi. Model baju yang dikenakan Jefri selalu menjadi populer. Akhirnya, Jefri menjadi ikon merk baju koko tersebut.<sup>27</sup> Berdakwah sekaligus dijadikan sebagai model iklan baju yang dikenakannya.

## **2. Ustaz Pantun**

K.H. Taufiqqurahman, S.Q. dijuluki ustaz pantun. Pria yang lahir di Jakarta pada tanggal 4 Juni 1980 ini mendapat julukan ustaz pantun karena dalam setiap ceramahnya selalu berpantun. Ia lulusan Perguruan Tinggi Ilmu AL QUR'AN (PTIQ) Fakultas Syari'ah Jakarta pada tahun 2004. Ia juga pernah menjadi bintang tamu dan mengisi acara di beberapa acara televisi, yaitu "PILDACIL" di LA Tivi dan ANTV; "Dorce Show" di Trans TV; "Tutur Hikmah" di TV 7; "Kalam" di ANTV; "Ceria Ramadhan" di SCTV; "Seleb Kena Batunya" di LA Tivi; "Ramadhannya Farhan" di ANTV; "Titian Qolbu" di TVONE; "Curhat Bareng Ustadz" di ANTV; " Menuju Kemenangan" di GLOBAL TV; "Sahur Cagur" di GLOBAL TV; "Kabar Sahur" di TV One; "Kabar Pagi" di TV One; "Kilau 17" di ANTV; "Gerakan Ibu Hebat" di ANTV; dan "Cahaya Hati" di ANTV.

## **3. Ustaz Cinta**

Ustaz cinta disematkan pada Restu Sugiharto. Pria kelahiran Klaten 8 Januari 1975 ini tercatat sebagai pengisi acara keagamaan di beberapa televisi nasional. Ia disebut ustaz cinta karena ia aktif mengisi ceramah, seminar, dan pengajian-pengajian seputar cinta dan keluarga. Hingga saat ini, lebih dari 1.000 pasangan telah

---

<sup>27</sup> Arsip Gatra: Hitam-Putih Ustad Jeffry. Diakses pada tanggal 5 Juni 2013.

dijodohkan oleh ustaz cinta ini.<sup>28</sup> Ia menulis delapan buku yang berjudul *Kalo Kamu Jatuh Cinta*, *Dahsyatnya Kekuatan Cinta*, *Cara Mudah Cepat Nikah*, *The Inner Power of Muslimah*, *Rahasia Menarik Jodoh*, *Mukjizat Tobat*, *Rahasia Agar Doa Mustajab*, dan *Jodoh Untuk Semua*.<sup>29</sup>

Bersama beberapa orang rekannya, Restu Sugiharto mendirikan Muhammadiyah Movement, sebuah lembaga konsultasi keluarga yang juga menaungi pengajian Mujahadah Cinta Keluarga.<sup>30</sup> Ia juga mengisi acara di MNC Muslim (Indovision Channel 92) dalam program "Taman Cinta" setiap Sabtu dan Ahad pukul 7 pagi.

Restu Sugiharto memiliki blog <http://ustadzrestu.blogspot.com> dengan slogan "Ustadz Cinta Center: Pusat Konsultasi Cinta, Jodoh, Pernikahan, dan Kemapanan". Pada blognya yang diunggah pada hari Kamis, 16 August 2012 secara terbuka ia menyampaikan terimakasih kepada beberapa media (elektronik dan cetak), lembaga nasional, dan perusahaan nasional yang telah mengundangnya. Di bawah ini adalah beberapa pihak yang telah mengundangnya.

- (1) Media elektronik: RCTI, SCTV, Metro TV, TV One, MNC TV, Trans TV, Trans 7, ANTV, Indosiar, LaTiVi, TPI, JakTV, B-Channel, Kompas TV, IndoVision, TelkomVision, MQTV, AdiTV, Detik.com, Woman FM, Elshinta FM, Mustang FM, D FM, Sonora FM, Kayumanis FM, Smart FM, dan lain-lain.
- (2) Media Cetak: Hidayatullah, Alkisah, Hidayah, Muslimah, Nyata, Tabloid Haji dan Umrah, Realita, Nurani, Majalah Gontor, Indo Pos, Jawa Pos, Her World, Harian Kompas, dan lain-lain.

---

<sup>28</sup> <http://ustadzakhiratmanagement.blogspot.com/2012/01/ustadz-restu-sugiharto-ustadz-cinta.html>. Diakses pada tanggal 11- Juni 2013.

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> <http://tentang-pernikahan.com/mix/bookgalleryview.php?bookid=78>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2013.

- (3) Lembaga Nasional: Rumah Tangga Istana Negara, Kementrian Sekretariat Negara RI, Lemigas, Bea Cukai, BPK, KPU, Kemminperta, Dompot Dhuafa, Al-Azhar Peduli Umat, Portal Infaq, TKI Hongkong, Kejaksaan Jabar, Masjid Raya At-Tin, Masjid Raya Bani Umar, Masjid Raya Pondok Indah, Masjid Agung Kubah Mas, Jakarta Islamic Center, Masjid Al-Azhar, Masjid Sunda Kelapa, LP Tangerang, RSUD Tangerang, Menteri Kesehatan, San Edigio, UGM, Unsoed, USahid, Asy-Syafi'iyah, BSI, Unnes, Unmer, UMM, UI, UMJ, Mercu Buana, Universitas Pancasila, STIE Kucecwara, Pemda Batam, Pemprov Babel, Pemda Musirawas, Perpus DKI, dan lain-lain.
- (4) Perusahaan Nasional: Indosat, Pro XL, Telkomsel, Ericsson, Nokia-Siemen, Garuda, Sempati Air, Coca Cola, Kalbe Farma, Indo Farma, Info Media, PPA, Aetra, Allianz, Suzuki, Frisian Flag, Lintas Artha, Citra Marga, Inco, Imeco, Vico, Pertamina, Pegadaian, BTN, BSM, Bank Permata, BNI 46, Danamon, OCBC-NISP, Bank Of Tokyo, CareFour, Giant, Ramayana, Matahari, Adhimix, Unilever, Indorama, Mattel, Jaya Properti, Migas Cepu, Hotel Ritz Charlton, LE Meridien, Park Lane, Mercure, Dharmawangsa, dan lain-lain.<sup>31</sup>

Dari data di atas diketahui bahwa ia diundang di media, lembaga, dan perusahaan yang tergolong bonafit dan tentunya memiliki dana yang cukup besar untuk mengundangnya. Ucapan terima kasih tersebut menyiratkan bahwa ia adalah ustaz papan atas.

#### **4. Ustaz Digital**

Ustaz digital disematkan pada Yusuf Mansur. Pria kelahiran Jakarta 19 Desember 1976 ini awalnya menggunakan sebutan ustaz

---

<sup>31</sup> <http://ustadzrestu.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2013

shodaqah. Ia merasa kurang nyaman dengan sebutan ustaz selebritas karena konotasinya kurang baik. Penyebutan ustaz digital bukan tanpa alasan. Ia menggunakan konsep pengajian dan beberapa program yang berbasis teknologi digital. Yusuf Mansur menyatakan bahwa ia tidak mungkin hadir di 1600 majelis setiap harinya atau 16 majelis setiap kota. Solusinya, ia menggunakan sistem dan teknologi digital. Hasilnya, pengajian dapat lebih mudah. Ia tetap dapat menyampaikan pencerahan dan motivasi meski wujud fisiknya tidak dapat berhadapan langsung dengan jemaah. Pembuatan konsep dakwah digital tersebut diharapkan jemaah akan merasa selalu ada di dekat Yusuf Mansur karena dapat berdialog dan berinteraksi dengan mereka.<sup>32</sup>

Jauh sebelum menjadi ustaz selebritas, ia pernah mengambil studi di jurusan Informatika, tetapi berhenti karena lebih senang balapan motor daripada kuliah. Pada tahun 1996, ia menjalani kehidupan kelam di bui selama dua bulan karena hutang miliaran rupiah untuk bisnis informatika. Pada tahun 1998, ia kembali masuk bui karena persoalan yang hampir serupa dengan kasus pertama. Saat di penjara itulah ia mendapat kesadaran tentang hikmah shodaqoh.<sup>33</sup>

Yusuf Mansur menulis buku *Wisata Hati Mencari Tuhan yang Hilang*. Buku ini terinspirasi oleh pengalamannya di penjara saat rindu kepada orang tuanya. Buku tersebut mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat. Kemudian ia sering diundang untuk membedah bukunya.<sup>34</sup> Karier Yusuf Mansur mulai tampak setelah bertemu dengan Yusuf Ibrahim, Produser dari label PT Virgo Ramayana Record, dengan meluncurkan kaset Tausiah “*Kun Fa*

---

<sup>32</sup> [http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/risih-digelari-ustadz-seleb-yusuf-mansur-ganti-sebutan-riu6lok\\_print.html](http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/risih-digelari-ustadz-seleb-yusuf-mansur-ganti-sebutan-riu6lok_print.html). Diakses pada tanggal 9 November 2011.

<sup>33</sup> <http://biografi.rumus.web.id/biografi-yusuf-mansur/>. Diakses pada tanggal 19 Januari 2013

<sup>34</sup> *Ibid.*

*Yakun*”, “*The Power of Giving*”, dan “Keluarga”. Ia juga merambah dunia seni peran melalui acara “Maha Kasih” yang diproduksi Wisata Hati bersama SinemArt. Melalui acara tersebut ia menyerukan keutamaan sedekah dengan tayangan yang didasarkan pada kisah nyata.<sup>35</sup>

Ia juga menjadi produser sebuah film berjudul “*Kun Fa Yakuun*” yang dibintanginya bersama Zaskia Adya Mecca, Agus Kuncoro, dan Desy Ratnasari. Melalui Wisata Hati, ia menyediakan layanan SMS Kun Fayakuun untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang ada. Di samping itu, ia juga menggagas Program Pembibitan Penghafal Alquran (PPPA), sebuah program unggulan dan menjadi laboratorium sedekah bagi seluruh keluarga besar Wisatahati. Donasi dari PPPA digunakan untuk mencetak penghafal Alquran melalui pendidikan gratis bagi duafa Pondok Pesantren Daarul Quran Wisatahati. Walaupun ia tidak lulus dalam kuliah, ia mewujudkan impiannya dengan mendirikan perguruan tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Cipta Karya Informatika.<sup>36</sup> Dari perjalanan karier Yusuf Mansur tampak ia memang memiliki kecenderungan untuk terjun ke dunia entertainer. Di samping sebagai pendakwah, ia juga sebagai pembisnis.

## **5. Ustaz Solmed**

Sholeh Mahmoed atau bernama populer Solmed lahir di Jakarta pada tanggal 19 Juli 1983. Ia adalah sarjana S-1 Hukum Politik, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Ia menamatkan studi itu pada tahun 2006. Pada tahun 2011 ia membintangi sinetron religi yang berjudul “Anak-anak Cahaya” di TVRI. Namun, namanya baru mulai populer ketika membintangi

---

<sup>35</sup> *Ibid.*

<sup>36</sup> *Ibid.*



sinetron “Pesantren dan Rock ‘n Roll” di SCTV pada tahun yang sama.<sup>37</sup>

Ia mengisi beberapa program televisi di antaranya program acara di RCTI “Assalamu’alaikum Ustadz” tiap Rabu dan Kamis pada pukul 04.00 WIB; “Cahaya Hati” di ANTV; “Titian Qolbu” di TV One; “Damai Indonesiaku” di TV One; dan “Teropong Iman” di Trans TV. Ia juga menjadi ikon produk baju koko Al Mia.<sup>38</sup>

Di samping itu, ia juga memiliki Akhirat *Management* yang dijalankan oleh managernya, Lady Asther. Akhirat *Management* membawahi beberapa ustaz, ustazah, dan artis religi yang sudah dikenal masyarakat luas. Akhirat *Management* beralamatkan di Puri Adhiloka, Ruang 208 Jl. Margonda Raya 208, Depok 16423, [ph] 021-91577703, [hp] 082124078666, [pin bb] 23343141, [e] akhiratmanagement@ymail.com. Ia memiliki akun facebook yang beralamat *kata ustadz solmed*.

## **6. Ustaz Guntur Bumi**

Nama asli Guntur Bumi adalah Muhammad Susilo Wibowo. Julukan Guntur Bumi ini diperoleh dari K.H. Abdurahman Wahid (Gus Dur). Ia lahir di Semarang pada tanggal 17 Februari 1982. Ia mulai dikenal publik sejak bergabung dengan acara *reality show* televisi berjudul “Pemburu Hantu” yang merupakan stasiun televisi Lativi (sekarang TVOne). Ia juga sering mengadakan pengobatan massal di berbagai daerah asalnya karena sejak kecil ia memiliki kelebihan dalam pengobatan alternatif secara alami.

## **E. Bias antara Tuntunan dan Tontonan**

Tuntunan adalah sesuatu yang dapat dijadikan bimbingan, petunjuk, atau pedoman. Sementara itu, tontonan adalah

---

<sup>37</sup> <http://terkiniterbaru.com/selebritis/profil-ustadz-soleh-mahmoed-ust-solmed.html>. Diakses pada tanggal 11 Juni 2013.

<sup>38</sup> *Ibid.*

pertunjukan yang sifatnya menyenangkan atau menghibur. Mempertimbangkan definisi di atas dapat diketahui dengan jelas bahwa tuntunan dengan tontonan adalah dua hal yang saling bersebrangan. Kehadiran ustaz atau ustazah di industri televisi membuat pendakwah dan penghibur menjadi sulit dipisahkan. Batas pemisah keduanya hampir tidak ada karena industri televisi menuntut adanya dakwah yang segar, tidak monoton, dan menghibur. Pendakwah dituntut sependai mungkin membawa suasana pengajian menjadi suasana yang tidak terlalu serius. Hal inilah yang membuat para ustaz menggunakan metode dakwah dengan lawakan sehingga semakin lucu pendakwah semakin akan bertahan lama dikontrak stasiun televisi. Hal ini wajar karena stasiun televisi hanya akan mengontrak orang-orang yang dapat menyedot banyak iklan.

Balai Penelitian dan Pengembangan (Litbang) Agama Jakarta pada tahun 2009 mengemukakan beberapa temuan penelitian terkait dengan dakwah di televisi. Balai Litbang Agama Jakarta adalah salah satu unit pelaksana teknis (UPT) dari tiga UPT di bawah naungan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia. Hasil penelitian itu antara lain menyatakan bahwa masyarakat secara umum merespon secara positif tayangan dakwah Islam di TV Nasional. Mereka mengakui kemasan dakwah di sejumlah TV swasta nasional, telah dikemas secara menarik, orisinal, dan trendi. Durasi yang relatif tidak lama yakni sekitar 30 menit membuat pemirsa tidak merasa bosan. Pilihan topik juga dikemas secara dinamis, disampaikan secara tidak monoton, dan tidak terkesan menggurui.<sup>39</sup>

Namun, dakwah jangan hanya berhenti pada kesan, tetapi hal yang paling substansi adalah pesan kebajikan yang disampaikan. Dakwah bukan hanya dengan lisan (ceramah), melainkan juga dengan amal perbuatan, yakni dakwah yang mengedepankan perbuatan nyata. Krisis keteladanan yang terjadi di Indonesia

---

<sup>39</sup> <http://blajakarta.kemenag.go.id/>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2013.

semakin memprihatinkan. Ustaz semestinya tidak hanya membawa pesan kebaikan dan ketakwaan, tetapi juga perilaku yang seharusnya dapat diteladani.

Masyarakat Indonesia sudah terlalu lelah dengan janji-janji manis para pemimpin negeri ini. Masyarakat sangat mengharapkan figur yang dapat dijadikan sebagai tuntunan tidak hanya pada ucapannya, tetapi juga perilakunya. Ustaz membawa pesan kebaikan dan keimanan, tetapi perilakunya sering seolah berbanding terbalik dengan perilaku kesehariannya. Para ustaz selebritas berpakaian trendi, bermobil mewah, bermotor besar, dan memiliki rumah yang megah. Perilaku mereka seperti artis papan atas. Jika demikian, masyarakat akan meneladani siapa? Para ustaz yang selayaknya menjadi panutan bergeser menjadi sosok yang senang akan pujian.

Rasulullah saw. memberi teladan tidak hanya secara lisan, tetapi juga perilaku. Dengan perkataan lain, perlu adanya kesatuan antara ucapan dan perbuatan para pembawa pesan ilahi itu. Keteladanan hidup bersahaja yang dicontohkan Rasulullah saw. tidak dijadikan kiblat oleh para ustaz selebritas. Di sinilah terjadinya krisis teladan para pendakwah yang dipopulerkan oleh media televisi.

## **F. Penutup**

Perubahan makna terjadi akibat faktor sosial dan budaya dihubungkan dengan perkembangan makna kata dalam masyarakat. Bagaimana sebuah kata dimaknai sangat bergantung pada konteks sosial yang melingkupinya. Kata ustaz mengalami pergeseran makna seiring dengan perkembangan sosial budaya. Seiring perkembangan zaman, aksentuasi dakwah tentu juga menuntut untuk mengikuti arus pergerakan zaman tersebut. Oleh karena itu, ustaz dan ustazah seolah mengikuti tren zaman dengan metode berdakwah baru. Mereka berdakwah melalui media televisi, baik sebagai penceramah maupun sebagai bintang iklan, bintang sinetron, penyanyi, dan produser film. Ustaz atau ustazah ini disebut ustaz atau ustazah selebritas.

Untuk mendongkrak popularitas, para ustaz selebritas memiliki julukan-julukan yang komersial. Misalnya, almarhum Jefri Al-Buchori mendapat julukan ustaz gaul, ustaz cinta disematkan pada Ustadz Restu Sugiharto, ustaz digital ditujukan kepada Yusuf mansur, dan ustaz pantun ditujukan kepada K.H. Taufiqqurahman, S.Q.

Namun, dengan seringnya mereka tampil di depan publik yang lebih mengedepankan popularitas dan keglamoran, identitas sebagai pendakwah mulai bergeser. Ustaz merupakan cermin realitas identitas dirinya sebagai pendakwah yang menyuarakan kebenaran dan nilai-nilai kesalehan, tetapi kemudian identitas religius menjadi bias karena praktik ustaz sebagai bintang sinetron, bintang iklan, gaya hidup seperti artis, dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsip Gatra: Hitam-Putih Ustad Jeffry. Diakses pada tanggal 5 Juni 2013.
- Awadhillah, Abd Wahab al-Sayid (Ed). *al-Mu'jam al-Wasith*. Mesir: Muthaba, 1999.
- Bisri, Adib dan Munawar A. Fatah. *Kamus Al-Bisri*. Surabaya: Pustaka Progressif, 1999.
- Burhani, Ruslan (Ed.). “Ustadz Jefri Luncurkan Album Shalawat”. Diakses pada tanggal 5 Juni 2013 dari <http://www.antaranews.com/berita/1159287180/>
- Chaer, Abdul. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2009.
- Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2012.
- Fathiyah, Alia. (2013). “Uje dan Sosok Ustad Gaul”. Diakses pada tanggal 5 Juni 2013 dari <http://www.tempo.co/read/news/2013/04/26/219475981/Uje-dan-Sosok-Ustad-Gaul>.
- <http://apepherya.com/opini/kritik-konstruktif-ustad-selebritis>.
- <http://biografi.rumus.web.id/biografi-yusuf-mansur/>. Diakses pada tanggal 19 Januari 2013.
- <http://blajakarta.kemenag.go.id/>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2013.
- [http://tentang\\_pernikahan.com/mix/bookgalleryview.php?bookid=78](http://tentang_pernikahan.com/mix/bookgalleryview.php?bookid=78). Diakses pada tanggal 30 Mei 2013.

<http://terkiniterbaru.com/selebritis/profil-ustadz-soleh-mahmoed-ust-solmed.html>. Diakses pada tanggal 11 Juni 2013.

<http://ustadzakhiratmanagement.blogspot.com/2012/01/ustadz-restu-sugiharto-ustadz-cinta.html>. Diakses pada tanggal 11 Juni 2013.

<http://ustadzrestu.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2013.

[http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriiti/risih-digelari-ustadz-seleb-yusuf-mansyur-ganti-sebutan-riu6lok\\_print.html](http://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriiti/risih-digelari-ustadz-seleb-yusuf-mansyur-ganti-sebutan-riu6lok_print.html). Diakses pada tanggal 9 November 2011.

Junianto, Beno dan Rizky Sekar Afrisia. (2013). “Mengenang Uje Sang Ustad Gaul”. Diakses 4 Juli 2013 dari <http://life.viva.co.id/news/read/418052-mengenang-uje--sang-ustad-gaul>.

Parera, J.D. *Teori Semantik*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2004.

Pateda, Mansoer. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineks Cipta, 2010.

Samantha, Eric. (2005). “Hitam-Putih Ustad Jeffry “. Diakses pada tanggal 7 Juni 2013 dari <http://arsip.gatra.com//2005-11-06/artikel.php?id=89506>.

Subroto, Edi. *Pengantar Studi Semantik dan Pragmatik (Buku 1. Pengantar Studi Semantik)*. Surakarta: Cakrawala Media, 2011.

Sumarlam. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Solo: Penerbit KATTA, 2010.

Syahputra, Iswandi, *Rahasia Simulasi Mistik Televisi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.

*Pergeseran Makna Ustadz pada Ustadz Selebritas (Kajian Sosiosemantis)*

Ungu Luncurkan Album "Para PencariMu"; Rumah Dunia.com: KONSER MUSIK RELIGI UNGU DI CILEGON. Diakses pada tanggal 5 Juni 2013.

ustadz-jefri-luncurkan-album-shalawat.

Vadillo, Umar Ibrahim. (2010). "Kesalahpahaman Istilah Ustadz". Diakses tanggal 8 Juni 2013 dari <http://www.wakalanusantara.com/detilurl/Kesalahpahaman.Istilah.Ustadz/418>.