R E T O R I K A
DAKWAH
KONTEMPORER

Dr. Hj. Umdatul Hasanah, M.Ag.

Hak cipta Dilindungi oleh Undang-Undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit. Isi diluar tanggung jawab percetakan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014

Tentang Hak Cipta.

Fungsi dan Sifat Hak Cipta

Pasal 2

Hak Cipta merupakan hak eksekutif bagi pencipta dan pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Hak Terkait Pasal 49:

Pelaku memiliki hak eksekutif untuk memberikan izin atau melarang pihak lain yang tanpa persetujuannya membuat, memperbanyak, atau menyiarkan rekaman suara dan/atau gambar pertunjukannya.

Sanksi Pelanggaran Pasal 72

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00,- (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00,- (lima milyar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama lima (5) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00,- (lima ratus juta rupiah)

R E T O R I K A
DAKWAH
KONTEMPORER

Dr. Hj. Umdatul Hasanah, M.Ag.

Media Madani

RETORIKA DAKWAH KONTEMPORER

Penulis:
Dr. Hj.Umdatul Hasanah, M.Ag

Editor:
Aang Saeful Milah

Lay Out & Design Sampul
Haryana

Cetakan 1, Oktober 2020
Hak Cipta 2020, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright@ 2020 by Media Madani Publisher
All Right Reserved
Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, mengutip, menggandakan, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Penerbit & Percetakan
Media Madani
Jl. Syekh Nawawi KP3B Palima Curug Serang-Banten email:
media.madani@yahoo.com & media.madani2@gmail.com
Telp. (0254) 7932066; Hp (087771333388)

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Dr. Hj.Umdatul Hasanah, M.Ag
Retorika Dakwah Kontemporer
Oleh: Dr. Hj.Umdatul Hasanah, M.Ag ;Editor: Aang Saeful Milah
Cet.1 Serang: Media Madani, Oktober 2020. x + 204 hlm
ISBN. 978-623-6599-78-5
NO. HKI. 000207753

1. Retorika Dakwah 1. Judul

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahrabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat taufik dan hidayah. Karena karunia dan bimbingan-NYA pula buku ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan, pastinya dengan berbagai kendala dan hambatan di sana-sini.

Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, manusia pilihan Tuhan dan teladan kita semua. Melalui dakwahnya kita mengenal risalah (wahyu) yang menjadi pedoman dan tuntunan hidup di dunia dan akhirat. Melalui dakwahnya kita mengenal mana jalan yang lurus dan mana jalan yang sesat.

Dakwah adalah salah satu tugas kenabian yang diwariskan kepada setiap ummatnya. Menjalankan dakwah menjadi bagian dari kewajiban dan komitemen keberagamaan sebagai muslim sebagaimana kewajiban yang lainnya. Meskipun ajaran Islam yang asasi tidak berubah dari sejak zaman Nabi sampai saat ini, namun cara mengajarkan orang kepada Islam pasti akan mengalai perubahan. Tentu saja jalan dakwah yang dilakukan berbeda dan penuh keragaman, serta

dinamikanya sesuai dengan situasi, kondisi dan lokasi. Maka dalam konteks ini retorika dakwah akan selalu dinamis, sebagaimaan kehidupan masyarakat muslim dan masyarakat dunia umumnya yang juga dinamis. Dinamika sejarah dan peradaban umat manusia yang berubah dari waktu ke waktu, menjadi tantangan tersendiri bagi para pendakwah.

Peradaban dunia saat ini dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, khususnya kecanggihan teknologi komuniaksi dan informasi menjadi problem baru sekaligus juga peluang dan tantangan baru dakwah Islam. Serbuan media yang tanpa control termasuk mediatisasi agama / dakwah seperti madu dan racun. Dalam satu sisi menjadikan dakwah mudah diakses dan tersebar luas menembus sekat-sekat yang selama ini tidak tertembus oleh dakwah konvensional. Namun di sisi lain terjadi *de-otorisasi*, tidak ada yang memiliki otoritas penuh, karena semua orang memiliki kesempatan yang sama dalam memproduksi pesan dan menyebar luaskannya. Sehingga antara kebenaran (hak) dan kepalsuan (hoak) saling berlomba. Demikian juga yang kompeten sama dengan yang tidak kompeten sama-sama mencari pangsa pasar.

Buku ini hadir dari sebuah keresahan terhadap realitas yang terjadi. Buku ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya keilmuan retorika dakwah yang

belum banyak ditulis. Di samping juga dapat menjadi bekal bagi pembaca yang berkiprah di dunia dakwah. Semoga karya ini memberikan manfaat yang luas, baik secara akademis maupun praktis, sosiologis. Pastinya buku ini ini masih memiliki kelemahan di banyak sisi. Untuk itu saran, koreksi dan kontribusi yang membangun ditunggu secara terbuka. Penulis mengucapkan terimakasih kepada banyak pihak yang telah berjasa secara langsung, khususnya keluarga penulis, orang tua, suami, anak-anak, dan juga para sahabat yang membantu dalam penulisan ini.

Wabillahittaufiq wal hidayah…..

Cilegon, 1 Oktober 2020

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI ix

BAB I RETORIKA, SEJARAH DAN PERKEMBANGANNYA
A. Retorika, Urgensi dan Hubungannya dengan Ilmu Lainnya 1
B. Sejarah dan Perkembangan Retorika 11
C. Aliran dan Prinsip Retorika 23

BAB II KEUTAMAAN DAN PRINSIP DAKWAH
A. Keutamaan Dakwah 35
B. Dasar Kewajiban Dakwah 38
C. Komponen Dakwah 45

BAB III RETORIKA DAKWAH DAN KOMPONENNYA
A. Retorika Dakwah dan Karakteristiknya 77
B. Prinsip Dasar Kewajiban Dakwah 83
C. Retorika Ajakan Kebaikan dan Retorika Pencegahan Kemunkaran 107

BAB IV KOMPONEN ETHOS, LOGOS DAN PATHOS DALAM RETORIKA DAKWAH
A. Komponen Ethos dan Kredibilitas Pendakwah..... 117
B. Pathos, Upaya Membangkitkan Kesadaran Emosional dalam Dakwah 127
C. Pendekatan Logos dalam Retorika Dakwah... 139

BAB V RETORIKA ISLAM DAN PERKEMBANGAN MEDIA DAKWAH
A. Wajah Retorika di Dunia Islam: Khithobah dan Balaghah 151

B. Retorika Islam, Tradisi dan Perkembangannya..... 164
C. Retorika Dakwah Islam dan Media Kontemporer .. 178

DAFTAR PUSTAKA 193

INDEKS 203

BAB I
RETORIKA, SEJARAH DAN PERKEMBANGANNYA

A. Retorika, Urgensi dan Hubungannya dengan Ilmu Lainnya

Istilah retorika sudah sangat familiar, meski begitu maknanya sering tidak dipahami dengan baik, sehingga tidak jarang ketika mendengar kata retorika, muncul ungkapan; *"akh cuma retorika saja"*, mengesankan seolah kata ini menjadi sesuatu yang kurang penting. Padahal Retorika dalam sejarahnya adalah ilmu yang tidak saja penting, akan tetapi juga menjadi ilmu bergengsi yang diminati oleh banyak kalangan, seperti politisi, pembela, hakim serta masyarakat.[1] Memiliki kemampuan beretorika menjadi dambaan banyak orang. Dengan itu, seseorang dapat memperkuat kedudukan dan pengaruhnya dalam kehidupan sosial.

Retorika telah dikaji oleh para ilmuwan seperti para filosof, ahli hukum, politikus, seniman, sastrawan, psikolog, serta para ahli komunikasi. Sebagai ilmu yang dikaji dari berbagai sudut pandang, menjadikan retorika sebagai ilmu yang multidisipliner. Pada akhirnya, ini berpengaruh pada

---

[1] Lihat: Suardi, *Urgensi Retorika dalam Perspektif Islam dan Persepsi Masyarakat*, (Jurnal An-Nida ISSN 24071706), Edisi Desember 2017 Vol.41. No.2, h. 135-136

pendefinisian retorika sendiri, sehingga pemaknaannya beragam. Keberagaman persepektif yang digunakan, melahirkan perbedaan dalam menilai retorika. Ada yang menilai sebagai ilmu, seni, teknik berbicara, dan keindahan bahasa.

Retorika dalam bahasa Inggris disebut dengan *rhetoric*, berasal dari bahasa Latin yang berarti ilmu bicara. Secara istilah, muncul bermacam-macam definisi retorika. William Covino dan David Jolliffe, dalam karyanya yang berjudul *what is Rhetoric?*[2] Mengakui tidak mudah mendefinisikan retorika. Sebabnya, retorika bukan ilmu pengetahuan yang pasti seperti fisika. Selain itu juga, karena retorika dalam sejarahnya pernah mengalami "pemfitnahan", retorika dianggap sebagai studi dan praktek pembentukan konten dan alat manipulasi. Karenanya, retorika dianggap hanya berupa fitur linguistik teks atau pembicaraan semata yang bertujuan untuk menguasai suasana pendengar atau pembaca. Pemahaman ini menjadikan retorika mengalami pengkerdilan makna.

Meski sulit dalam mendefiniskan, untuk memudahkan pembaca dalam memahami retorika, terdapat beberapa definisi

---

[2] William Covino and David Jolliffe, ed., *"What Is Rhetoric?" Rhetoric: Concepts, Definitions, Boundaries*. (Boston: Allyn & Bacon, 1995), h. 326.

yang dikemukakan oleh para ahli sebagai sebuah gambaran tentang retorika, di antaranya;

Menurut Aristoteles, rhetoric *"The function of rhetoric is not to persuade but to see the available means of persuasion in each case."* Artinya, "Retorika berfungsi bukan untuk membujuk, akan tetapi untuk melihat cara persuasi yang ada dalam suatu kasus." Sedangkan menurut Thomas de Quincey, Rhetoric (1828) *"Here then we have in popular use two separate ideas of Rhetoric: one of which is occupied with the general end of the fi ne art, that is to say, intellectual pleasure; the other applies itself more specifi cally to a defi nite purpose of utility."* Artinya: "Terdapat dua gagasan dari retorika; satu sisi sebagai bagian dari kesenangan, kepuasan dan gagasan kerja intelektual, sementara di sisi lain sebagai bagian dari seni."

Sementara George Kennedy, lebih melihat retorika sebagai kekuatan emosional yang mendorong pembicara untuk menyampaikan apa yang dikodekan melalui pesan. Dan itu yang juga mempengaruhi energi penerima dalam mengkode pesan. Menurutnya;*"Rhetoric in the most general sense may perhaps be identifi ed with the energy inherent in communication: the emotional energy that impels the speaker to speak, the physical energy expended in the utterance, the*

energy level coded in the message, and the energy experienced by the recipient in decoding the message".[3] Cleanth Brooks & Robert Penn Warren dalam karyanya Moderen Rhetoric, sebagaimana dikutip Onong Uchyana, mendefinisikan bahwa retorika adalah "*the art of using language effectively"* atau seni penggunaan bahasa secara efektif.[4]

Pandangan terhadap retorika, sebagai seni atau keterampilan, dinilai hanyalah bekal kemampuan teknis semata. Itu tidak mengherankan, karena dalam perjalanannya, pada zaman kaum Sophis, retorika digunakan sebagai keterampilan teknis dalam menyampaikan pesan untuk mempengaruhi orang lain. Selanjutnya kajian retorika ini dilanjutkan oleh kalangan filosof seperti Aristoteles yang telah menerapkan dasar-dasar retorika secara komprehensif, yang kemudian pemikirannya dikembangkan oleh para ilmuwan komunikasi di kemudian hari.

Kini, retorika sebagai ilmu bicara yang telah memiliki komposisi sebagai sebuah ilmu, obyek formal, obyek material, dan sistematika serta metodelogi sudah tersedia.[5] Retorika sesungguhnya memiliki cakupan luas, karena dalam

---

[3] William Covino and David Jolliffe, ed., *Ibid.* h. 327

[4] Onong Uchyana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remadja Karya, 1988), h.78.

[5] Nurul Badrutamam, *Dakwah Kaloboratif Tarmizi Taher,* (Jakarta: Grafindo, 2005), h. 107.

pembahasannya melibatkan banyak aspek, memuat seperangkap ide, gagasan, perasaan serta daya dukung lainnya yang digambarkan dalam penyampaian maupun bentuk simbol-simbol. Karenanya, kajian retorika secara umum meliputi kajian simbol yang digunakan oleh manusia, serta bagaimana cara manusia menggunakan simbol untuk mempengaruhi lingkungan sekitar, demikian pendapat Stephen W. Littlejhon & Karen A Foss.[6]

Dari uraian di atas, definisi retorika secara komprehensif, tidak hanya menunjukkan kemampuan teknis berbicara dan menyampaikan pesan di hadapan khalayak, tetapi retorika juga mengajarkan tentang kemampuan mempengaruhi orang lain (persuasi). Selain itu, juga mengajarkan kemampuan berargumentasi dengan menunjukkan kebenaran secara logika, keindahan bahasa, cara penyampaian yang baik dan menarik secara lisan maupun tulisan. Dengan demikian retorika tidak hanya ilmu bicara secara lisan, tetapi juga meliputi ilmu bicara secara tertulis atau yang dikenal dengan retorika teks.[7]

Model retorika jenis tersebut kemudian secara khusus dikaji dan dikembangkan oleh ilmu bahasa dan sastra atau

---

[6] Stephen W. Littlejhon & Karen A Foss, *Theories of HumanCommunication*, (Singapore: Cengage Learning, 2008), h., 73.

[7] William Covino and David Jolliffe, ed., *"What Is Rhetoric?" Rhetoric: Concepts, Definitions, Boundaries*, h. 330.

linguistik.[8] Di samping beberapa jenis retorika yang secara umum dipahami, juga berkembang retorika dengan bentuk gambar/visual dalam dunia jurnalistik. Itu kemudian yang dikembangkan oleh ilmu komunikasi dalam ranah komunikasi media massa. Bahkan dalam keagamaan juga ada yang menggunakan retorika jenis ini, sebagaimana dilakukan oleh Syekh Abdul Hamid Kishk salah seorang pengkhutbah di Mesir.[9]

Retorika sebagai sebuah aktifitas berkomunikasi manusia, sama tuanya dengan keberadaan manusia itu sendiri. Kehidupan manusia didominasi oleh kegiatan berbicara (komunikasi) dengan berbagai macam bentuknya. Baik komunikasi dengan diri sendiri (intrapersonal), komunikasi antar sesama (antarpersonal) maupun komunikasi kelompok, termasuk juga komunikasi dengan Tuhannya (transedental).

Bahkan, komunikasi Tuhan dengan manusia pertama yaitu Nabi Adam a.s adalah perintah menyampaikan pesan Tuhan kepada makhluk-Nya (QS. Al-Baqarah: 33). Tentunya setelah Nabi Adam as diajarkan ilmu pengetahuan oleh Allah

---

[8] Lihat beberapa contoh retorika teks, di antaranya karya Safnil, Pengantar Analisis Retorika Teks, (FKIP UNIB: 2020), Cet ke-3.

[9] Gegory Starrett, "Violence and Rhteoric of Images", *Cultural Anthropology Journal*, Vol 18, No 3, 2003, pp 398-428. http://www.jstor.co.id

SWT (QS. Al-Baqarah: 33). Di dalamnya mengandung urgensi komunikasi.

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (31)

"*Dan Dia mengajarkan kepada Adam Nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para malaikat lalu berfirman: Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu mamang benar orang-orang yang benar!"* (QS. Al-Baqarah: 31)

قَالَ يَاآدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ (33)

"Hai Adam, beritahukanlah kepada mereka nama-nama benda ini. Maka setelah diberitahukannya kepada mereka nama-nama benda itu, Allah berfirman: Bukankah sudah Ku-katakan kepadamu, bahwa sesungguhnya Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan mengetahui apa yang kamu lahirkan dan apa yang kamu sembunyikan?" (QS. Al-Baqarah: 33).

Kegiatan menyampaikan pesan merupakan kegiatan yang secara alamiah bisa dilakukan oleh manusia secara umum. Tentunya dengan kemampuan yang diberikan Tuhan kepada manusia itu sendiri, melalui kemampuan daya nalar dan mulut sebagai medianya. Artinya secara fitrah manusia telah dibekali komponen potensi kemampuan berkomunikasi. Akan

tetapi kecerdasan berkomunikasi dengan baik, indah, menarik dan efektif tidak dapat dimiliki oleh semua orang, karena ia sesuatu yang harus dipelajari. Retorika merupakan ilmu yang mengajarkan tentang teknik berbicara yang baik, benar, efektif dan menarik serta dapat mempengaruhi khalayak. Karenanya keberadaan retorika demikian penting. Tidak heran kalau kemudian retorika banyak dipelajari dan dikaji oleh berbagai profesi. Termasuk juga pada ranah keagamaan, di mana pesan-pesan keagamaan harus disampaikan secara baik, benar, menarik dan efektif.

Sebagai sebuah ilmu, retorika menjadikan seseorang memiliki keindahan berbicara. Ilmu ini dapat dipelajari oleh siapa pun, karena komunikasi merupakan karakteristik makhluk sosial. Di sinilah pentingnya mempelajari dan memahami retorika baik sebagai sebuah keterampilan maupun sebagai ilmu pengetahuan.

Beberapa Jenis ragam retorika berdasarkan tujuan dan sasarannya setidaknya terbagi pada 3 jenis:[10]

1. Monologika, merupakan gaya bicara yang disampaikan oleh satu orang, seperti pidato, khutbah, sambutan, dan sejenisnya.

[10] Deri Wuwur Hendrikus, *Retorika Trampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), h. 17.

2. Dialogika, merupakan seni berbicara yang memiliki lawan berbicara atau berdialog, seperti berdiskusi, tanya jawab.
3. Pembinaan Teknik Berbicara, bagian ini perhatiannya lebih kepada pembinaan teknik bernafas, bina suara, ternik bicara dan bercerita.

Sedangkan jenis pidato, dilihat berdasarkan konteks penyelenggaraannya dan ragam pendengarnya dapat dibagai dalam tiga jenis yaitu: pidato yudisial, pidato deliberative dan pidato epideitik atau demonstrative.[11]

1. Pidato *Yudisial* (Legal) atau Forensic

Yaitu pidato yang biasa dilakukan di pengadilan. Pidato jenis ini biasa dilakukan oleh orang-orang yang berperkara untuk meyakinkan majelis. Pidato jenis yudisial kerap dilengkapi dengan menunjukkan fakta-fakta dan argumentasi hukum. Dalam sejarahnya, argumentasi verbal menjadi satu-satunya alat pembuktian dan alat kemenangan di peradilan. Meskipun, seiring dengan penerapan hukum positif di mana kebenaran hukum didasarkan pada bukti-bukti fisik, kebenaran argumentasi logis secara verbal menjadi pendukung penting pada kekuatan fakta-fakta fisik. Tidak heran kalau orang-orang yang berperkara, meskipun memiliki bukti-bukti fisik, masih

[11] Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Moderen Pendekatan Praktis* (Bandung: Rosda karya, 2011), h. 63.

membutuhkan jasa pembela (lawyer) yang juga dikenal pandai bicara dalam membantu memenangkan suatu perkara. Kepandaian beretorika menjadi salah satu pendukung penting dalam menyelesaikan persoalan hukum.

2. Pidato *Deliberative* atau Pidato Politik (Susoria)

Yaitu pidato politik yang biasanya dilakukan di hadapan senat legislatif maupun di kalangan eksekutif. Pidato-pidato politik dengan mengumpulkan jumlah massa besar, seperti momentum kampanye, juga menjadi bagian dari jenis pidato ini.

3. Pidato *Epideitik atau Demonstrative*

Pidato jenis ini biasa dilakukan pada momentum tertentu, pementasan dengan iringan puji-pujian pada perayaan maupun upacara. Pidato keagamaan, budaya dan upacara perayaan hari-hari besar termasuk dalam pidato jenis ini. Pidato jenis ini juga kerap disebut pidato demonstrative, karena tidak hanya berisi puji-pujian dan pesan moralitas, melainkan juga berisi protes kepada pihak penguasa.

B. Sejarah dan Perkembangan Retorika

Sebagai ilmu pengetahuan dan keterampilan, retorika memiliki beberapa fase perkembangan. Dimulai dari masa klasik (Abad ke 5-1 Sebelum Masehi), abad pertengahan (abad ke 5 Masehi-15 M), modern (abad 15-21 M) dan hingga era saat ini.

1. Era Klasik (Abad ke 5-1 SM)

Era klasik dikenal sebagai masa kejayaan. Pada masa klasik, retorika merupakan ilmu yang banyak dikaji dan diminati oleh berbagai kalangan dan profesi. Politisi misalnya, mereka menggunakan retorika dalam rangka menarik dukungan politik dan mempengaruhi massa untuk mendapatkan kekuasaan. Demikian juga hakim dan orang-orang yang beracara menggunakan kekuatan dan kemampuan retorika untuk memenangkan perkara di pengadilan. Termasuk masyarakat umum yang ingin memenangkan perkara sebelum diberlakukannya bukti-bukti fisik secara (positif) argumen retoris merupakan salah satu komponen penting dalam proses tersebut. Sehingga retorika bukan hanya menjadi kebutuhan orang-orang penting secara sosial, akan tetapi juga dibutuhkan oleh masyarakat biasa secara umum. Retorika saat itu dikembangkan bukan hanya melalui kajian, tetapi juga dalam bentuk tulisan yang kemudian diajarkan. Beberapa tokoh masa

lalu, pernah mendirikan sekolah retorika sebagai sarana memberikan pelajaran praktis. Di samping juga menjadi obyek kajian ilmiah para pemikir pada masanya.[12]

Beberapa tokoh terkemuka pada masa itu di antaranya: Empedoclas, Phytagoras dan Georgias. Mereka merupakan guru pertama retorika yang juga dikenal sebagai tokoh aliran sophisme. Georgias mengajarkan retorika sebagai pemenuhan kebutuhan pasar terhadap kemampuan retorika yang tidak hanya mengedepankan berfikir logis, berbicara jelas dan persuasive, melainkan juga keindahan bahasa yang puitis dan menarik.

Tokoh lainnya adalah Protagoras, yang juga menyebut kelompoknya ini sebagai *"sophistai",* oleh sejarawan disebut sophis (guru kebijaksanaan). Bagi mereka retorika bukan hanya ilmu pidato, tetapi juga meliputi pengetahuan sastra, logika dan juga gramatika.[13] Protagoras juga berpandangan bahwa kemahiran berbicara bukan semata-mata untuk mendapatkan kemenangan, melainkan juga sebagai keindahan bahasa yang dapat menyentuh hati pendengar.

Meskipun demikian, kaum Sophis mendapat kritik dari berbagai akademisi. Ini karena beberapa tokohnya

---

[12] Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Moderen*, h. 45.
[13] Jalaluddin Rahmat, *Retorika Moderen*, h.4

menyalahgunakan retorika sebagai alat manipulasi dan mencari keuntungan semata dengan cara memperjual belikan ilmu ini dengan harga yang tinggi. Karena saat itu, permintaan pasar yang demikian besar. Terlepas dari kritik tersebut, kaum sophis diakui telah berjasa mengembangkan teknik retorika dan memasarkannya, sehingga menjadi populer.

Beberapa tokoh filosof mencoba mengembangkan retorika sebagai bagian dari kajian filsafat. Sebabnya, di dalam retorika bukan hanya dikaji bagaimana menyampaikan argumen di hadapan publik, namun juga meyakinkan orang lain berdasarkan kebenaran dan nalar logika.

Tokoh Filosof tersebut, antara lain: Socrates, Plato dan Aristoteles di antara filosof besar yang juga mengembangkan rethorika. Socrates merupakan salah satu tokoh yang juga turt mengembangkan rethorika dan tidak begitu selaras pandangannya dengan kelompok sophis. Ia berpandangan bahwa beretorika adalah demi mencapai suatu kebenaran dengan mengedepankan dialog sebagai methodenya. Beretorika bukan demi kepuasan dan ketertarikan *audience* semata ataupun mempengaruhi semata tanpa kebenaran. Socrates adalah tokoh yang pandangannya kerap mengkritik kaum sophis, baginya apa yang dilakukan kaum sophis dengan mengajarkan kebijaksanaan yang berbiaya mahal, menurut

Socrates hal tersebut tidak ubahnya seperti pelaku "prostitute".[14]

Pandangan Socrates ini kemudian dikembangkan oleh muridnya, Plato. Ia dikenal sebagai peletak dasar-dasar retorika secara ilmiah dalam karya besarnya yang berjudul *Dialog*'. Dalam karya tersebut ia menganjurkan pembicara memahami kondisi psikologi pendengar. Konsep ini kemudian dikembangkan oleh psikolog dalam pengaruh hubungan pembicara dan pendengar. Ini juga secara khusus dikaji dalam psikologi komunikasi.

Tokoh setelahnya yang dikenal sebagai sosok yang berhasil mengembangkan retorika sebagai pengetahuan ilmiah adalah Aristoteles, murid Plato. Aristoteles dikenal tokoh cerdas pengembang retorika yang sangat progresif dan produktif. Karya-karyanya menjadi rujukan penting sampai saat ini, salah satu yang dianggap cukup fenomenal adalah*"De Arte Rethorica*". Pada masa Aristitoteles-lah, dasar-dasar retorika secara komprehensif dikembangkan dengan baik.

Meskipun banyak pengembang retorika setelah Aristoteles, namun tidak sedahsyat dan komprehensif sebagaimana pemikirannya. Tidak heran pemikirannya terkait retorika masih menjadi rujukan bagi para ahli sampai saat ini.

---

[14] Jalaluddin Rakhmat Retorika Moderen, h. 54.

Plato dan Aristoteles adalah dua pemikir Yunani yang mengembangkan retorika sebagai bagian dari filsafat. Baginya, pernyataan yang memukau, menarik dan menggelorakan emosi memang baik, tetapi tidak bisa dipertanggung jawabkan. Karena, tujuan retorika adalah menguji kebenaran ucapan secara logika dan mempertanggung jawabkannya dengan menampakkan pembuktian-pembuktian logis.

Perkembangan retorika pada fase berikutnya terjadi di Romawi. Salah satu tokoh retorika termasyhur saat itu adalah Cicero, yang sebagai negarawan dan juga cendekiawan. Ia dikenal sebagai tokoh yang mengembangkan retorika sebagai ilmu. Selain sebagai cendekiawan dan ilmuwan, ia juga dikenal sebagai orator ulung. Pidato-pidatonya yang memukau berhasil mengaduk emosi, menggelegar, mengharu biru bahkan menghiba di telinga pendengar. Ia juga dikenal pandai dalam mengolah bahasa yang indah serta menarik.

Sebagai ilmuwan yang mengkaji rethorika, Cicero mengembangkan retorika sebagai ilmu, melalui karyanya '*de oratore'*. Dalam karya ini, memuat pelajaran untuk orator dan bentuk-bentuk pidato. Karya fenomenalnya dalam bidang retorika ini, *de oratore* menjadi rujukan para ahli bahkan juga penguasa. Keterampilan berorasi dapat menaklukan perhatian masyarakat dan membangkitkan perasaan orang banyak, lebih

dari kemenangan menaklukan wilayah. Demikian tulis sang Caesar Romawi, memuji kemampuan dan keahlian Cicero sang orator ulung.

Kemampuan Cicero dalam membangkitkan emosi yang dikenal dengan istilah *ornatus* adalah berupa menampilkan emosi yang relevan dengan kondisi pendengar. Orator harus mampu menanggapi kebutuhan pendengar dengan tampilan ekspresi emosional dan kegembiraan dengan latar belakang yang relatif tenang. Di situlah terjadi keterlibatan emosional sesuai dengan konteks dengan balutan estetika.[15]

Dalam setiap pidatonya, Cicero berupaya mempengaruhi khalayak bukan hanya dengan sentuhan emosi dan gaya bahasa yang menarik, lebih dari itu pidatonya mencerminkan kebenaran dan kesusilaan. Gaya orator harus meyakinkan. Ucapannya sarat dengan kebenaran dengan mengedepankan etika sehingga dapat mempengaruhi pendengar. Pidato akan berdampak baik bila yang menyampaikan orang baik dan juga memiliki niat baik '*the good man speaks well'*. Bagi Cicero, orator penting memproyeksikan etika dan moralitas sebagai kekuatan dalam

---

[15] Per Fjelstad, "Restraint and Emotion in Cicero's De Oratore: Philosophy and Rhetoric", Vol. 36, No. 1, 2003. Copyright © The Pennsylvania State University.

mempengaruhi khalayak, tidak hanya pandai memanipulasi emosi.

Beberapa Pandangan Cicero terkait ini selaras dengan pandangan Aristoteles di mana seorang orator tidak hanya memiliki kemampuan menyampaikan pernyataan yang memukau, menarik, berpengaruh akan tetapi juga harus memiliki ethos, yaitu kompetensi dan juga integritas. Retorika sangat erat hubungannya dengan kejujuran dan moralitas. Seorang orator sejatinya adalah penyebar kebenaran, kebaikan dan selalu berupaya mempengaruhi pendengar dengan kebaikan. Karenanya, tiga komponen penting yang harus dimiliki oleh orator menurut Aristoteles. *Pertama,* Logos, seorang orator harus memiliki kemampuan berbicara logis (logos), sesuai dengan kebenaran logika. *Kedua,* Pathos, orator harus memiliki kemampuan mengolah dan mempengaruhi rasa pendengarnya atau kemampuan himbauan emosional. *Ketiga,* Ethos, seorang orator harus memiliki kompetensi dan kredibilitas (karakter yang baik).[16]

Perkembangan retorika juga erat hubungannya dengan kemajuan demokrasi dalam masyarakat. Dalam pandangan Demosthenes, sistem pemerintahan demokrasi adalah di mana

---

[16] Onong Uchyana, *Ilmu dan Filsafat Komunikasi,* (Bandung: Remaja Rosda karya, 1988), h. 53.

rakyat diberikan keleluasaan berbicara yang diwakili oleh kalangan ahli yang pandai berbicara di hadapan khalayak luas. Hal ini dilakukan juga oleh Demosthenes yang menggunakan retorika dalam pidatonya ketika berbicara di hadapan khalayak, semangatnya berkobar dan narasinya mengalirkan ide-ide yang menggambarkan kecerdasan pikiran. Karenanya, banyak ahli politik saat itu yang juga sebagai ahli retorika (pidato). Demosthenes adalah contoh sosok politikus dan pemimpin partai anti Macedonia di Athena yang pandai berorasi.[17]

2. Abad Pertengahan (Abad ke 5 Masehi-15 M)

Fase abad pertengahan dikenal sebagai masa kegelapan seiring dengan era meredupnya ilmu pengetahuan di Barat. Saat itu terjadi pertentangan antara ilmuwan dan agamawan akibat dominasi Gereja. Pada belahan dunia lain, di Timur muncul cahaya yang menerangi dunia dengan hadirnya Islam yang dibawa Muhammad shallallahu alaihi wa sallam di Mekkah. Nabi Muhammad membawa agama keselamatan dan menerangi kehidupan dengan ajaran yang memperkuat spirit ilmu pengetahuan, sebagaimana wahyu yang pertama kali turun adalah kata *"Iqra"* (QS. Al-'Alaq: 1-5).

---

[17] Rajiyem, *Sejarah dan Perkembangan Retorika*, Jurnal *Humaniora*, Volume 17 no 2 Juni 2005, h. 146.

Pemerintahan Islam sejak zaman Rasulullah dan para sahabat sampai masa dinasti-dinasti Islam telah melakukan interaksi dengan peradaban dunia. Melalui interaksi ini, umat Islam mewarisi ilmu pengetahuan yang berkembang pada era klasik, melalui penerjemahan terhadap sumber-sumber peradaban dan pengetahuan Yunani dan Romawi, kemudian hal itu turut menghantarkan pada terjadinya *renaissance* di dunia Barat.

Pada masa dinasti Abbasiyah, ilmu pengetahuan berkembang melalui penerjemahan karya-karya klasik. Pada periode kejayaan itu lahirlah ilmuwan Muslim seperti Al-Kindi, Ibnu Sina, Al-Farabi, Ibnu Rusyd dan banyak lainnya. Sampai kemudian terjadinya peristiwa peperangan dan penyerangan pada kekuasaan Islam pada masa itu dan terjadi pembumihangusan ilmu pengetahuan yang dilakukan oleh kebiadaban pasukan Mongol.[18]

Terjadinya *renaissance* yang dijadikan sebagai titik perkembangan ilmu pengetahuan moderen di Barat, sesungguhnya tidak terlepas dari jasa peradaban Islam. Islam berhasil menghantarkan ilmu pengetahuan yang dikembangkan pada zaman Klasik di Yunani-Romawi, kepada ilmu

---

[18] Badri Yatim, *Sejarah Peradaban Islam; Dirasah Islamiyah II*, (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2008), h. 89.

pengetahuan di Barat.[19] Seiring dengan terjadinya renaissance tersebut juga menghantarkan pada perkembangan retorika moderen. Salah seorang tokoh retorika era moderen adalah Peter Ramus yang kembali mengembangkan retorika sehingga retorika kembali diminati banyak orang, di antara pemikirannya adalah membagi retorika pada dua sisi, yaitu sisi logika yang terdiri dari *invention* dan *disposition* sebagai bagian dari logika. Sedangkan retorika sendiri hanya terdiri dari *elucatio* dan *pronountatio* saja, dimana retorika berarti hanya terkait gaya bahasa dan cara penyampaian pesan di hadapan khalayak.[20]

Tokoh lain yang menghubungkan renaissance dengan retorika adalah Roger Bacon, tokoh ini bukan hanya mengenalkan penggunaan methode ilmiah dalam studi retorika, seperti metode eksperimental, akan tetapi juga menjadikan rethorika sebagai kajian yang meliputi proses psikhologis, imajinasi dan juga rasio.

Beberapa tokoh rethorika moderen muncul di Inggeris pada pertengahan abad ke 17 Masehi, antara lain; Oliver Cronwill dan Lord Bollingbroke, keduanya adalah orator ulung pada masa itu. Di antara pemikiran Cromwell dalam bidang

---

[19] Philip K Hitti, *The History of Arabs*, (Jakarta: Serambi, 2006), h. 381.

[20] Jalalauddin Rahmat, *Retorika Moderen*, h, 12

rethorica adalah, bahwa dalam berertorika harus melakukan: *Pertama*, Pengulangan hal yang penting. *Kedua*, Menyesuaikan diri dengan sikap lawan yang diajak bicara. *Ketiga*, Membiarkan orang membuat kesimpulan sendiri. *Keempat*, Menunggu reaksi.[21]

Sementara itu beberapa ilmuwan lainnya dalam bidang retorika seperti Goerge Campbell (1719-1796) dalam bukunya the *Philosophi of Rhetoric* mengembangkan retorika menjadi bagian dari kajian psikhologi, oleh karena di dalam rethorika memiliki komponen penting dalam upaya mempengaruhi sebagai sebuah proses psikologi, di mana melibatkan imajinasi, menggerakan emosi dan perasaan serta mempengaruhi kemauan.[22]

Pada fase retorika moderen ini juga terjadi spesifikasi seiring terjadinya spesifikasi ilmu. Beberapa bagian penting dari retorika dikembangkan secara spesifik oleh ilmu-ilmu yang berbeda. Misalnya, aspek persuasi kemudian dikembangkan lebih dalam oleh psikhologi, sedangkan aspek gaya dan keindahan bahasa kemudian dikembangkan secara khusus oleh ilmu bahasa dan sastra (*linguistic)*, sedangkan aspek penyampaian secara khusu kemudian dikembangkan

---

[21] Onong Uchyana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, h. 82-83.
[22] Jalaluddin Rahmat, *Retorika Moderen*, h. 12

oleh ilmu komunikasi. Pada ilmu ini juga kelak berkembang secara spesifik sebagai sayap komunikais publik atau yang dikenal denga *public speaking* yang oleh beberapa kalangan kerap diidentikan dengan retorika, meskipun sesungguhnya memiliki beberapa aspek perbedaan antar keduanya.

Perkembangan retorika yang demikian panjang dalam sejarah, menjadikan keragaman pemikiran retorika yang berbeda antar periode dengan karakteristiknya masing-masing. Abad 5-1 sebelum Masehi lebih didominasi pada usaha-usaha untuk mendefinisikan dan menyususn peraturan dari sebuah seni retorika, sebagaimana dilakukan oleh kaum *sophis.* Sementara kaum filosof menjadikan retorika sebagai proses penyadaran akan kebenaran melalui argument dan kebenaran-kebenaran logis. Sementara zaman pertengahan memandang kajian retorika fokus pada penyusunan dan gaya penyampaian bai secara lisan maupun tulisan. Sampai kemudian muncul Agustinus sang pengajar retorika yang juga agamawan (Kristen) yang kemudian mengembalikan tradisi retorika pada tradisi awal, sebagaimana tertuang dalam karyanya *On Christian Doctrine* sebagai kemampuan untuk memberikan pencerahan. Sambil ia menyerukan dalam karyanya tersebut kepada penceramah harus dapat mengajar, menyenangkan dan bertindak sebagaimana kewajiban seorang orator, sebagaimana

diajarkan oleh para orator ulung sebelumnya salah satunya Cicero. Sedangkan pada masa renaissance memandang kelahiran kemlai retorika sebagai filosfi daan seni dan menitik beratkan pada rasionalitas sehingga terdapat pembatasan pada gaya. Sementara pada era moderen sampai kontemporer saat ini menjadikan retorika sebagai ilmu pengetahuan yang bukan hanya dilakukan sebagai kegiatan pidato akan tetapi semua penggunaan simbol menjadi kajiannya. Retorika bukan hanya sebagi kekuatan dalam menyampaiakn pesan kepada dunia akan tetapi juga dilakukan guna memahami dunia.[23]

C. Aliran dan Prinsip Retorika

Setelah memahami sejarah perkembangan retorika sebagaimana digambarkan di atas. Retorika memiliki cakupan yang demikian luas, ada kalangan yang menekankan aspek-aspek tertentu dari retorika, sehingga melahirkan beberapa aliran dalam retorika yaitu:

1. Epstemologis

Aliran *epstemologis*, yaitu kalangan yang menitik tekankan pada aspek pengaruh pesan yang disampaikan dikenal dengan aliran epistimologis. Bagaimana isi, narasi dan

[23] Stephen W. Littlejhon & Karen A Foss, *Theories of Human Communications*, h. 74-75

sistematika materi mempengaruhi serta diserap dan diolah dalam kognisi dan perasaan atau emosi khalayak. Aliran ini kemudian dikembangkan oleh kelompok psikologi, bahwa salah satu kekuatandalam retorika adalah kemampuan mempengaruhi atau persuasi. Termasuk di dalamnya juga mempengaruhi emosi dan juga kekuatan imajinasi. Kelompok yang menitik beratkan pada aspek ini cenderung memberikan porsi besar pada kemampuan mengolah emosi dan imajinasi dengan memperhatikan aspek psikhologi pesan dan psikhologi publik dalam pemenuhan kebutuhan pesan (informasi, pengetahauan).

2. Elucasionis

Aliran *Elucasionis,* sementara kalangan yang menitik beratkan pada teknis penyampaian dikenal dengan kelompok aliran elucasionis. Gaya atau teknis penyampaian seorang orator yang menarik perhatian retor (khalayak/ pendengar) tersusun dari beberapa struktur susunan penyampaian serta gaya bahasa, intonasi suara juga gesture dan mimik wajah.

3. Belles Lettres

Aliran *Belles Lettres,* adalah kelompok yang menitik beratkan pada aspek keindahan bahasa dikenal dengan aliran

Belles lettres, keindahan bahasa bukan hanya pada bahasa lisan, akan tetapi terlebih khusus dalam bahasa tulisan yang meliputi komposisi-komposisi.

Sebagai sebuah ilmu yang mengajarkan dan melatih kecerdasan berbicara di hadapan khalayak, retorika menerapkan beberapa prinsip utama yang harus dilalui oleh seorang orator. Arestoteles salah satu pemuka retorika yang paling masyhur telah meletakan prinsip-prinsip retorika yang dikenal dengan istilah the *five canon of rethoric* (lima prinsip utama retorika) yatu:

1. *Inventio* (penemuan)

Adalah tahapan awal yaitu persiapan dengan mencari dan menemukan bahan, data, informasi yang akan disampaikan bagi seorang orator atau pembicara. Dalam tahapan ini bahan bacaan, menyiapkan materi merupakan hal yang utama, sebagaimana pepatah populer “naik tanpa persiapan maka turun tanpa kehormatan”. Hal yang amat vital bagi seorang orator, penceramah atau pendakwah adalah mempersiapkan diri dengan bahan-bahan bacaan dan informasi terkait materi apa yang akan disampaikan. Persiapan lainnya juga bisa berupa data awal tentang di mana, kapan dan dengan siapa dia akan berbicara atau menyampaikan pesannya agar pesan sesuai

dengan kondisi khalayaknya. Tahap ini disebut juga tahap konseptualisasi.[24]

Hal-hal yang diperlukan pada tahapan inventio selain materi, mengetahui konteks acara serta kondisi khalayak secara umum, semisal, dari aspek wilayah atau tempatnya perkampungan atau perkotaan, perkantoran atau lainnya. Kategori sosial masyarakatnya baik ekonomi, profesi, petani, nelayan, professional, terpelajar dan lainnya dengan mengenal komponen penting, di mana, kapan pada momentum apa orator bicara. Hal itu penting dilakukan agar pembicaraan sesuai dengan kondisi retor atau mad'unya dalam bahasa dakwah "*Khotibunnas biqodri uqulihim*": Berbicara kepada manusia sesuai dengan kadar akal pikirannya atau daya nalarnya.

2. *Dispositio* (penyusunan)

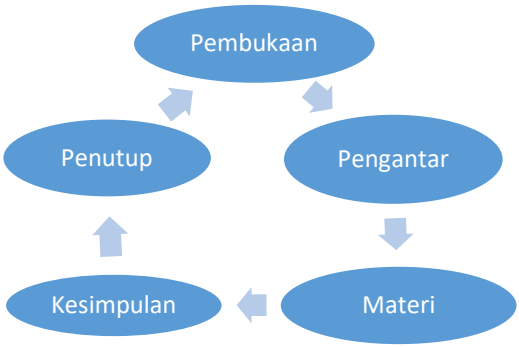
Tahap ini adalah menyusun informasi atau mengorganisasikan pesan dan bahan-bahan menjadi kumpulan materi yang sistematis. Hal itu penting dilakukan supaya pembicaraaan tidak melantur kemana-mana. Termasuk dalam hal ini juga meletakan pesan utama dan tambahan maupun pendukung dan selingan pada tempat yang proporsional. Materi atau bahan yang tersusun secara sistematis menjadikan

[24] StephenW. Litlejhon, *Theories of Human Communications*, h. 72

pembicaraan enak didengar dengan logika yang terstruktur. Penting bagi seorang penceramah pembicara dan sejenisnya membuat konsep atau garis-garis besar isi materi. Tahap ini juga disebut sebagai pengaturan simbol-simbol dan konteks yang terkait.

Dalam tahap penyusunan materi pidato menurut Corak sebagaimana dikutip Jalaluddin Rahmat, setidaknya membagi menjadi lima bagian yang kemudian oleh para pengikutnya dikenal dengan organisasi pesan, terdiri dari pembukaan, uraian isi, argument, penjelasan tambahan dan kesimpulan.[25]

Menurut penulis dalam pidato atau ceramah setidaknya dibagi dalam lima alur atau irisan, sebagaimana tergambar dalam bagan berikut:



Pertama, Mukaddimah/pembukaan, dalam point ini berisi salam, penghormatan, pujian dan shalawat. *Kedua*,

[25] Jalaludddin Rahmat, *Retorika Moderen*, h. 3

Pengantar, sebelum orator atau penceramah membahas isi ceramah, sebaiknya memberikan kata pengantar dulu untuk membangun suasana kedekatan dan kesadaran serta pemahaman awal di benak retor, mad'u atau khalayak.

Ketiga, porsi yang terbesar adalah menyajikan isi materi secara luas dengan gaya ekstempore (improvisasi, ilustratif, kontekstual) yang bisa dipahami dan menarik minat khalayak. *Keempat,* tahap kesimpulan, sebaiknya sebelum diakhiri diberikan kesimpulan inti dari materi yang dibahas, agar khalayak mendapatkan oleh-oleh ilmu yang mudah diingat. *Kelima,* tahap akhir yatu penutup berisi ucapan maaf, terimakasih dan hamdalah serta salam.

3. *Elucatio* (gaya)

Tahap ini berhubungan dengan penyajian simbol-simbol baik kata, tindakan, maupun penampilan dan pakaian serta aksesoris lainnya.[26] Dalam hal ini pembicara, penceramah, orator tidak hanya terpaku pada pesan akan tetapi juga memiliki gaya atau cara penyampaian yang menarik, baik dari aspek tata bahasa, intonasi tinggi rendah suara sesuai dengan pesan yang disampaikan. Agar pesan tidak kaku dan datar, terkadang memerlukan suara tinggi, rendah,

[26] Stephen W. Little Jhon, 73.

menghimbau dan lain sebagainya. Perbedaan gaya bahasa dan tekanan nada dalam bahasa lisan maupun tanda baca dalam bahasa tulisan jelas memiliki perbedaan makna dan juga respon. Gaya dalam hal ini juga bisa dilengkapi dengan gaya gesture dan juga mimik muka dan juga kinesik. Namun demikian gestur diperlukan secara proporsional dan tidak berlebihan, dimaksudkan agar pesan menjadi hidup dan komunikatif.

4. Memoria

Adalah tahap di mana seorang pembicara, orator bukan hanya mengingat materi pidato atu pesan yang disampaikan, akan tetapi juga mengingat hal yang lebih besar dan lebih luas dari sekedar pesan, seperti tempat di mana ia bicara, dengan siapa dan kontek serta situasi apa. Proses mengingat pesan merupakan hal utama, mengingat bahan-bahan utama pembicaraan, bukan menghafal kata-kata. Dalam memoria juga pembicara harus mengingat kondisi dan keadaan di mana ia berbicara dengan siapa dan konteks apa. Tahap memoria dalam retorika Dakwah semisal mengingat ayat-ayat dan dalil-dalil maupun riwayat, penting mengingat nama dan tepat dalam hubungannya dengan sumber-sumber keagamaan dan juga di luar keagamaan. Kehilangan bahan atau lupa materi atau bahan

ceramah bagi seorang pembicara bagaikan kehilangan bekal dalam perjalanan.

5. *Pronountiatio*

Adalah tahap penyampaian yang merupakan tahap inti bagi kegiatan pembicara, dalam proses penyampaian pembicara tidak hanya menyampaiakn pesannya dengan lancar dengan bahasa yang mudah dipahami khalayak masuk pada daya alar dan bertambah pengetahuan khlayak, serta menarik dengan mengemasnya dalam pesan-pesan yang komunikatif yang didukung dengan ekspresi agar tidak kaku serta gaya, vocal, gesture secara proporsional di panggung, podium. Proses penyampaian merupakan proses yang sesungguhnya karena pada tahap ini kemampuan seorang pembicara, penceramah diuji secara nyata.

Sementara menurut Cicero, tahapan pidato setidaknya terdiri dari dua garis besar yaitu: pertama, *inventio* yang terdiri dari mencari bahan-bahan materi untuk disampaiakan dengan menampilkan tanggung jawab sebagai orator yang bertujuan, mendidik, membangkitkan kepercayaan dan menggerakan hati. Kedua, *Ordo Collacatio,* yang berarti menyususn pidato untuk melihat kecakapan orator dan memilah mana yang lebih penting, penting atu kurang penting. Hal itu terdiri dari:

Exordium (pendahuluan), Narratio (pemaparan), Confirmatio (pembuktian), Reputatio (Pertimbangan), Perotaatio (penutup).[27]

Dalam beretorika (penyampaian pesan pidato) setidaknya diperlukan beberapa tahapan, dari mulai persiapan, pencarian materi, penyusunan sampai tahap penyampaian. Bila dilihat dari aspek persiapannya, maka pidato memiliki empat jenis yang dikenal dengan istilah-istilah sebagai berikut:

1. Impromtu

Yaitu jenis pidato yang dilakukan secara mendadak tanpa persiapan terlebih dahulu. Jenis pidato seperti ini pastinya menyiksa bagi kebanyakan orang terlebih bagi orang yang belum terbiasa berbicara di hadapan banyak orang. Sedangkan pidato yang sudah dipersiapkan saja kerap hilang ketika berhadapan di depan publik. Situasi yang berhadapan dengan pidato impromtu terkadang tidak bisa dihindari, suatu saat pasti akan mengalami hal demikian. Jika mengalami hal situasi seperti setidaknya bisa diatasi dengan cara menginvestasikan materi-materi pidato atau materi yang bersifat umum yang bisa dipanggil dan digunakan pada banyak situasi dan acara. Tema-tema seperti syukur, ikhlas, motifasi dan semangat bekerja serta hak dan tanggung jawab, disiplin

[27] Onong Uchyana, *IlmuKomunikasi Teori dan Praktek*, h. 83.

dan sejenisnya merupakan contoh tema-tema yang bersifat umum. Cara sederhana ini bisa sedikit mengatasi impromtu dan tidak kehilangan bahan materi untuk disampaikan di hadapan publik, meskipun dilakukan secara mendadak. Kehilangan bahan pembicaraan atau mater bagi seorang pembicara seperti kehilangan bekal hidup di tengah perjalanan. Selalu mempersiapkan diri dengan materi-materi yang bersifat umum untuk segala situasi dan kondisi yang sesuai menjadi salah satu solusi dalam mengatasi impromtu.

2. Memoriter

Pidato jenis ini merupakan pidato yang terlebih dahulu dicatat, kemudian diingat susunan kata perkata, jenis ini disebut pidato hafalan. Jenis pidato seperti ini mengunci daya nalar dan menutup pembicara dalam berhadapan dengan situasi dan kondisi tertentu yang dinamis. Ia tersandra dengan hafalan dan susunan kata perkata, sehingga pembicara sibuk dengan mengingatnya dan tidak fleksibel, tidak cair serta tidak komunikatif dengan khalayak. Menghafal dan mengingat sangat dianjurkan, akan tetapi yang sifatnya dasar-dasar atau dalil, atau nama orang dan pesan-pesan inti, sedangkan narasi sebaiknya diolah dan dijabarkan sendiri oleh pembicara. Jenis menghafal dan terpaku pada kata-kata hafalan di samping

menyandra juga akan mengganggu manakala ia lupa sehingga akan kehilangan bahasa dan kata dengan sendirinya. Jenis pidato ini biasa dilakukan bagi orang yang baru belajar, jenis ini biasa kita temukan pada kegiatan ikhtifalan anak-anak madrasah atau santri yang belajar muhadhoroh.

3. Manuskrip

Pidato jenis ini merupakan pidato dengan cara menggunakan konsep ia berbicara dengan membacakan teks atau naskah. Pidato jenis ini biasa dilakukan pada kegiatan atau acara resmi kenegaraan atau pemerintahan, pidato jenis ini bersifat kaku (rigid). Hal itu dilakukan karena pembicara yang mengatas namakan lembaga kenegaraan tidak boleh salah kata atau salah ucap di hadapan publik karena akan berbahaya dan berdampak buruk pada kepemimpinan ataupun kebijakannya. Selanjutnya bagi pejabat publik berbicara formal menggunakan teks juga bermanfaat untuk arsip, sebab segaa ucapan pejabat yang disampaikan di hadapan publik secara formal akan menjadi acuan dan dasar kebijakan sehingga harus dilakukan secara tertulis dapat menjadi dokumen penting. Model pidato tertulis juga biasa dilakukan pada kegiatan khutbah keagamaan, oleh karena khutbah masuk pada rukun ibadah agak tidak ngelantur. Sementara pada kegiatan ceramah atau pidato pada

umumnya sebaiknya tidak terfokus pada teks supaya ada interaksi dengan audience dan suasana lebih hidup dan komunikatif.

4. Ekstempore

Pidato jenis ini merupakan jenis pidato yang paling baik yang biasa dilakukan oleh para ahli pidato singa podium dan raja mimbar. Pidato jenis ini biasa dipersiapkan poin-poin inti secara garis besar untuk kemudian dinarasikan secara lugas, ekpresif dan komunikatif ketika berhadapan dengan khalayak. Dalam pidato jenis ini pembicara dituntut mampu mengeksplor materi dan improvisasi, analogi dan aktual karena ia mampu menyesuaikan dengan situasi dan kondisi di mana, kapan dan kepada siapa ia berbicara. Berbicara tepat pada waktu dan sasaran yang tepat. Kemampuan pidato jenis ini biasa dilakukan oleh para ahli yang sudah memiliki jam terbang tinggi, bagi kalangan biasa juga bisa melakukan jenis pidato ini dengan memperbanyak latihan dan menggunakan kesempatan sebaik mungkin.

BAB II
KEUTAMAAN DAN PRINSIP DAKWAH

A. Keutamaan Dakwah

Dakwah merupakan tugas pokok para Rasul. Allah mengutus Rasul untuk menyampaikan risalah kepada kaumnya agar mereka beriman dan beribadah kepada Allah. Risalah ini berisi kabar gembira bagi orang yang mengikuti syariat Allah, dan juga berisi peringatan bagi yang menyimpang dari Allah.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ (28)

"Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahui". (QS. As-Saba: 28).

Tugas dakwah ini telah diwariskan kepada umat para Rasul. Kemudian setiap umat melakukan dakwah dengan berbagai metode dan paradigma masing masing. Karenanya Muhammad Natsir menilai dakwah yang dilakukan oleh umat merupakan kegiatan lanjutan dari apa yang telah dilakukan oleh para Rasul, agar manusia tetap berada pada jalan

kebenaran. Jalan kebeneran adalah petunjuk hidup agar manusia bahagia di dunia dan di akhirat.[1]

Dakwah sendiri memiliki makna yang luas, secara bahasa berarti; *an-Nida* bermakna memangil, mengundang.[2] Dakwah juga berarti *ad-dua'a ila syai'I* berarti mengajak atau menyeru. Dakwah juga bermakna *ad-dakwah ila qadhiyah* artinya menegaskan atau membela baik yang hak maupun yang bathil, positif maupun negatif.[3] Menurut Jum'ah Amin Abdul Aziz ada dakwah atau seruan yang mengarah pada syurga dan ada seruan yang mengarah pada neraka.[4] Dengan demikian pengertian dakwah secara bahasa masih bersifat umum dan maknanya masih netral bisa mengajak, menyeru dalam kebaikan maupun sebaliknya.

Sedangkan secara istilah, definisi dakwah menjadi istilah yang sudah "pakem" sebagai istilah Islam. Dakwah identik dengan kegiatan mengajak pada hal-hal yang baik, positif dan Islami yang berarti mengajak pada ajaran atau

---

[1] M. Natsir, *Fiqhud Dakwah*, (Kuwait: International Islamic Federationof Student Organizations, 1981), h. 19

[2] Nurwahidah Alimuddin, Konsep Dakwah Islam, (Jurnal Hunafa), Edisi Maret 2007 Vol. 4 No. 1, h. 74.

[3] Ahmad Zaini, Peranan Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam, (Jurnal STAIN Kudus Community Development), Edisi Juni 2016. Vol. 1. No. 1, h. 140

[4] Jum'ah Amin Abdul Aziz, al-*Fiqh ad-Dakwah*, h. 26

agama Allah, sebagaimana digambarkan dalam Qur'an Surat An-Nahl: 125

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (125)

"*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah [perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan yang hak dan yang batil] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk"* (QS. An-Nahl: 125).

Jika diamati lebih dalam, ulama dan cendekiawan mendefinisikan istilah dakwah dengan beragam sudut pandang. Ibnu Taymiyah misalnya mendefinisikan dakwah dengan: "Seruan kepada Islam, yaitu menyeru manusia untuk beriman kepada Allah, para Rasul, kitab dan mentaati perintah Allah sebagaimana yang termuat dalam rukun iman, Islam dan ihsan.[5]

Selain itu, Syeikh Ali Mahfuzd dalam kitabnya *Hidayat al-Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai berikut:

[5] Ibnu Taymiyah, *Majmu al-Fatawa*, (Saudi: at-Thab'ah as-Su'udiyah, 1398 H), juz 15, h. 157

حث الناس على الخير والهدى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر؛ ليفوزوا بسعادة العاجل والآجل

"*Mendorong masyarakat agar berbuat kebaikan, membimbing dan menyeru mereka untuk berbuat kebajikan dan mencegah mereka dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat".*[6]

Sebagai pedoman hidup, semestinya risalah Islam disampaikan kepada masyarakat, diajarkan, disosialisasikan dan diamalkan, kesemuanya itu dilakukan melalui aktifitas dakwah. Karenanya dakwah merupakan ruh agama. Dengan ruh itu, agama digerakkan, disebarkan, disyiarkan, diajarkan sehingga menjadi tersebar luas hingga akhir zaman.

B. Dasar Kewajiban Dakwah

Berdakwah menjadi salah satu kewajiban dalam agama Islam. Sama dengan kewajiban lainnya yang harus ditunaikan oleh setiap orang yang beriman. Ini selaras dengan firman Allah:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (104)

---

[6] Ali al-Mahfuzh, *Hidayatul Mursyidin* (Kairo: Dar al-Mishri, 1975), h. 17

> *"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf (segala perbuatan yang mendekatkan diri kepada Allah) dan mencegah dari yang munkar (segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-NYa), merekalah orang-orang yang beruntung".* (QS. Ali-Imran: 104)

Berdasarkan ayat ini, ulama sepakat bahwa dakwah merupakan kewajiban, tak ada yang menentang kesepakatan itu. Ulama berbeda pandangan hanya pada kategori kewajiban itu sendiri: *Fardhu ain* dan *fardhu kifayah*. Pandangan ini berdasarkan pada pemahaman ulama terhadap huruf jar (*min*) pada ayat tersebut. Ulama memahaminya dengan dua pengertian: *li tab'idh* dan *li tabyin*.[7]

Pertama, fardhu kifayah. Ahli tafsir seperti Ibn Katsir (w 774 H), memahami ayat di atas sebagai wajib kifayah (kewajiban kelompok). Sehingga maknanya menjadi, hendaknya ada satu kelompok atau kalangan tertentu yang melaksanakan dakwah. Kendati demikian, makna itu tidak berarti menggugurkan kewajiban individu. [8]

---

[7] M. Quraish Shihab, *TafsirAl-Misbah, Jilid 2*, h. 208-209.

[8] Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-Adzim*, (Dar Thaybah: 1999 M), juz 2, h. 91.

Kelompok ulama yang menilai dakwah sebagai wajib kifayah,[9] alasannya mereka memahami bahwa huruf (*min)-kum* dalam ayat di atas memiliki makna *li at-tab'id (sebagian).* Ini menunjukkan bahwa kewajiban berdakwah hanya pada sebagian dari umat Islam. Ahli tafsir yang memahami makna ini berpandangan karena tidak semua umat Islam memiliki keahlian dan ilmu dalam mengajarkan kebaikan. Berdakwah hanya wajib bagi yang memiliki kapabilitas dalam berdakwah.

Dakwah bukan hal mudah, butuh keahlian dan kekuatan serta persatuan dalam melaksanakannya. Karena itu, mestinya dakwah dilakukan secara berkelompok, tidak secara personal. Pandangan ini menjadi dasar pentingnya membuat organisasi dakwah, agar dakwah dapat dilakukan secara bersama-sama dan terorganisir dengan baik.

Alasan lain, kalangan yang memahami dakwah sebagai wajib kifayah, karena dakwah merupakan tugas yang membutuhkan ilmu dan keahlian. Dan itu hanya dimiliki oleh kalangan tertentu: ulama, ustadz, kyai, muballigh, da'i dan juga para akademisi. Tidak semua umat Islam mampu melakukan tugas dakwah yang demikian berat itu. Terlebih tidak semua muslim faham syariat agamanya. Masih dapat kita temukan

---

[9] Desi Syafriani, *Hukum Dakwah Dalam Al-Quran dan Hadis*, (Jurnal Kajian Keagmaan dan Kemasyarakatan), Edisi Januari-Juni 2017 Vol. 1. No. 1, h. 24.

dengan mudah seorang yang mengaku muslim, tetapi belum melaksanakan ajaran agamanya. Bahkan yang menjadi kewajiban utamanya, seperti shalat masih banyak yang melalaikannya. Masih banyak juga yang belum memahami lafadz shalat yang setiap hari dibaca. Bagaimana bisa seorang muslim yang tidak faham syariat, berdakwah dengan baik.

Kedua, Fardhu ain. Ulama lain memahami bahwa dakwah wajib bagi setiap individu muslim. Mereka memahami ayat di atas dengan pemahaman bahwa huruf *min* dalam ayat di atas fungsinya *li at-tabyin (penjelasan).* Maknanya, setiap muslim menjadi penyeru kepada yang makruf dan pencegah dari yang munkar. Ayat ini dinilai sebagai penguat ayat lain tentang kewajiban dakwah bagi setiap muslim, tentunya sesuai dengan kemampuan masing masing.

Pemahaman bahwa dakwah sebagai kewajiban individu atau *fardu 'ain* bagi semua peribadi yang mengaku muslim, menegaskan bahwa tugas dakwah ada di pundak semua umat Nabi Muhammad. Meskipun berdakwah dengan bentuk sederhana, seperti menasehati, mengingatkan kebaikan sehari hari. Metodenya pun bisa dengan sikap dan tuturan sederhana, hal ini dapat dilakukan oleh siapa pun.

Berdakwah tidak hanya menjalankan ajaran agama, tetapi juga menjalankan tugas sebagai makhluk sosial. Dakwah

memiliki pengaruh kuat pada kehidupan umat manusia dan alam sekitar. Dampaknya, masyarakat menjadi damai, tenang, nyaman dan tentram. Alam menjadi sejuk, asri dan terkendali. Itulah sebab umat Nabi Muhammad dinilai sebagai umat terbaik yang dipilih Allah, karena peran dakwah kebaikannya dan keteguhan dalam mencegah kemungkarannya. Allah menegaskan hal itu dalam al-Qur'an.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ (110)

"Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik" (QS. Ali Imran: 110)

Menegakan amar makruf dan nahi munkar yang dilakukan umat Nabi Muhammad secara terus menerus adalah ciri muslim terbaik. Ma'ruf sendiri artinya sesuatu yang dinilai baik oleh Allah dan juga oleh masyarakat. Demikian juga Munkar adalah sesuatu yang dinilai buruk oleh Allah dan

masyarakat.[10] Jika seorang muslim melakukan tugas ini, maka ia dapat dikatakan sebagai muslim terbaik.

Predikat umat terbaik yang Allah berikan kepada umat Islam bukan hanya karena kita sebagai pengikut Nabi Muhammad, tetapi juga karena tugas dan tanggung jawab umat dalam mengemban amanah dakwah: menegakan kebajikan dan mencegah kemunkaran. Jika saja tanggung jawab amar makruf dan nahi munkar diabaikan, maka predikat umat terbaik akan hilang dengan sendirinya. Umat terbaik tidak akan tergoyahkan oleh apapun dalam berdakwah. Ia akan tetap istiqomah dalam jalan kebenaran di manapun dan kapanpun.

Ada banyak ragam bentuk dakwah yang dapat dilakukan. *Pertama,* mengajak kepada kebaikan. *Kedua,* mencegah pada kemungkaran. Jika hanya menegakan kebaikan tanpa ada yang mencegah kemungkaran, maka dakwah tidak mencapai kesempurnaan. Kedamaian, ketentraman dan kenyamanan akan sulit tercapai dengan mudah.

Dakwah dapat dilakukan dengan tiga bentuk. *Pertama,* lisan. Dakwah dengan lisan bisa berbentuk ceramah, obrolan santai dan diskusi. *Kedua,* tulisan. Tulisan bisa berupa buku, ajakan dalam medsos dan surat. Ketiga, amalan. Artinya

---

[10] M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), jilid 2, h. 210-211

dakwah dengan perbuatan. Ketika seseorang bersikap baik, tanpa mengajak dengan lisan dan tulisan, amalan itu juga bisa dikategorikan dakwah. Memberi contoh dengan sikap baik. Sehingga orang lain yang dapat mengikuti kebaikan yang ia lakukan.[11]

Inti dari landasan amaliah dakwah didasarkan pada sikap ketaatan hamba dalam menjalankan perintah Allah dan Rasul-Nya. Seorang hamba yang berusaha taat pada Allah dengan upaya baik apapun, akan mendapatkan kemudahan dari Allah. Begitu juga dengan dakwah. Karenanya, siapa pun yang ingin terjun dalam bidang dakwah, idealnya berbenah niat terlebih dahulu. Agar orientasi dakwah hanya pada Allah tidak pada selain-Nya, seperti dunia, harta, ketenaran bahkan pada jabatan.

Begitu juga materi dakwah, sejatinya muatannya hanya mengajak masyarakat kepada Allah. Menyembah dan mendekatkan diri pada Allah. Dakwah seperti ini disebut dengan *dakwah ila sabili Rabbik.* Jum'ah Amin Abdul Aziz, menggariskan dakwah yang dilaksanakan oleh setiap muslim memiliki tujuan atau orientasi pada:

---

[11] Muhammad Sholih, Tsaqofah al-Daiyah wa atsaruha fi ad-Dakwah, (Tesis: Jamiah al-Ribath al-Wathoni 2015), h. 31

1. Membangun masyarakat muslim agar memiliki ketauhidan yang kuat. Sebagaimana dakwah yang dilakukan Rasulullah pada masyarakat jahiliah, menyelamatkan mereka dari kemusyrikan.
2. Dakwah bertujuan melakukan perbaikan pada umat dari penyimpangan-penyimpangan dan kemunkaran.
3. Memeliharan keberlangsungan dakwah dan syiar Islam itu sendiri di muka bumi, dengan mengingatkan umat agar selalu berpegang teguh pada agama dan jalan yang benar sampai hari akhir.[12]

C. Komponen Dakwah

1. Pelaku Dakwah (Da'i)

Salah satu unsur terpenting dalam dakwah adalah pelaku dakwah itu sendiri, atau dalam bahasa Arab disebut *da'i.*[13] *Da'i atau daiyah* bentuk tunggal, sedangkan bentuk jamaknya disebut *du'at*, yang artinya secara bahasa adalah orang yang mengajak kepada agama. Secara bahasa makna da'i juga masih netral bisa mengajak pada jalan baik atau buruk sebagaimana kata dakwah di atas. Akan tetapi secara istilah

---

[12] Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Ad-Da'wah: Qawa'id wa Ushul*, (Mesir: Dar al-Da'wah), h. 32.

[13] Aminuddin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Jurnal Al-Munzir), Edisi Mei 2016. Vol. 9 No. 1, h. 36.

kata Da'i juga sudah umum dipahami sebagai orang yang mengajak kepada jalan kebaikan, jalan Allah dan agama Allah. Sehingga istilah da'I identik dengan makna yang positif menunjuk pada orang yang mengajak atau menyerukan kebaikan.

Para Rasul Allah adalah para Da'I yang utama yang di tangannya teremban risalah untuk disampaikan kepada umat manusia. Rasulullah adalah da'I sebagaimana juga para Rasul pendahulunya yang secara kontinyu berdakwah kepada umat manusia sampai datang pada mereka petunjuk dan hidayah Allah, karena juru dakwah hanya bertugas mengajak sementara hidayah yang menggerakkan hati manusia adalah otoritas Allah sepenuhnya.[14]

Upaya juru dakwah dilakukan dengan sungguh-sungguh mengantarkan umat manusia menemukan jalan terang dengan iman dan Islam yang diajarkan Rasulullah Saw dan para sahabat, kaum *shalih al-salaf* serta para da'I setelahnya. Meskipun tidak sedikit juga yang menentang ajakan Rasulullah, sebagaimana juga terjadi pada Rasul-rasul sebelumnya. Tugas Rasul dan juga Da'I itu tidak mudah penuh perjuangan dan pengorbanan jiwa, raga, harta dan semua yang

---

[14] Abdul Karim Zaidan, *Ushul al-Dakwah*, (Beirut: Risalah, 2001), 110

dimilikinya. Namun demikian para Da'I Allah tidak lari dari dakwah meskipun kerap mendapat cacian, makian bahkan penganiayaan dari kaumnya, tidak menyurutkan tugasnya sebagai da'i yang menyerukan ajaran dan Agama Allah.

Dalam Islam da'I adalah manusia yang utama dan mendapat kedudukan mulia bahkan mendapat gelar sebagai orang yang paling baik perkataannya di sisi Allah, Allah berfirman:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ (33)

"*Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang berserah diri?"* (QS. Fushilat: 33).

Ucapan da'i merupakan ucapan terbaik yang sampai dahulu ke langit sebelum ucapan-ucapan kebaikan lainnya.[15] Keutamaan Da'i adalah karena dalam hidupnya digunakan secara kontinyu dan konsisten dalam menyebarkan agama Allah, para juru dakwah selalu menegakkan amar makruf dan mencegah kemunkaran di muka bumi. Keistimewaan bagi para juru dakwah bukan hanya kedudukan yang mulia di sisi Allah karena menjalankan tugasnya yang mulai, akan tetapi juga

[15] Hibah Hilmi al-Jabiri, *al-Thoriq Ila al-Dakwah,* (Alukah tt), h. 72

imbalan dan pahala yang besar di sisinya. Para da'i upayanya dalam berdakwah didasari pada keimanan dan semata hanya mengharap ridha dan didasarkan pada niat karena Allah, bukan karena tujuan-tujuan lain apalagi yang bersifat pragmatis atau tujuan duniawi dan mencari keuntungan pribadi semata. Al-Qur'an juga memberikan garis etika bagi para da'I agar jangan cuma bisa mengajak tapi sikap dan perilakunya mengingkari ucapan yang disampaikan kepada orang lain. Allah berfirman:

يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ (2) كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ (3)

"*Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan".* (QS. Ash-Shaf: 2-3)

Bagi seorang juru dakwah dituntut keteladan darinya baik dalam ucapan, sikap maupun perbuatan, bukan seperti da'I calo dalam istilah umum, yaitu pandai mengajak tapi dirinya enggan melaksanakan apa yang diajarkannya pada orang lain. Bila seperti itu maka ia akan mendapat murka dari Allah, dan secara sosial juga dengan sendirinya akan mendapat sangsi sosial dari masyarakat. Menjaga komitmen dan juga konsistensi antara ucapan dan perbuatan serta ketauladanan kepada umat merupakan prasyarat utama da'I di samping juga

prasayarat-prasayarat lainnya yang akan dijelaskan lebih luas pada bab III.

2. Sasaran Dakwah (Mad'u)

Selain da'i unsur penting lainnya dalam dakwah adalah mad'u atau obyek dakwah.[16] Kelompok penerima dakwah atau sasaran dakwah yang merupakan seluruh umat manusia di muka bumi, keberadaan Rasulullah sebagai pembawa risalah untuk semua manusia, Allah berfirman:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَاةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنْزِلَ مَعَهُ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (157)

"(yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya. memuliakannya,

[16] Aminuddin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Jurnal Al-Munzir), Edisi Mei 2016. Vol. 9 No. 1, h. 37.

menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung". (QS. Al-A'raf: 157)

Mad'u adalah penerima dakwah yaitu semua manusia dengan beragam suku bangsa, bahasa, budaya dan karakteristik lainnya. Keragaman di sini dapat dipetakan baik dari aspek keyakinan (theologis), Sosiologis (strata sosial), jenis kelamin, Geografis, profesi dan lainnya. Dari aspek keimanan masih terbagi lagi ada golongan yang sudah beriman, setengah beriman atau juga belum atau tidak beriman ada juga bahkan yang menentang ajakan untuk beriman. Salah satu komponen mad'u yang disebut secara khusus adalah komponen *ahlikum* atau kaum karib kerabat sebagai sasaran dakwah utama. Sebagaimana tertera dalam firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Asy-Syuara: 214

وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ (214)

"Dan berilah peringatan kepada kerabat-kerabatmu yang terdekat". (QS. Asy-Syu'ara: 214)

Abdul Karim Zaidan dalam karyanya *ushul al-Da'wah,* membagi penerima dakwah dalam beberapa golongan:

Pertama, golongan *al-Mala* adalah orang-orang terkemuka yang memiliki kekuasaan, baik secara sosial menjadi pemimpin atau pengemuka maupun kelompok

bangsawan dan hartawan. Pada umumnya kalangan al-mala adalah penentang dakwah para Nabi, tidak ada seorang Rasulpun yang tidak mendapat tantangan dari kalangan *al-Mala* di masyarakatnya. Demikian juga penentang dakwah Rasulullah SAW di Mekkah adalah kelompok bangsawan Quraisy. Kelompok ini memiliki kekuasaan di mata pengikutnya, mereka mengerahkan kekuasannya untuk menghalangi dakwah Nabi. Pada umumnya kalangan al-Mala menjadi penentang dakwah Nabi disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya: kesombongan (takabbur), karena kecintaan yang berlebihan pada kekuasaan, juga karena kebodohan (jahil).[17]

Kalangan *al-mala* menjadi salah satu sasaran dakwah Nabi baik *al-mala* yang ada di kalangan bangsa Arab Maupun di belahan wilayah lainnya. Tidak jarang Rasulullah mengirimkan surat atau utusan kepada kalangan ini memberitahukan tentang kenabiannya, dan ajakan beriman kepada Allah serta risalah Tuhannya. Ajakan Rasulullah disampaikan baik secara langsung maupun melalui media tulisan (surat menyurat) kepada beberapa pemimpin dunia

[17] Abdul Karim Zaidan, *Ushul-al-dakwah*, h. 130-135.

lainnya, di antaranya raja Bizantium, Romawi dan juga Persia.[18]

Kedua, kalangan Jumhur atau orang kebanyakan. Kalangan ini yang umumnya menerima dakwah dan menjadi pengikut Rasulullah. Demikian juga para pengikut para Rasul sebelum Muhammad pada umumnya berasal dari kalangan masyarakat biasa atau kaum lemah. Kalangan jumhur pada setiap masa menjadi kelompok yang mudah menerima dakwah. Sikap berbeda dengan kalangan *al-Mala* yang umumnya cinta pada kekuasaan dan melahirkan sikap sombong dan tenggelam pada kemewahan yang menutup mata hatinya sehingga tidak mudah menerima kebenaran dari orang lainnya, terlebih yang mengajak pada kebenaran orang yang secara strata sosial dari kalangan biasa. Para pengikut awal Rasulullah atau disebut kalangan *ash-shohabah* pada umumnya adalah kaum jelata bahkan di antaranya berasal dari kaum hamba sahaya di antaranya (bilal bin Rabah). Meskipun kemudian terdapat beberapa kaum bangsawan, hartawan dan tokoh-tokoh berpengaruh lainnya menjadi pengikutnya di kemudian hari. Meskipun kalangan jumhur mudah menerima dakwah, namun demikian bisa jadi kemungkinan terpengaruh oleh ajakan kalangan *al-mala* yang membelokan mereka dari jalan

[18] Surat-surat Dakwah Rasululah kepada para Kisra.

kebenaran dakwah. Sebagaimana hal demikian juga pernah dilakukan oleh kalangan al-Mala, seperti Fir'aun pada dakwah Nabi Musa, sebagaimana diabadikan dalam QS. Az-Zukhruf: 54.

فَاسْتَخَفَّ قَوْمَهُ فَأَطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ (54)

"Maka Fir'aun mempengaruhi kaumnya (dengan Perkataan itu) lalu mereka patuh kepadanya. Karena Sesungguhnya mereka adalah kaum yang fasik". (QS. Az-Zukhruf: 54).

Kekuatan dan kekuasaan kalangan *al-Mala* yang kerap mempengaruhi kalangan jumhur sehingga tidak jarang membelokan mereka dari jalan kebenaran, meskipun kebanyakan mereka tetap istikomah. Mereka pada umumnya cepat menerima dakwah dikarenakan beberapa sebab, di antaranya asa takut, seperti takut akan siksaan, takut akan kedhaliman sehingga ketika mendengar kabar keselamatan mereka mudah menerimanya. Mereka juga pada umumnya mudah terbujuk hatinya, mudah terpengaruh.

Kelompok ketiga, kalangan munafik, merupakan kelompok yang paling berbahaya dalam kehidupan sosial politik maupun dalam kehidupan dakwah. Kaum munafik atau biasa disebut kelompok bermuka dua, dalam dakwah mereka sesungguhnya kelompok yang menyembunyikan kekafirannya dengan tampilan luar sebagai pengikut dakwah. Mereka adalah

orang-orang yang membiarkan penyakit hati melekat padanya dan tidak hanya membahayakan dirinya akan tetapi juga orang lain. Tanda-tanda orang munafik sebagaimana dijelaskan dalam sabda Nabi adalah: ada tiga tanda dari orang munafik yaitu bila berkata bohong, bila berjanji mengingkari dan bila diberikan amanah ia khianat" (Hadits).

Keempat, adalah kalangan orang-orang yang bermaksiat, baik mereka yang telah beriman maupun yang belum beriman. Mereka khususnya kaum beriman yang telah menerima dakwah akan tetapi masih akrab dengan kemaksiatan menjadi sasaran dakwah. Para pelaku maksiat baik dalam skala kecil maupun skala besar diajarkan untuk menjauhi kemaksiatan dan juga bertaubat dari kemaksiatan. Dakwah secara internal di kalangan umat Islam yang tidak jarang terjerembab dalam kemaksiatan. Oleh karena kemaksiatan menjadi penghalang do'a-do'a dikabulkan dan menjadi penghalang amal kebaikan.

Sasaran dakwah lainnya seiring dengan berjalannya waktu dan berubahnya zaman dan kondisi, saat ini semakin beragam, bisa dilihat secara geografis, seperti melihat berdasarkan wilayah seperti perkotaan maupun pedesaan maupun pedalaman (suku terasing), ada juga kelompok terasing secara sosial oleh karena pelangggaran hukum seperti

penghuni lapas, dan juga kalangan marginal yang terasing bukan dari aspek wilayah akan tetapi terasing dari aspek sosial, ekonomi, budaya seperti kelompok tunawisma atau kaum gelandangan. Demikian juga secara stratifikasi sosial ekonomi kaya, miskin, kaum hartawan dan kaum papa. Juga dilihat secara intelektual dan pendidikan, kalangan intelektual / cendekia / terpelajar maupun kaum awam. Secara jenis kelamin juga ada perbedaan, ada laki-laki dan perempuan dan tidak menafikan juga kalangan *transgender* yang saat ini sudah membentuk kelompok dalam komunitas-komunitas harus mendapat sentuhan dakwah agar mereka kembali pada jalan yang benar.

3. Materi Dakwah (Maudlu) dan Sistematikanya

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u, semua pesan-pesan agama Islam adalah materi dakwah yaitu wahyu Allah (al-Qur'an) dan juga as-Sunah serta ijtihad para sahabat dan ulama-ulama shalih terdahulu atau dalam istilah disebut dengan *ijma' dan qiyas*. Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah adalah pedoman hidup umat Islam samapi akhir zaman, hanya berpegang teguh kepada keduanya (Al-Qur'an dan Sunnah) yang akan menjadikan kehidupan umat selamat di dunia dan di akhirat.

Sebagai pedoman hidup umat Islam Al-Qur'an sebagai sumber dan inti dari materi dakwah diturunkan secara bertahap. Rasulullah juga menyampaikan wahyu Allah kepada umatnya secara bertahap dengan rentang waktu 23 tahun 13 Tahun di Mekkah dan 10 tahun di Madinah. Dua kota Rasul sebagai pusat dakwah yang memiliki perbedaan dari sasaran dan juga materi dakwahnya. Pada masa awal di Makkah dan setelah hijrah di Madinah memiliki dua karakter wilayah dan kehidupan ummat yang berbeda. Demikian juga dengan materi dakwah yang disampaikan pada dua wilayah tersebut memiliki titik tekan perbedaan. Ayat-ayat yang diturunkan di Makkah (Makiyah) merupakan ayat-ayat tentang ketauhidan dan hari akhir, sedangkan ayat-ayat Madinah (Madaniyah) banyak berbicara tentang ibadah dan muamalah.[19]

Adapun pokok-pokok materi dakwah meliputi materi keagamaan dan juga materi pendukung lainnya, selain berpegang pada empat hal di atas (qur'an, sunnah, Ijma', Qiyas) juga menyampaikan prinsip-prinsip utama agama Islam. Akan tetapi dalam tahap penyampaiannya hendaknya dimulai dari aspek tauhid, baru kemudian kewajiban-kewajiban

[19] Al-Zarkasyi, *al-Burhan fi Ululm al-Qur'an*, (Libanon: Dar Ihya al-kutub 1957), juz. 1, h. 181

syari'ah dan muamalah. Sebagaimana digambarkan dalam Hadis Nabi.

Diriwayatkan oleh Imam bukhari dari Abi Ma'bad, pelayan Ibnu Abbas, ia berkata, Rasulullah bersabda kepada Muadz bin Jabal ketika hendak dikirim ke Yaman "Sesungguhnya engkau akan datang kepada masyarakat ahli kitab. Jika kamu datang kepada mereka ajaklah mereka untuk bersyahadat bahwa sesungguhnya tidak ada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah utusan Allah. Jika mereka telah menaati kamu dengan ajakanmu itu, beritahukan kepada merka bahwa Allah mewajibkan atas mereka shalat lima waktu, jika mereka telah menaati perintahmu, beritahukan kepada mereka bahwa Allah mewajibkan kepada mereka bersedekah (zakat) yang dimabil dari orang-orang kaya di antara mereka untuk dibagikan kepada fakir miskin. Jika mereka telah menaati ajakanmu, hindari dirimu dari harta berharga meeka. Takutlah kamu kepada do'a orang yang dianiaya karena tidak ada penghalang antara do'a mereka dengan Allah" (H.R. Bukhari).

Demikian materi dakwah dan sistematika kepada kalangan masyarakat yang belum menerima Islam. Sedangkan bagi mereka yang sudah memeluk Islam tahapan Tauhid, syariah dan muamalah juga tetap dilakukan secara terus menerus. Materi dakwah mencakup keagamaan dalam

hubungannya dengan Tuhan, Manusia maupun dengan alam semesta. Sehingga tidak hanya berbicara terkait keagamaan dalam arti ubudiyah semata, akan tetapi juga sosial, politik, ekonomi, kesehatan dan lainnya. Karena kehidupan keagamaan bukan hanya aspek tauhid atau keyakinan, akan tetapi juga sikap keberagamaan (amaliah) dan juga rasa keagamaan dan juga pengalaman keagamaan.[20]

Menurut Toha Yahya Umar, [21] misalnya mensistematisasikan pokok-pokok materi dakwah sebagai berikut:

Pertama, meluruskan aqidah, dan memperkuat keyakinan tauhid. Dalam hal ini materi-materi pokok ketauhidan menjadi hal yang paling utama sebelum memperdalam yang lainnya, karena ia menjadi dasar bagi amaliah agama yang lainnya. Tanpa pijakan ketauhidan yang benar akan menjadikan amaliah dan aktifitas dakwah tanpa ruh, karena Tauhid adalah prinsip utama dari agama itu sendiri. Maka materi tentang ketauhidan menjadi pokok utama sebagai materi dakwah. Keimanan yang sempurna meliputi keyakinan

---

[20] Nurcholish Madjid, *Islam Kemoderenan dan Keindonesiaan*, (Bandung: Mizan), h. 30

[21]Toha Yahya Oemar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Wdjaya, 1098), h. 44-46.

dalam hati, diucapkan dengan lisan dan juga di amalkan dengan amalih perbuatan.

Kedua, amaliah atau pelaksanaan amal keagamaan baik yang berbentuk ibadah *Mahdhoh* (ibadah wajib yang jelas tuntunan, syarat rukunnya secara syariatnya) maupun ibadah yang berbentuk *ghair mahdhoh* (ibadah yang tidak ditentukan secara pasti secara syariat atau ibadah sosial). Implementasi keyakinan terpancar dari amaliahnya, maka ilmu-ilmu tentang amaliah keagamaan terutama ibadah-ibadah *mahdhoh* sebagaimana tertera dalam rukun Islam menjadi materi amaliah utama karena amaliah yang tertera dalam rukun Islam menjadi indikator sebagai muslim atau bukan muslim. Demikian juga amaliah terkait ibadah *mahdhoh* sebagai jenis ibadah yang justru lebih luas cakupannya dalam kehidupan sosial manusia. Tuntunan amaliah jenis ini sangat penting sebagai panduan ibadah *ghair mahdhoh* agar sesuai dengan ajaran agama dan menjadi ladang amal sholeh.

Ketiga, membersihkan jiwa (*tazkiatun nafs*), materi terkait membersihkan jiwa dari kotoran dan penyakit-penyakit hati yang dapat menggerogoti amaliah kebajikan. Penanaman tentang kesadaran akan kebersihan jiwa menjadi materi dakwah setelah membiasakan amaliah yang nampak secara fisik, agar amaliah ibadah memiliki kualitas. Maka materi

berikutnya adalah memahami amaliah secara batiniah (rasa keagamaan). Di samping juga *tazkiyatun nafs*, membangun kesadaran dan membiasakan membersihkan kotoran dan noda-noda yang ada di dalam jiwa yang justru lebih berbahaya dari noda-noda yang bersifat fisik. Noda-noda jiwa seperti sifat sombong, iri hati, dengki, hasad, ria, sum'ah dan sejenisnya yang harus dikikis. Maka materi dakwah yang mengedepankan aspek psikhis dan kejiwaan menjadi ruh dan penentu bagi bagi amaliah dan juga ibadah-ibadah baik *mahdloh* maupun *ghair mahdhoh*.

Keempat, mengedepankan Akhlakul karimah dan karakter muslim yang baik. Materi dakwah tentang akhlak merupakan inti dari ajaran Islam, oleh karena diutusnya Rasulullah tidak lain kecuali untuk menyempurnakan akhlakul karimah. Sebagaimana dalam sabdanya

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأُتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

"Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak". (HR.Baihaqi)

Akhlak pengertiannya lebih luas dari sekedar etika yang hanya berasal dari kesepakatan manusia. Sedangkan akhlak bersumber dari ketentuan dan aturan Allah. Maka akhlak di sini meliputi hubungan manusia dengan Tuhannya atau *habluminallah*, dan hubungan manusia dengan sesama manusia

atau *habluminnaas,* dan juga hubungan manusia dengan lingkungan dan alam sekitarnya.

Kelima, menguatkan ukhuwah, prinsip menjaga ukhuwah yaitu mempererat persatuan, kesatuan, persaudaraan baik dengan sesama ummat Islam, maupun persaudaraan antar anak bangsayang beragam suku, bahasa dan juga agama, serta persaudaraan insaniyah yaitu persaudaraan antar sesama manusia. Islam mengajarkan tentang persauadaraan persatuan, kesatuan dan saling tolong menolong antar sesama. Islam sangat mengecam sikap bercerai berai terlebih sikap permusuhan.

Materi dakwah lainnya yang tidak kalah pentingnya menyangkut kehidupan umat manusia sehari-hari dalam kontek hubungan dengan sesama manusia (muamalah). Beberapa hal di atas merupakan pokok-pokok materi dakwah, adapun pengembangan dan kebutuhan di masyarakat pastinya lebih luas dari pada itu. Maka kewajiban da'I untuk menyampaikan materi dakwah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, termasuk situasi, kondisi, konteks sosial, kontek waktu dan juga tempat serta kebutuhan. Materi dakwah menyesuaikan dengan siapa yang menjadi sasaran dakwah, *Khotibunnas biqodri uqulihim* (berbicaralah kepada manusia sesuai dengan kadar akal pikirannya).

4. Media Dakwah (Wasilah Dakwah)

Media dakwah merupakan alat, sarana dan prasyarana yang menghantarakan terlaksananya sesuatu kepada suatu tujuan. Dalam bahasa Arab digunakan istilah *washilah atau al-wushlah,* yang berarti perantara untuk mencapai tujuan. Dalam hubungannya dengan dakwah banyak perantara yang dibutuhkan ada dalam bentuk sarana berupa saluran pesan, maupun juga tempat.[22] Media dakwah adalah media yang menjadi penghantar pesan dakwah sampai, baik terkait peralatan, perlengkapan, maupun tempat. Media juga mengalami perkembangan ada yang tradisional/ konvensional, moderen atau kontemporer. Media dakwah mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan zaman dan budaya manusia itu sendiri. Lisan adalah media utama dalam penyampaian pesa-pesan dakwah (dakwah billisan), demikian juga tulisan (dakwah bil qalam atau bil kitabah) dan kini juga bekembang media dakwah mderen sepertiperalatan yang memperluas pesan lisan, baik elektronik maupun cetak dan juga kini berkembang media kontemporer, internet dan berbagai turunannya.

---

[22] Aminuddin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Jurnal Al-Munzir), Edisi Mei 2016. Vol. 9 No. 1, h. 39.

Menurut A. Hasymy, [23] beberapa media dakwah di antaranya:

a. Mimbar dan khithobah

Media ini merupakan tertua dalam perjalanan dakwah. Mimbar merupakan sarana yang digunakan dalam penyampaian khutbah-khutbah yang berisi wasiat dan nasehat-nasehat kebaikan. Khutbah pada umumnya dilakukan melaui mimbar, dimana para khatib menyampaikan pesan-pesan khutbahnya pada shalat Jum'at maupun shalat sunnah lainnya yang menggunakan khutbah, seperti idul fitri maupun idul adha. Demikian juga mimbar digunakan para juru dakwah menyampaiakan ceramah-ceramahnya. Ibadah shalat Jum'at berbeda berbeda dengan shalat fardlu lainnya, oleh karena salah satu rukun penting dalam shalat dan menjadi syah tidak nya sholat Jum'at adalah dengan melakukan khutbah, bahkan ada Khutbah satu dan khutbah dua. Penggunaan mimbar tidak hanya pada shalat jumat, pada bentuk ceramah, tablig di luar shalat jumat mimbar menjadi media yang paling akrab baik di masjid, majelis, maupun ruang-ruang kegamaan lainnya.

---

[23] A. Hasymy, *Dustur Dakwah dalam AlQur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1994), h. 250-252.

b. Qalam dan Kitabah

Sejak manusia mengenal dunia tulis menulis, pesan dakwah dilakukan oleh para Nabi Allah dalam menyampiakan ajaran agamanya. Masih ingat bagaimanakisah Nabi Sulaiman menyampaikan pesan dakwahnya kepada Ratu Bilqis melalui tulisan surat yang dibawa oleh burung hud-hud. Pesan dakwah tidak hanya disampaikan melalui media lisan secara verbal, namun juga dilakukan secara tertulis baik dalam bentuk surat, catatan, buku, kitab, majalah, Koran dan lain sebagainya. Media tulisan juga merupakan media dakwah yang juga dilakukan sejak awal perjalanan dakwah.

Rasulullah mengirim surat ke beberapa pemuka bangsawan dan raja-raja yang berkuasa pada saat itu di luar jazirah Arabia, di antaranya Kaisar Romawi Timur, Gubernur Muqaquqis di Mesir, Kisra Persia dan juga Kaisar An-Najasyi (raja Ethopia). Meskipun media tulis masa itu masih sederhana, dituls dalam pelepah kurma maupun batang kayu, namun surat yang dikirimkan ditandai simbol legalitas resmi dengan mencantumkan semacam setempel yang bertuliskan nama Rasulullah dalam bahasa Arab (Muhammad Rasulullah).[24]

[24] Toha Yahya Oemar, *Ilmu Dakwah*, h. 94-96.

Seiring dengan perkembangan dunia tulis menulis dan percetakan pasca revolusi industri, maka perkembangan media ini juga semakin maju dan beragam. Hal itu menjadikan pekembangan dakwah melalui media tulis menulis menjadika penyebaran dakwah semakin luas, melaui penerbitan buku-buku agama, koran, majalah dan media tulisan lainnya. Jangkauan media tulis yang luas menembus batas-batas geografis menjadikan penyebaran dakwah dan ilmu-ilmu keagamaan juga semakin pesat. Bagaimana para ulama-ulama terdahulu menyebarkan pengetahuan dan pemikirannya melalui dunia tulisan. Sehingga lahirlah karya-karya monumental mereka yang menyampaikan ilmu pengetahuan dan agama Islam berkembang serta pemikiran mereka sampai pada masa kita dan masih tetap eksis dipelajari dan dikaji sampai saat ini. Jarak waktu kehidupan yang lama antara kita dengan Rasulullah dan para sahabatnya serta kaum shalih salaf tidak memutskan mata rantai pengetahuan dan tradisi kehidupannya salah satunya diperoleh melalui media tulisan. Berdakwah melalui tulisan memiliki masa yang langgeng lebih lama dikenang, dipelajari, dipraktekan dibanding dengan sekedar melalui tutur lisan saja.

Media dakwah lainnya melalui media kontemprer, media kekinian yang berkembangn pada zamannya. Perekembangan satelit juga berpengaruh pada perkembangan dakwah semakin meluas karena media tersebut memiliki daya jangkaunya yang massif.[25] Media-media elektronik seperti radio dan televisi menjadi media baru penyebaran dakwah di era moderen. Melalui radio dan televisi, internet, media sosial dengan ragam fiturnya yang berkembang saat ini, menjadikan masyarakat di segenap peloksok dan penjuru dapat menerima siaran atupun tayangan dakwah. Bahkan dengan teknologi komunikasi melalui media *handphone* saat ini masyarakat mudah mengakses dakwah melalui youtube, instagram dan juga fitur-fitur lainnya. Dakwah para kiyai kondang dan bahkan pengetahuan dan praktek-praktek keagamaan dapat diakses melalui media-media tersebut. Bahkan melalui media ini kini asyarakat tidak hanya mendengarkan dakwah da'i kondang saat ini yang populer melalui dakwahnya di medsoso, seperti ustadh Abdul Shomad, ustadh Adi Hidayat dan lainnya. Termasuk juga dakwah para da'i yang sudah wafat, seperti KH. Zainuddin MZ da'i denga julukan

[25] Phil Astrid Susanto, *Komunikasi Kontemporer* (Jakarta: Bina Cipta, 1982)

da'i sejuta umat. Kedahsyatan media elektronik bahkan internet dan media sosial sebagai media dakwah menjadikan kemasan dakwah juga mengalami inovasi dari yang sekedar monolog, menjadi dialog bahkan juga juga dikemas dengan sesekali memiliki unsur hiburan untuk menarik pemirsa. Dakwah tidak lagi menjadi sesuatu yang tunggal, dakwah mengalami pergeseran, sehingga muncul istilah baru apa yang disebut dengan *dakwatainment*.[26]

c. Pementasan, seni dan budaya

Pementasan dan drama (masrah dan malhamah), seni dan budaya, [27] dapat dijadikan sebagai media dakwah. Pesan-pesan dalam al-Qur'an beberapa di antaranya juga dilakukan dengan bahasa dan alur kisah-kisah. Dalam dunia moderen kisah, drama dan pementasan dalam ragam bentuknya, seperti drama dalam bentuk teatrikal, film, sinetron dan sejenisnya yang bertujuan memberikan pemahaman, pengetahuan keagamaan dan juga media penyadaran bagi khalayak.

---

[26] Riza Zahriyal Falah, *Etika Dakwahtainment dalam Masyarakat Multikultural*, (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam), Edisi Desember 2016 Vol. 4. No. 2, h, 257.

[27] A. Hasymy, *Dustur Dakwah dalam Al-Qur'an*, h. 256.

Media dakwah melalui seni, budaya dan pementasan telah lama dikenal dalam perjalanan dakwah di nusantara. Para walisongo sebagai penyebar sebagai media dakwah juga kerap dilakukan oleh para da'I di nusantara. Para walisongo penyebar Islam di Nusantara melakukan dakwah melalui seni dan budaya, pementasan, drama, pewayangan.[28] Berdakwah melalui media seni dan budaya tidak hanya mendekatkan pesan dakwah dengan kehidupan dan kebiasaan mad'u, namun juga menjadikan dakwah menjadi menarik. Melaui pendekatan ini pesan dakwah tanpa disadari merasuk secara perlahan tidak terasa melebur dalam perasaan mad'u.

Dakwah melalui pementasan, seni dan budaya juga saat ini semakin berkembangn seiring dengan kemajuan teknologi dan media pementasan itu sendiri. Drama dan kisah-kisah bernuansa dakwah banyak dilakukan dalam bentuk film, maupun kisah-kisah inspiratif mengikuti kemajuan budaya dan peradaban kontemporer. Demikian juga dengan lagu-lagu religi semakin sering didengarkan tidak hanya pada ruang-ruang agama. Musik dan lagu-lagu religi, bahkan kasidah dan sholawat meluas dan digemari

[28] Riza Zahriyal Falah, *Etika Dakwahtainment dalam Masyarakat Multikultural*, (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam), Edisi Desember 2016 Vol. 4. No. 2, h, 254.

tidak hanya di kalangan generasi tua namun juga bgenerasi muda. Lagu-lagu religi sarat pesan-pesan dakwah tidak hanya berkembang pada ruang-ruang agama, akan tetapi juga menyebar ke setiap ruang, publik semakin akrab dengan nuansa-nuansa keagamaan. Termasuk berdakwah melalui trend budaya berbusana muslim saat ini semakin marak di semua lapisan masyarakat, termasuk kalangan selebriti.[29] Seni dan budaya menjadi salaah satu media dakwah yang cukup efektif menyebarkan pesan-pesan agama dengan cara menghibur, tanpa menggurui apalagi memaki.

5. Metode Dakwah (Manhaj Dakwah)

Metode merupakan cara atau startegi yang dilakukan dalam melaksanakan dakwah untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri. Ada yang bersifat jangka pendek, jangka menengah dan juga jangka panjang. Dalam prakteknya pelaksanaan method dakwah dilakukan dengan beragam cara sesuai dengan kondisi mad'u, situasi dan kondisi zaman, juga waktu serta konteks dan tujuannya. Oleh karena itu beragam methode dakwah yang digambarkan dalam Al-Qur'an, demikian juga

[29] Dakwah dengan pendekatan seni budaya, bahkan artis mnjadi bagian yang saat ini gencar mengembangkan dakwah dengan gerakan hijrahnya, Arie untung dkk.

yang dilakukan Rasulullah, para sahabat serta pengikutnya sampai hari ini. Dalam sejarah dakwah Nabi setidaknya dilakukan beberapa methode dakwah. Secara garis besar ada yang dilakukan secara sembunyi-sembunyi pada masa di Mekkah ketika umat Islam masih sedikit dan kekuatannya masih lemah. Methode berikutnya berubah, dakwah dilakukan secara terbuka setelah kondisi berubah di mana umat Islam mulai banyak dan memiliki kekuatan secara politik.[30]

Metode dakwah dilakukan tidak hanya menyesuaikan dengan aspek situasi dan kondisi, akan tetapi juga menyesuaikan dengan sasaran dakwah (mad'u). Bisa jadi methode yang satu belum tentu cocok untuk mendekati kalangan lainnya. Di dalam Al-Qur'an dasar-dasar methode dakwah setidaknya dilakukan dalam beberapa cara. Allah berfirman:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (125)

[30] Hafidz Abdul Mannan, Al-Manhaj al-Athifi wa ahamiyatuhu fi ad-dakwah ila Allah, (Jurnal Ilmiyah Terakreditasi: Al-Bashiroh) Jilid 7, vol 1, h. 48

> *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah, dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".* (QS. An-Nahl: 125)

Dalam ayat di atas setidaknya memberikan *guide*, cara dan methode dalam berdakwah kepada manusia yang memiliki keragaman, baik daya pikirnya maupun yang lainnya. Dalam ayat di atas setidaknya terdapat tiga method dalam megajak manusia kepada jalan Tuhan-Nya, yaitu pertama dengan *bil-hikmah*, kedua dengan *mauidhatil hasanah* dan ketiga dengan *mujadalah*.

Pertama, *Al-Hikmah*, sering dimaknai dengan bijaksana atau kebijaksanaan (lebih dari sekedar pengetahuan). Terkait dengan hal ini, Muhamad Abduh memberikan definisi hikmah sebagai berikut: *Wa, ammal hikmatu fahiya fikulli syai'in ma'rifatu sirrihi wafaidatihi*[31] (hikmah adalah memahamkan rahasia dan faedah tiap-tiap sesuatu). Dengan definisi ini Hikmah sebagai methode dilakukan kepada kalangan tertentu yang dapat menangkap dan memahami apa-apa yang disampaikan baik secara tersurat maupun tersirat. Maka kalangan terpelajar atau cendekia atau kalangan intelek

[31] Hibah Hilmi al-Jabiri, *al-Thoriq Ila al-Dakwah*, (Alukah tt) h.54

merupakan orang-orang yang termasuk dalam kalangan ini, berdakwah pada kalangan ini hendaknya dilakukan dengan methode hikmah.

Senada dengan pengertian di atas, juga dikemukan oleh Syeikh Yusul al-Qardhawi, yang mengartikan hikmah sebagai method mengjak bicara pada akal manusia dengan dalil-dalil ilmiah atau bukti-bukti logis untuk menghindari keragu-raguan dengan argumentasi dan penjelasan-penjelasan. Di sisi lain hikmah juga berarti berbicara terhadap orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahami dan diterima oleh akal pikirannya.[32]

Pemahaman lain yang juga dipahami secara umum *al-hikmah* diartikan sebagai bijaksana, yaitu melakukan tindakan yang bijak dalam melakukan sesuatu sesuai dengan situasi dan kondisi. Dalam hubungannya dengan dakwah definisi kedua ini mengarah pada pemaknaan hikmah sebagai kemampaun seseorang dalam berucap yang tepat dan benar.[33] Methode dakwah *al-Hikmah* di sini dilakukan dengan memahami suasana atau mengenal dengan baik sasaran dakwahnya sehingga ia dapat menyesuaikan diri dalam melakukan cara

---

[32] Yusuf Al-Qardhawi, *Khithabuna al-Islami fi Ashr Al-Aulamah* (Kairo: Dar Asy-Syuruq, 1424 / 2004), h. 15.

[33] Ali Mustahafa Ya'kub, *Sejarah dan Methode Dakwah Nabi*, (Jakarta: Pustaa Firdaus, 2008), h.121.

pendekatan dakwahnya agar berhasil efektif. Pemahaman tersebut lahir dari pemaknaan hikmah yang memiliki kata serumpun dengan, hakim "*Hakimun man yuhsinu daqoiqo ash-shina'aati wayufqihuhaa"* (hakim adalah seorang yang faham benar tentang seluk beluk kaifiat teknik mengerjakan sesuatu dan dia mahir di dalamnya.

Berdasarkan pemaknaan kedua ini maka hikmah bukan hanya methode dalam mendekati kalangan kaum cendekia, akan tetapi juga kemampuan teknik dalam mendekati semua kalangan masyarakat yang beragam tingkat pemikirannya. Dengan demikian berarti *al hikmah* di sini termasuk kemampuan teknik methodelogi dalam mendekati (berdakwah) baik kaum cendekia, kaum awwan sebagai kalangan kebanyakan maupun di antara keduanya. Maka hikmah adalah bijaksana dalam berkata, bersikap dan bertindak terlebih dalam mengajak orang pada jalan kebaikan (berdakwah) sebijaksana mungkin menyesuaikan dengan kondisi dan situasi mad'u agar dakwah dapat mengena pada sasaran.

Kedua, methode *mauidzatul-hasanah,* atau pelajaran yang baik adalah cara atau methodelogi dengan menngajak berbicara kepada hati dan perasaan agar menyadari dan mau bertindak. Bila al-hikmah lebih menekankan pada akal pikiran untuk memahami dan mendalami, maka *al-mauidhatil-hasaah*

adalah upaya menyadarkan hati, membangkitkan emosi untuk menghayati dan merasakan serta menyadarkan untuk melahirkan tindakan. [34]

Pengajaran yang baik juga dipahami dengan memberikan nasehat dan contoh-contoh yang baik agar mudah dipahami dan juga untuk diikuti. Secara umum sasaran dakwah dari kalangan kebanyakan (kalangan awam) didekati dengan methode ini, seperti dalam bentuk tabligh, talim. Menurut Ki Moesa al-Mahfoezd, [35] masyarakat dapat memahami dakwah dengan cara dan bahasa yang mudah dipahami dan diperkuat dengan contoh-contoh bukan hanya dalam bentuk ketauladanan akan tetapi juga pengajaran dengan pendekatan contoh dan praktek agar mudah memahami. Sebagai sebuah methode *Maudhatil hasanah* merupakan di antara methode yang populer dalam dakwah di kalangan internal umat Islam, seperti yang dilakukan di majelis ilmu maupun majelis taklim di antara impelementasi methode ini.

Ketiga, *Mujadalah*, adalah berdebat atau adu argument. Methode ini dilakukan kepada kalangan yang tidak bisa didekati dengan hikmah maupun mauidhah. Golongan ini menurut Muhammad Abduh adalah golongan yang bukan

---

[34] Syeikh Yusuf Al-Qardhawi, *Khithabuna al-Islam*, h. 20.

[35] Lihat: Ki Moesa Al-Mahfoezd, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Bulan Bintang, 1975) h. 26

kalangan inetelek atau cendekia, dan juga bukan awwam, akan tetapi di antara keduanya.[36] Golongan yang cenderung membantah dan menggunakan argumen-argumen bantahan. Maka ketika ketemu dengan golongan ini methode mujadalah adalah methode yang tepat. Mujadalah adalah diskusi dengan cara yang baik, bukan debat kusir. Terlebih dilakukan dalam rangka dakwah maka argument atau hujjah sangat dipelukan bukan hanya untuk memberikan pemahaman namun juga agar yang membantah dapat menerima hujjah dengan kesadarannya sendiri karena kebenaran dan kebaikan yang ditampilkan. Berdiskusi atau berdebat dengan cara yang logis argumentatif dalam hal ini dilakukan dengan cara-cara yang bukan hanya baik tetapi lebih baik dari yang mereka lakukan yaitu (*Mujadalah billati hia ahsan).* Beberapa sikap secara implemntatif apabila harus menggunakan methode ini, maka harus mengedepankan etika diskusi dengan cara tidak merendahkan pandangan lawan apalagi menjelek-jelekan. Tetap menghormati pihak lawan sebagai manusia yang juga memiliki martabat dan harga diri, karena tujuan diskusi hanya semata-mata menunjukkan kebenaran sesuai dengan ajaran Allah. Pada akhirnya Allah yang akan membukakan pintu hati dan pikiran manusia dalam memahami kebenaran ajaran-Nya,

---

[36] Hibah Hilmi al-Jabiri, *al-Thoriq Ila al-Dakwah*, (Alukah tt) h.65

manusia atau da’i dalam hal ini hanya berikhtiar mengajak pada kebaikan dan kebebaran Allah dengan sebaik dan semaksimal mungkin.

BAB III
RETORIKA DAKWAH DAN KOMPONENNYA

A. Retorika Dakwah dan Karakteristiknya

Retorika sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya yaitu sebagai "ilmu bicara", yaitu ilmu berbicara di hadapan umum tentang banyak hal. Kegiatan bicara tidak hanya melibatkan lisan sebagai medianya, akan tetapi juga tulisan. Berbicara juga melibatkan akal fikiran dalam bentuk konsep dan argument logis, ia juga melibatkan perasaan baik bagi pembicara maupun obyek (pendengar atau pembaca).[1]

Retorika bukan hanya berbicara sehari-hari secara alamiah, akan tetapi berbicara yang memiliki tujuan, baik dalam bentuk memberi tahu atau menyebarkan informasi maupun mengajak dan juga mempengaruhi ataupun juga bertujuan merubah. Oleh karena ia memiliki tujuan-tujuaan tertentu, maka berbicara di depan publik atau khalayak dilakukan dengan persiapan dan tata cara tertentu, agar tujuan pembicaraan mengena pada sasaran dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Para ahli kemudian menyusun, merancang

[1] Djunaisih S. Sunarjo, *Komunkasi, Persuasi Dan Retorika* (Yogyakarta: Liberty, 1983), h. 31.

dan mempraktekan serta mengkajinya yang kemudian melahirkan ilmu yang disebut retorika.

Retorika menjadi ilmu yang interdisipliner, yaitu sebagai ilmu yang digunakan juga oleh ahli ilmu lainnya, sebagaimana terekam dalam sejarah perkembangannya. Retorika berkembang dan berbanding lurus dengan kehidupan politik, dan ia mendapatkan ruangnya dalam sistem demokrasi ketika semua orang memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk bicara.[2] Oleh karenanya retorika digunakan dan dikembangkan juga oleh ilmu politik yang belakangan menjadi bagian dari kajian komunikasi politik. Politik dalam sistem demokrasi di mana kemenangan pada suara terbanyak, seseorang yang akan menjadi pemimpin sangat ditentukan oleh peraihan suara, maka salah satu untuk meraih suara adalah dengan mempengaruhi publik melalui pidato-pidato untuk memikat suara pemilih.

Banyak cara yang dilakukan dilakukan dalam upaya tersebut dengan retorika politik, baik dengan cara-cara yang dilandasi dengan etika maupun di luar etika, karena tujuan utamanya adalah kemenangan dan kekuasaan, sehingga segala

---

[2] Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, *Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*, Dosen Program Studi. Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" (Yogyakarta, Januari-April 2014), Volume 12, Nomor 1, h. 74.

cara dilakukan untuk meraih kemenangan. Oleh karenanya dalam retorika politik, bentuk-bentuk retorika seperti propaganda dan agitasi kerap dilakukan.[3] Informasi menyesatkan penuh kebencian untuk melemahkan lawan juga biasa dilakukan dalam retorika politik.

Selain pada dunia politik, dunia keagamaan juga menggunakan ilmu retorika sebagai bagian untuk membekali para juru pidato pada saat itu. Para penghutbah agama dikenalkan dengan retorika agar apa yang dibicarakan dapat mengena dan dipahami oleh pendengar atau jamaah. Karena penghotbah adalah juga pengajar dan pencerah bagi jamaahnya, demikian tutur St. Agustinus salah seorang pakar dan juga guru retorika yang kemudian menjadi pemeluk agama Kristen. Dalam karyanya *On Christian Doktrine*, ia menyerukan agar para pengkhotbah memiliki kemampuan dan sanggup mengajar, menggerakkan dan menggembirakan. Baginya seorang orator memiliki kemampuan untuk menyampaikan kebenaran agamanya. Maka penghutbah Gereja pada saat itu juga banyak yang mempelajari retorika setelah sebelumnya dilarang.[4]

---

[3] Moeryanto Ginting Munthe, *Propaganda dan Ilmu Komunikasi*, Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta, Desember 2010), Volume II, Nomor 2, h. 40.

[4] Jaluddin Rahmat, *Retorika Moderen*, h.10-11.

Sedangkan dalam dunia Islam, retorika yang berkembang bukan hanya berasal dari pikiran manusia, akan tetapi juga berasal dari wahyu. Ilmu-ilmu pemikiran manusia, seperti filsafat/ilmu logika (mantiq) bahasa dan sastra (balaghah) dikaji dan berkembang di dunia Islam, termasuk retorika dan teknik pidato (khithobah). Beberapa prrinsipnya tertera dalam al-Qur'an dan juga dicontohkan oleh Nabi Saw dalam dakwahnya. Oleh karenanya landasan retorika dakwah berbeda dengan retorika politik maupun retorika pada umumnya.

Retorika dakwah terdiri dari dua kata, yaitu retorika dan dakwah. Retorika sebagaimana definisi di atas adalah sebagai "ilmu bicara". Sedangkan Dakwah adalah segala upaya mengajak, mengundang orang kepada agama / jalan Allah / jalan kebaikan. Dengan demikian retorika dakwah adalah segala bentuk ucapan, simbol, lambang maupun segala penyampaian pesan, dalam hal ajakan kepada agama Allah atau jalan Allah yang disampaikan kepada khalayak, dengan berasas pada dalil naqli (Qur'an dan Hadits) dan dalil aqli (pemikiran manusia).

Retorika dakwah didasarkan pada prinsip dakwah sebagai ruh agama yang berpijak pada kebenaran dan etika (Islam). Substansi pesan yang disampaikan kepada umat

manusia bukan keinginan dirinya tapi keinginan Tuhannya, karena ia menyampaikan kebenaran Tuhan. Dakwah berbeda dengan *diayah* (propaganda atau promosi), bukan sekedar memberitahu atau membuat tertarik orang, akan tetapi lebih pada mengajak dan merubah manusia agar berada pada jalan keselamatan.[5]

Retorika dakwah juga bersifat dinamik, oleh karena dakwah sendiri mengalami dinamika yang berkembang dari satu masa ke masa berikutnya, dari satu tempat ke tempat lainnya. Retorika Al-Qur'an sendiri menurut Syeikh Yusuf Al-Qardhawi menggambarkan adanya dinamika tesebut.[6] Semisal ada ayat-ayat Makkiyah dan ada juga ayat Madaniyah, terdapat ayat yang nasikh dan mansukh. Oleh karenanya menurut Yusuf Al-Qardhawi retorika dakwah tidak bersifat statis hanya terpaku pada masa lalu. Ia juga harus berbicara tentang masa kini dan depan karena dakwah akan selalu hidup dan berkembang pada setiap zamannya.[7]

Retorika dakwah yang dilakukan pada msyarakat yang kecil atau masyarakat lokal akan berbeda dengan retorika pada masyarakat global. Demikian juga retorika dakwah pada

---

[5] Hamka, *Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah*, h. 46.

[6] Syeikh Yusuf Al-Qardhawi, *Retorika Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2004), h. 9.

[7] Syeikh Yusuf Al-Qardhawi, *Retorika Islam*, h.181-182.

masyarakat yang homogen kaum Muslim akan berbeda dengan retorika pada masyarakat yang heterogen. Demikian juga suasana atau forum-forum yang digunakan dalam kerangka pembinaan interal umat maupun dalam hubungan sosial yang lebih luas harus dilakukan dengan cara, sikap dan perkataan yang bijak. Maka karakteristik retorika dakwah yang ideal adalah retorika keseimbangan (tawazun) di antara dua hal yang harus dipertemukan, tidak boleh hanya mengambil dan menafikan salah salah satunya. Semisal akal dan wahyu, agama dan ilmu pengetahuan, jasmani dan rohani, ideal dan realitas, material dan spiritual, ibadah dan muamalah, juga antara pembinaan aqidah dan menyebarkan kasih sayang atau toleransi.[8]

Dalam upaya mengajak kebaikan (dakwah) maka tata cara, pesan dan tujuannya merujuk pada sumber-sumber ilahiah yang termaktub dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah. Maka retorika dakwah memiliki karakter yang terhubung secara vertikal (hubungan dengan Tuhan) dan juga horizontal (hubungan dengan manusia). Dalam hubungannya dengan manusia maka diperlukan pendekatan lain dalam upaya mendekati dan mempengaruhi manusia, di antaranya melalui

---

[8] Syeikh Yusu al-Qardhawi, *Khithabuna Al-Islami fi Ashr al Aulamah* (Kairo: dar asy-Syuruq, 1424H/2004M.

kemampuan berbicara/pidato/ceramah di hadapan orang banyak.

Menurut Muhammad Ash-Ashobbaagh, keahlian pidato atau retorika penting digunakan juga dalam dakwah karena posisi orator memiliki posisi penting dalam dakwah. Baik sebagai khotib maupun penceramah dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama dan mengajak orang pada kebaikan.[9] Meskipun retorika bertujuan mempengaruhi orang, namun dalam retorika dakwah hal yang harus diingat bahwa posisi da'i hanya berkewajiban mengajak dan mempengaruhi yang baik. Sedangkan perubahan sikap menjadi lebih baik terlebih dalam hubungannya dengan keimanan merupakan otoritas Allah SWT.

B. Prinsip Dasar dalam Retorika Dakwah

1. Prinsip Kebaikan

Retorika dakwah memiliki prinsip, sebagaimana prinsip dakwah itu sendiri, yaitu menyampaikan atau mengajak manusia pada jalan (agama) Allah, atau jalan kebaikan. Dalam proses penyampaian, segala ucapan, ajakan tersebut harus bermuara pada kebaikan. Dalam hubungannya dengan

[9] Muhammad Ash-Shobbaagh, *Min Shifat Ad-Daaiyah* (Damaskus: Al-Maktab Al-Islami, 1400 H.), cet ke 3

penyampaian pesan, retorika dakwah bermuara pada kebaikan, ucapan, pesan dan juga tata cara termasuk media yang digunakan adalah didasarkan pada prinsip kebaikan. Salah satunya digambarkan dengan ucapan yang baik, sebab ucapan yang baik lebih dicintai Allah bahkan dari kebaikan lainnya seperti shadaqah yang diberikan dengan menyakiti hati si penerima. Allah berfirman:

قَوْلٌ مَعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَذًى وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ (263)

"Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun." (QS. Al-Baqarah: 263)

Qaulan ma'rufan, dalam ayat di atas artinya perkataan yang baik lebih dicintai Allah bandingannya dengan *shadaqah* yang juga sama-sama perbuatan baik, akan tetapi dilakukan dengan cara yang menyakiti perasaan sipenerima maka tidak lagi menjadi baik dalam hal caranya. Justru perkataan yang baik akan lebih bermakna baik di hadapan manusia dan juga dipandang lebih baik di hadapan Allah.

Retorika dakwah merupakan anjuran, penjelasan, perkataan-perkataan yang baik yang ditujukan untuk memperbaiki perilaku umat manusia, dengan cara-cara yang baik. Baik dari aspek pesan yang disampaikan maupun cara

menyampaikannya. Dengan demikian tidak ada dan tidak boleh dalam menyampaikan dakwah mengarahkan kepada keburukan dan menggunakan cara-cara yang mengarah pada kebrukan, kerusakan maupun kemudharatan. Semisal mengeluarkan seruan, ajakan dengan statemen atau kata-kata penghinaan, sikap perusakan dan penganiayaan dengan maksud atau alasan menegakan dakwah. [10]

Kebaikan yang dimaksudkan dalam retorika dakwah adalah segala kebaikan menurut ajaran Allah dan juga kebaikan menurut manusia yang tidak bertentangan dengan kebaikan agama, atau dalam bahasa dakwah biasa disebut dengan istilah *ma'ruf*. Yaitu segala kebaikan di mata manusia yang juga sesuai dengan kebaikan dalam pandangan Tuhan.[11] Menyampaikan kebaikan juga akan menimbulkan kebaikan-kebaikan yang lain. Maka mengajak pada kebaikan selain mendapatkan pahala yang besar, dan ia akan mendapat limpahan pahala sebagaimana pahala dari pelaku kebaikan yang menerimadakwahnya. Demikian juga orang yang menyebarkan dan mengajak pada kebaikan (Allah) dipandang sebagai orang yang paling baik perktaannya di sisi Allah.

---

[10] Umi Faizah Dan Kundharu Saddhono, *Retorika Dakwah Imperatifsebagai Pembentuk Karakter Mahasiswa*, (Universitas Sebelas Maret: Agustus, 2015) Vol. 5 No. 5 Jurnal Komunikasi Islam, h. 7.

[11] Lihat Syikh An-Nawawi Al-Jawi, Tafsir Munir, Lihat juga M. Quraisy Shihab, *Tafsir Al-Misbah, jilid 2,*

“Siapakah yang paling baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepadaAllah, mengerjakan amal saleh, dan berkata ‘sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri”. (QS. Fushilat: 33).

2. Prinsip Kebenaran/Kejujuran

Karakter retorika dakwah berikutnya adalah retorika kebenaran dan kejujuran, yaitu menyampaikan kebenaran, menurut Allah dan Rasul-Nya. Dalam retorika dakwah dilarang melakukan kebohongan atau menyampaikan hal-hal yang tidak benar apalagi menyimpang dari Al-Qur’an dan Sunnah Rasul. Semisal menyampaikan dan mengajak pada kebenaran menurut pemikirannya maupun manusia lainnya yang menyimpang, maka itu bukan lagi dakwah. Meskipun secara fisik, penampilan dan kemasan seolah-olah dakwah. Dasar kebenaran adalah wahyu (Al-Qur’an dan Sunnah) serta kebenaran logika yang tidak bertentangan dengan kebenaran wahyu. Bukanlah retorika dakwah bila isinya menyampaikan kebohongan, kepalsuan meskipun berkedok agama. Oleh karena kebenaran itu sudah jelas, demikian juga kebatilan sudah nampak jelas baik berdasarkan dalil naqli (wahyu) maupn dalil aqli (pikiran manusia). Tidak boleh menutup nutupi kebenaran, dengan ungkapan-ungkapan kebohongan,

berkata yang benar adalah ciri ketakwaan karena ia takut kepada Allah yang maha mengetahui. Sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah Q.S An-Nisa: 9.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (9)

"Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar." (QS. An-Nisa: 9).

Dan juga firman Allah, dalam Q.S Al-Ahzab

يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70)

"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar". (QS. Al-Ahzab: 70).

Q*aulan sadidan* artinya perkataan yang benar, karakteristik retorika dakwah adalah retorika kebenaran. Menyampaikan kebenaran dan tidak boleh menyembunyikan kebenaran apalagi memalsukan kebenaran untuk tujuan-tujuan tertentu. Dengan demikian retorika kebohongan, kepalsuan dan manipulasi merupakan hal yang terlarang dilakukan dalam dakwah. Karena inti dakwah adalah kebenaran (*al-haq),* menyampaikan kebenaran merupakan keharusan meskipun

terasa pahit, Kebenaran tetap diterapkan walau ada celaan dan ada yang tidak suka. Inilah prinsip yang diajarkan dalam Islam oleh Rasulullah *"Qulil Haq walau Kana Murron"* yang artinya, sampaikanlah yang hak itu meskipun terasa pahit.

Kebenaran juga harus disampaikan dengan cara yang benar dan tidak boleh berbohong. Bahkan dalam sabda lainnya Rasulullah menegaskan berbohong merupakan tanda-tanda dari orang munafik, kebohongan merupakan hal yang amat dibenci dalam Islam. Dalam riwayat lain Rasulullah bersabda "Berkatalah yang benar karena kebenaran akan mendekatkan pada kebaikan dan kebaikan mendekatkan kepada syurga." (Hadits).

3. Prinsip Keikhlasan

Penyampaian dakwah merupakan perwujudan dari rasa tanggung jawab ilahiah, maka sikap ikhlas adalah pondasinya. Oleh karenanya beberapa ulama memandang mengajak orang pada kebaikan, memberi nasehat pada jalan kebenaran, bukan karena profesi, tetapi lebih karena panggilan ilahi. Meski harus dilakukan secara profesional dalam pengertian penuh tanggung jawab dan dedikasi yang tinggi, namun tidak selalu bermakna materi. Karena hal demikian akan berbahaya ketika "*Rijaluddin"* menjadikan seruan kepada agama berubah

menjadi profesi, sehingga apa yang ada di mulut lain dengan apa yang ada di hati. Mereka menyerukan kepada manusia akan tetapi mereka sendiri tidak melakukan. Demikian menurut Sayyid Qutb ketika menafsirkan firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah: 44.

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ(44)

"Mengapa kamu suruh orang lain (mengerjakan) kebaktian, sedang kamu melupakan diri (kewajiban) mu sendiri, Padahal kamu membaca Al kitab (Taurat)? Maka tidaklah kamu berpikir? " (QS. Al-Baqarah: 44)

Pandangan Sayyid Qutb tersebut juga dipertegas oleh Jum'ah Amin Abdul Aziz, bahwa menyampaikan pesan-pesan agama buka hanya disampaikan melalui mulut, akan tetapi bersumber dari hati. Maka keikhlaan menjadi salah satu karakter retorika dakwah Islam. Karakter ini erat hubungannya dengan karakter da'i yang akan dijelaskan pada bab berikutnya.

Sebagaiman disebutkan di atas retorika dakwah memiliki relasi vertikal dengan Tuhan, oleh karena dakwah merupakan bagian dari kewajiban agama. Landasan amaliah keagamaan dan lainnya yang membedakan sesuatu menjadi amal ibadah atau bukan adalah niatnya, karena niat adalah

ruhnya amal. Sebagaimana ditegaskan dalam sabda Rasulullah bersabda:

إِنَّمَا الأعمَال بالنِّيَّاتِ

"Sesungguhnya segala amal perbuatan tergantung kepada niatnya." (HR. Bukhari & Muslim)

Demikian juga dalam pelaksanaan dakwah, yang harus diwujudkan adalah sikap keikhlasan dalam setiap ucapan dan sikap ketika berdakwah. Sehingga retorika yang tampil juga retorika ketulusan karena didorong oleh rasa tanggung jawab baik karena tuntutan secara agama maupun sosial. Dalam istilah ilmu retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles, salah satu komponen penting yang harus dimiliki oleh orator adalah *ethos*, sesuatu yang melekat padanya yang membuatnya dipercaya. Bukan hanya karena memiliki kompetensi keilmuan, akan tetapi juga kompetensi moral tanggung jawab atau istilah retorika disebut dengan *goodwill*, yaitu iktikad yang baik dan ketulusan. Sehingga dengan retorika yang memancarkan ketulusan mudah menggerakkan karena memiliki ikatan kebatinan yang tulus dan kuat. Demikian hal yang harus ditunaikan dalam retorika secara umum, apalagi dengan retorika dakwah yang terkoneksi dengan hubungan vertikal, maka keikhlasan akan menjadi ruhnya.

Jum'ah Amin Abdul Aziz, menguatkan tentang pentingnya keikhlasan sebagai karakter retorika dakwah Islam yang ditampilkan oleh sosok da'i. Bahwa berbicara menarik perhatian orang itu penting, akan tetapi juga lebih penting dengan menampilkan ketauladanan (*qudwah dan uswah*). Da'I tidak sekedar berkata-kata dengan penuh gaya dan irama serta tertata rapi disampaikan dengan penuh semangat, akan tetapi karena perkataan tersebut tidak muncul dari hati yang didasari oleh keimanan, maka sulit akan mempengaruhi manusia lain. Kecuali apabila perilakunya menjadi cermin dari perkataannya yang indah, maka ketika itu manusia akan tergerak dan mempercayai ucapannya. Meskipun disampaikan tanpa irama dan gaya yang menarik, karena kata-kata yang didasari oleh keikhlasan memiliki spirit yang lebih kuat.[12]

Jadi dalam retorika dakwah tidak cukup hanya mendasarkan pada kualitas pembicaraan orator yang menarik secara inderawi, sebagaimana tuntunan dalam ilmu retorika secara umum, akan tetapi juga harus memiliki kualitas pembicaraan yang terasa secara batini. Kualitas kebatinan dan spiritualitas da'i/ulama/kyai serta charismanya juga mampu

---

[12] Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Ad-Da'wah Qawa'id wa Ushul* (Mesir: Dar al-da'wah), h. 214.

menjadi daya dukung dalam merekatkan ikatan kebatinan dengan sasaran dakwah/jamaah.

Kualitas personal dengan akhlaknya, serta kekuatan batinnya yang tidak dimiliki oleh banyak, juga orang mampu mendekatkan ia dengan jamaahnya, baik karena keilmuan dan keahliannya. Maupun karena kemampuannya menyelami hal yang batin. Seperti kemampuan lain yang dimiliki oleh beberapa kiyai, Abuya, Ajengan, ahli tharekat, ahli hikmah banyak kita temukan, mereka memiliki pengaruh yang kuat dan setiap tuturnya dipatuhi dan diikuti. Meskipun dengan tutur yang halus-lembut tidak berapi-api, sebagaimana layaknya orator, namun kualitas keilmuan, keshalihan dan kualitas karakter peribadinya diakui publik, sehingga banyak menarik minat jamaah dan memiliki pengaruh yang kuat.

Ikhlas di sini juga bermakna bahwa dalam menyampaiakan pesan dakwah tidak boleh ada keterpaksaan karena dakwah merupakan tugas mulia dan akan memuliakan siapa yang melakukannya. Ikhlas juga berarti tulus tidak mengharapkan hal-hal lain selain ridlo Allah. Apalagi bermaksud mendapat keuntungan materi dari apa yang dilakukan. Keuntungan materi tidak boleh menjadi tujuan dalam dakwah, dengan sendirinya pahala dan pertolongan

Allah sudah pasti akan mengikuti bagi orang yang menegakkan dakwah di jalan Allah.

Belakangan kita kerap mendengar tentang orang berdakwah dengan menentukan tarif, bahkan secara eksplisit maupun implisit muncul dari mulut mereka ketika menyampaikan tausyiyah di hadapan jamaah, dengan maksud mengingatkan maupun sekedar bercandaan. Menerima upah atau bayaran dari mengajar Al-Qur'an dibolehkan, demikian juga berdakwah. Namun demikian jangan sampai orientasi material menjadi pengganggu dari orientasi utama berdakwah di jalan Allah. Terlebih dengan meminta tarif karena secara moral agama dan juga moral sosial merupakan sikap kurang terpuji.

Jadi prinsip dalam retorika dakwah adalah sikap keikhlan, karena Allah yang akan menggerakan hati seseorang dalam menerima dakwah ataupun menolak. Bukan karena tampilan da'i semata-mata, tampilan fisik, bahasa dan gaya da'i adalah hal-hal yang menarik secara lahiriyah dalam kacamata manusia di permukaan, namun hanya sebagai daya dukung semata, yang menjadi pengantar untuk mempengaruhi manusia tertarik lebih dalam. Akan tetapi yang menggerakkan perasaan sesunguhnya adalah melalui campur tangan Tuhan.

Maka selain keikhlasan dai juga harus selalu berdo'a kepada Allah agar dakwahnya dapat dipahami, bahasa yang ia sampaikan jelas mudah dimengerti dan diikuti oleh jamaah. Sekelas Nabi Musa ketika akan berdakwah selalu berdoa, sebagaimana diabadikan dalam Q.S.Thahaa: 25-28

قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي (25) وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي (26) وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي (27) يَفْقَهُوا قَوْلِي (28)

(Berkata Musa): "Ya Tuhanku, lapangkanlah untukku dadaku. Dan mudahkanlah untukku urusanku. Dan lepaskanlah kekakuan dari lidahku. Supaya mereka mengerti perkataanku". (QS.Thahaa: 25-28)

Pesan utama yang ditanamkan dalam dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan atau agama Allah, dengan pondasi keyakinan (keimanan) kepada Allah terlebih dahulu. Menurut M. Natsir, keimanan hanya dapat ditumbuhkan dengan suasana bebas, sunyi dari tekanan dan paksaan, karena fitrah manusia bila dipaksaakan akan buta, demikian menurutnya sambil mengutip ungkapan Saidina Ali "*nnal qalba idza ukrihaa 'amiya*". Justru ketika manusia dipaksa yang akan lahir adalah pemain sandiwara dan kemunafikan. [13]

[13] M. Natsir, *Fiqhud Da'wah* (Jakarta: Capita Selecta, 1996), h. 123.

4. Prinsip Kebebasan/Mengajak tanpa Paksaan

Prinsip dalam dakwah adalah kebebasan, bukan paksaan. Sehingga retorika yang digunakan adalah retorika ajakan penuh himbauan, bukan tekanan fisik maupun psikhologis. Memaksa dalam mengajak orang untuk mengikuti suatu keyakinan (agama Islam) di larang dalam Islam karena sudah jelas mana yang hak dan mana yang bathil, mana yang lurus dan mana yang bengkok, mana yang benar mana yang salah. Tugas pendakwah menunjukkan arah pilihan-pilihan itu dengan konsekwensinya masing-masing. Maka dalam dakwah Islam tidak dikenal istilah pemaksaan, baik dalam bentuk narasi, maupun sikap dan perbuatan. Semua proses dakwah dilakukan sejak zaman Nabi dan para sahabat dilakukan dengan cara-cara yang humanis (memanusiakan manusia) tanpa paksaan. Sebagaimana juga ditegaskan dalam Q.S Al-Baqarah: 256

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَى لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (256)

"Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); Sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat. karena itu Barangsiapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, Maka Sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang Amat kuat yang tidak akan putus. dan Allah Maha

mendengar lagi Maha mengetahui." (QS. Al-Baqarah: 256)

Sudah jelas bahwa tidak boleh ada paksaan dalam memasuki agama Islam. Retorika dakwah Islam dilakukan dengan mengedepankan dan menghormati hak asasi manusia dalam memilih keyakinan (Islam). Dalam sejarahnya dakwah dilakukan dengan cara-cara yang memerdekakan manusia termasuk dari perbudakan manusia lainnya. Tidak benar pandangan yang menyatakan bahwa dakwah disebarkan dengan pedang (perang), sebab konsep dakwah dan jihad adalah sesuatu yang berbeda. Meskipun keduanya memilik hubungan sebagai kewajiban agama, akan tetapi memiliki wilayah yang berbeda.

Dakwah bertujuan mengajak orang kepada agama dan jalan Tuhan dengan cara yang baik penuh kedamaian. Sementara jihad dilakukan untuk membela diri dan melawan mereka yang memerangi dan mengganggu aktifis dakwah. Maka jihad dilakukan sebagai langkah pertahanan diri (defensive) dari gangguan musuh-musuh Islam. Sementara bagi mereka yang tidak mengganggu perjalanan dakwah dibiarkan bebas memeluk agama dan keyakinanya masing-masing, bahkan golongan *kafir zdimmi* wajib dilindungi oleh masyarakat dan pemerintahan Islam. Meskipun terdapat jihad

yang sifatnya ofensif, semata dilakukaan untuk membebaskan masyarakat dan menaklukan wilayahnya dari kedhaliman dan kesewenang-wenangan yang jauh dari prinsip-prinsip Islam.[14]

Adapun setelah mereka memeluk Islam baru diajarkan kewajiban-kewajiban dalam menjalankan agama secara perlahan dan bertahap. Dimulai dari yang mudah dilakukan itupun ditujukan bagi orang-orang yang sudah memenuhi syarat wajib menjalankannya (mukallaf). Di samping juga diajarkan bagaimana tetap istikomah menjalankan ajaran agamanya sambil dikenalkan juga konsekwensinya. Dalam pejalanan dakwah Islam retorika dakwah yang dibangun adalah retorika persuasif berupa ajakan dan himbauan secara perlahan dengan menyentuh rasa (emosi) mad'u. Di samping juga dilakukan secara dialogis sehingga terjadi komunikasi timbal balik antara da'I dan mad'u agar dapat diketahui kemampuan mad'u.[15]

5. Prinsip Rasionalitas /Membangkitkan Kesadaran

Seruan Islam tidak hanya dilakukan dengan menyentuh rasa, juga menyentuh akal pikiran. Demikian juga iman, menurut Isma'il R. Faruqi adalah kebenaran yang bukan hanya

---

[14] Lihat, Ali Musthafa Ya'kub, *Sejarah dan Methode Dakwah Nabi* (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008), 78-79.

[15] Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh da'wah*, 381

diperoleh melaui rasa, akan tetapi juga kebenaran yang diterima akal pikiran dan bersifat kritis rasional. Orang yang menerima kebenaran (*al-Haq*) adalah mereka yang bisa bernalar, demikian sebaliknya yang menolak kebenaran yang sesungguhnya tidak sanggup bernalar.[16]

Retorika dakwah diakukan guna membangkitkan segala daya potensi manusia, di antaranya daya nalar (akal pikiran). Pertanyaan-pertanyaan retoris yang menggugah akal pikiran dan mengingatkan fungsi akal banyak ditemukan dalam al-Qur'an, akal pikiran dipanggil untuk melakukan fungsinya. Berkali-kali al-Qur'an menyeru seperti, "*Afala Tatafakkarun*" (apakah kamu tidak memikirkan), *afala ta'qilun* (apakah kamu tidak menggunakan akalmu), "*Wa fi Anfusikum, Afala Tubshirun*", (di dalam dirimu apakah kamu tidak melihat?). Hal itu menunjukan bahwa ajaran Islam bukan dogma semata yang harus diterima tanpa alasan *(reserve)*, karena dalam Islam beragama harus dengan melibatkan akal fikiran sebagai prasyaratnya. Sebagaimana terlihat dalam syarat-syarat pengamalan ibadah, salah satunya adalah syarat mukallaf, yaitu orang yang sudah cukup umur fungsi akalnya berjalan dengan baik.

---

[16] Isma'il R. Faruqi, *Tauhid* (Bandung: Pustaka Hidayah, 1995), h. 42.

Retorika dakwah adalah retorika yang membangun kesadaran manusia untuk berfikir logis menggunkan daya nalarnya sebagai anugerah Tuhan yang menunjukkan kualitas tertinggi sebagai makhluk-Nya. Karena akal merupakan kualitas kemanusiaannya yang tidak dimiliki oleh makhuk lainnya, dengan potensi akal inilah manusia mengembangkan kehidupan di alam dunia.

Islam adalah ajaran yang menghargai dan menjunjung tinggi akal pikiran guna memahami wahyu. Mengajak manusia kepada jalan kebenaran dan kebaikan tidak mungkin dilakukan tanpa kesadaran akal pikiran. Demikian juga dalam penyampian pesan-pesan dakwah harus membangun dan membuka kesadaran mad'unya, termasuk membangun daya kritis dalam ruang dakwah. Dalam dakwah harus membangun retorika yang tidak boleh memasung rasionalitas. Aspek ini penting sebagaimana juga dalam dunia retorika Arestoteles yang dikenal dengan istilah logos sebagai komponen dan prinsip penting dalam retorika.

Upaya berdakwah dengan mengajak orang untuk mengikuti kebenaran tidak boleh dilakukan dengan menghilangkan kesadaran akal fikiran manusia, baik dilakukan melalui penggunaan zat-zat kimiawi yang menimbulkan gangguan kesadaran maupun lainnya. Semisal penggunaan

obat-obatan maupun minuman minuman yang membuat penggunanya tidak sadar maupun perbuatan cara-cara lain yang menghilangkan kesadaran seperti hipnotis dan lainnya, tidak dibenarkan dalam rangka dakwah. Demikian juga cara lain di mana obyek dakwah mengikuti tanpa sadar, maupun cara dengan maksud menghilangkan kesadaran agar mengikuti pikiran dan ajakan sang penyeru, semisal cuci otak dan sejenisnya, hal demikian juga dilarang dalam dakwah.

Adapun penggunaan retorika dakwah dengan bahasa dan kata-kata serta gaya yang menarik terasa indah dan mengesankan hati serta ingatan mad'u, sehingga diterima oleh akal pikiran dan rasa obyek dakwah. Maka cara-cara demikian dibenarkan selama disertai akhlak dan dilakukan tidak berlebihan serta tidak bertentangan dengan syariat dan normaa-norma yang berlaku.

Akal pikiran sebagai komponen utama dalam proses penerimaan dakwah, maka retorika dakwah dikembangkan dengan mengedepankan pemberian ruang besar pada kemerdekaan berfikir akal manusia, bukan hanya membangkitkan emosional semata. Karena dengan pendekatan logis justru akan menguatkan keyakinan dan kebenaran melekat lebih lama, di banding hanya menyentuh rasa emosional terlebih yang bersifat euporia sesaat yang pada

akhirnya justru substansi pesannya tidak dipahami dan mudah dilupakan. Pendekatan-pendekatan argumentatif yang dikembangkan dalam ilmu logika atau mantik penting dilakukan dalam retorika dakwah, demikian menurut Jalaluddin Rahmat.[17]

6. Prinsip Kesetaraan/Tidak Merendahkan Orang Lain

Islam adalah agama yang egaliter, bukan karena didasarkan pada budaya, jenis kelamin dan lainnya. Egalitarianisme Islam didasarkan pada fitrah manusi itu sendiri yang hakikatnya memiliki kedudukan yang sama di mata Allah. Semua manusia mendapatkan kedudukan yang sama dan dipandang mulia. Tidak ada perbedaan satu dengan lainnya, hanya aspek keimanan dan ketakwaan yang menjadikan kualitas manusia berbeda di mata Tuhan. Sebagaimana dinyatakan dalam Q.S. Al-Hujurat: 13.

يَاأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ (13)

"Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku

---

[17] Jalaluddin Rahmat, *"Prinsip-Prinsip Komunikasi Menrut Al-Qur'an*' dalam jurnal *Audentia*, Vil 1 No 1 Tahun 1993, h. 35.

supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal." (QS. Al-Hujurat: 13)

Prinsip memuliakan manusia yang menjadikan dakwah Islam tersebar dengan mudah di kalangan masyarakat awwam dan juga kaum lemah yang sebelumnya hidup pada kelas masyarakat tanpa kehormatan dan penghargaan. Islam datang mengangkat harkat dan martabat semua manusia, bahkan salah satu indikator ketaatan dalam agama adalah membebaskan budak atau hamba sahaya.

Semua manusia secara naluriah ingin dihargai dan dimuliakan apapun latar belakang dan kedudukannya karena itu adalah fitrah. Islam didasarkan dan ditegakkan dengan mememuliakan manusia sesuai dengan fitrahnya. Maka sikap yang mengingkari fitrah manusia dengan sndirinya akan tertolak, seperti sikap memaki, menghina dan menyakiti. Sebaliknya, perkataan dan sikap perilaku yang dibalut dengan akhlak yang kemudian menarik manusia lain mengikuti ajakan dakwah Rasulullah, ia senantiasa memuliakan manusia bahkan kepada orang-orang yang memusuhinya sekalipun.

Dakwah yang diajarkan Rasulullah mengembalikan manusia kepada karakternya yang baik, pada ucapannya maupun perilakunya. Retorika dakwah yang disampaiakan oleh Nabi kepada umatnya berupa ungkapan-ungkapaan dan penjelasan yang menyentuh rasa. Sehingga menjadikan manusia yang berhati kasar menjadi lembut, orang-orang yang memiliki sifat pemarah berubah menjadi peramah, orang yang bermusuhan berubah merekatkan persaudaraan dan memuliakan satu dengan yang lainnya. Ungkapan-ungkapan sanjungan, saling memuji dan menghormat serta sikap saling memaafkan menjadi salah satu akhlak yang selalu ditanamkan Nabi kepada umatnya, sehingga hilanglah rasa permusuhan di antara mereka.

Memuliakan orang lain artinya, tidak menghinanya tidak menyakiti baik fisik maupun perasaannya dan juga tidak merendahkannya melalui perkataan dan juga perbuatan. Terlebih lagi dalam rangka mengajak orang lain yang sekalipun perilakunya salah atau menyimpang, maka tugas pendakwah adalah meluruskannya dan mengembalikan kepada jalan yang benar. Bukan menghina atau merendahkannya yang justru akan menjadikan orang lain lari dari dakwah.

Berdakwah dengan mengedepankan retorika yang baik yaitu dengan memuliakan orang lain, hal yang paling sederhana adalah memberikan senyum dan wajah ceria serta perkataan yang baik penuh penghormatan kepada orang lain, meskipun itu kebaikan yang sederhana jangan perah dilupakan dan diabaikan, karena amalan itu adalah bagian dari kebajikan. Sebagaimana disampaikan dalam Hadits Nabi Saw berupa nasehat kepada Abu Jurray.

وَلاَ تَحْقِرَنَّ شَيْئًا مِنَ الْمَعْرُوفِ وَأَنْ تُكَلِّمَ أَخَاكَ وَأَنْتَ مُنْبَسِطٌ إِلَيْهِ وَجْهُكَ إِنَّ ذَلِكَ مِنَ الْمَعْرُوفِ وَارْفَعْ إِزَارَكَ إِلَى نِصْفِ السَّاقِ فَإِنْ أَبَيْتَ فَإِلَى الْكَعْبَيْنِ وَإِيَّاكَ وَإِسْبَالَ الإِزَارِ فَإِنَّهَا مِنَ الْمَخِيلَةِ وَإِنَّ اللَّهَ لاَ يُحِبُّ الْمَخِيلَةَ وَإِنِ امْرُؤٌ شَتَمَكَ وَعَيَّرَكَ بِمَا يَعْلَمُ

"Janganlah meremehkan kebaikan sedikit pun walau dengan berbicara kepada saudaramu dengan wajah yang tersenyum kepadanya. Amalan tersebut adalah bagian dari kebajikan. Tinggikanlah sarungmu sampai pertengahan betis. Jika enggan, engkau bisa menurunkannya hingga mata kaki. Jauhilah memanjangkan kain sarung hingga melewati mata kaki. Penampilan seperti itu adalah tanda sombong dan Allah tidak menyukai kesombongan. Jika ada seseorang yang menghinamu dan mempermalukanmu dengan sesuatu yang ia ketahui ada padamu, maka janganlah engkau membalasnya dengan sesuatu yang engkau ketahui ada padanya. Akibat buruk biarlah ia yang menanggungnya." (HR. Abu Daud no 4084 dan tirmidzi no 2722).

Kemuliaan dalam retorika dakwah bukan hanya pada tutur yang selalu menghormati dan menghargai orang lain yang diajak bicara. Meskipun dengan orang yang memiliki perbedaan pandangan tidak boleh menunjukkan permusuhan baik dalam bentuk ungkapan verbal maupun sikap. Tidak boleh mengedepankan retorika perbedaan dengan menonjolkan egoisme, maupun ideologi, paham. Apalagi menyingung dan menghinakan kelompok lainnya merupakan akhlak yang sangat tercela. Akhir-akhir ini kita sering mendengar, melihat kemasan narasi-narasi dalam forum dan majelis dakwah muncul retorika dakwah yang kurang beradab. Misalnya antar jamaah maupun ustadh saling menyindir, menyinggung, bahkan memaki dan menyerang lainnya, baik melalui forum-forum maupun di media sosial.

Islam mengajarkan untuk memuliakan bahkan kepada kelompok berbeda atau orang yang masih memiliki keyakinan berbeda saja tidak boleh memaki, bahkan Tuhan-Tuhan mereka, tempat-tempat ibadah mereka tidak boleh dirusak. Sebagaimana dinyatakan dalam firman Allah Q.S. Al-An'am: 108 berikut:

وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيَّنَّا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلَهُمْ ثُمَّ إِلَى رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ (108)

> *"Dan janganlah kamu memaki sembahan-sembahan yang mereka sembah selain Allah, karena mereka nanti akan memaki Allah dengan melampaui batas tanpa pengetahuan. Demikianlah Kami jadikan Setiap umat menganggap baik pekerjaan mereka. kemudian kepada Tuhan merekalah kembali mereka, lalu Dia memberitakan kepada mereka apa yang dahulu mereka kerjakan."* (QS. Al-An'am: 108).

Sangat ironis kalau saat ini masih menemukan retorika pendakwah yang mengedepankan narasi-narasi dakwah yang menyerang kelompok yang berbeda, membangun sektarianisme, paham golongan apapun istilahnya. Bahkan ada yang bertindak menghalangi dan menyerang dakwah yang dilakukan kelompok lainnya. Seandainya terdapat kekeliruan atau kesalah pahaman mestinya dilakukan dengan cara-cara tabayyun yang beradab penuh kekeluargaan bukan dengan menghinakan. Sedangkan beda akidah dan beda agama saja dihormati dihormati keyakinannya. Mudah mengklaim dan mengkafirkan orang lain merupakan akhlak yang sangat buruk jauh dari akhlak Islami. Terlebih dalam medan dakwah yang seharusnya mengedepakan dan membangun prinsip memuliakan sebagaimana yang diajarkan dalam kitab suci Al-Qur'an dan dicontohkan oleh Rasulullah.

C. Retorika Ajakan Kebaikan dan Retorika Pencegahan Kemunkaran

Dakwah memiliki beragam bentuk, diimplementasikan dengan cara penyampaian yang berfariasi yang semuanya bertujuan untuk mengajak manusia pada jalan Allah SWT. Terdapat seruan yang bentuknya ajakan pada kebaikan *(amar makruf)* ada juga yang seruanya bersifat larangan atau pencegahan pada kemunkaran *(nahi munkar)*. Demikian juga model penyampaianya ada yang berupa kabar gembira ada juga yang berupa peringatan. Keragaman model dakwah dilakukan oleh karena sasaran/ obyek dakwah yang beragam baik latar belakang sosial, budaya, agama serta situasi dan kondisinya. Berikut beberapa jenis retorika dalam dakwah.

1. Retorika Ajakan/Perintah pada Kebaikan (*Amar Ma'ruf)*

Salah satu bentuk dakwah adalah *amar ma'ruf dan nahi munkar*, meskipun keduanya digabungkan dalam satu kalimat, sesungguhnya mengandung dua makna. Di dalamnya terkandung dua pola retorika, yang pertama berupa retorika ajakan, sementara yang kedua adalah retorika pencegahan atau larangan. Pertama berupa perintah kepada sesuatu yang harus dilakukan bagi yang belum ataupun yang sudah melakukan atau yang meninggalkan kewajiban. Sedangkan substansi yang

kedua dimaksudkan sebagai upaya mencegah atau menghindarkan dari sesuatu yang dilarang bagi yang melakukan dan mencegah orang dari melakukan hal-hal yang dilarang syari'at.

Pola Dakwah yang pertama, menggambarkan bentuk ajakan dengan tujuan agar orang yang diajak memahami maksud ajakan dan mengikutinya. Maka ajakan apalagi mengajak pada kebaikan dilakukan dengan cara yang baik, bukan dengan memaksa apalagi intimidasi. Retorika ajakan harus berupaya menyenangkan dan membangkitkan rasa ketertarikannya, baik dari narasi maupun cara penyampaiannya, bukan untuk membangkitkan rasa ketakutannya. Karena orang yang mengikuti didasari oleh rasa takut dan terpaksa maka akan melahirkan kemunafikan.[18]

Amar ma'ruf harus dilakukan dengan bijak, lemah lembut dan penuh belas kasih kepada manusia, serta dilakukan secara bertahap. Demikian juga *nahi munkar* bila kemunkaran sudah dapat dihilangkan dengan cara dan ucapan yang halus maka jangan melakukan dengan ucapan dan cara yang kasar. [19] Retorika ajakan tidak boleh dilakukan dengan bahasa atau tutur

---

[18] M. Natsir, *Fiqhud Da'wah,* (Jakarta: Capita Selecta, 1996), h. 123.

[19] Syekh Abdul Hamid Asy-Syarwani, *Hasyiyyah Asy-Syarwani ala Tuhfahtil Muhtaj,* Beirut Daar al-Kutub, 3003), jilid 7, h. 217.

kasar maupun memaksa apalagi mengancam. Sebab mengajak sejatinya menuntun pada jalan yang benar atau hidayah terdiri dari huruf ه,د dan ي. Menurut Quraisy Syihab maknanya antara lain adalah menyampaikan dengan lemah lembut guna menunjukkan dan membangkitkan simpati.[20]

Sekalipun dalam pesan yang bentuknya kritik harus disampaikan dengan cara yang tidak menyingung atau menyakiti. Sebab bila dilakukan dengan kasar dan menyakiti perasaan, akan menjadikan manusia justru menjauh dari ajakan dan jalan dakwah. Sebagaimana dicontohkan oleh sikap Nabi Saw yang penuh belas kasih kepada manusia, sebagaimana digambarkan dalam Q.S. Ali Imran:159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (159)

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya" (QS. Ali Imron: 159)

[20] M. Quraisy Syihab, *Tafsir al-Misbah*, Jilid 7, h. 594.

Manusia secara fitrah akan mudah tertarik pada sesuatu yang menyenangkan atau menyentuh hatinya, dan pada umumnya hal-hal yang dilakukan secara halus lemah lembut penuh belas kasih dan sayang kepada manusia, merupakan cara yang secara alamiah disukai manusia.[21] Meskipun manusia itu memiliki perangai dan karakter yang kejam dan bengis tetap harus didekati dengan kelembutan. Sebagaimana digambarkan dalam upaya dakwah yang dilakukan Nabi Musa dan Nabi Harun kepada Firaun, sebagaimana Firman Allah dalam Q.S Thaha: 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى (44)

> *"Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut."* (QS. Thahaa: 44)

Berdakwah kepada Firaun saja yang notabenenya dikenal sebagai orang bengis dan kejam membunuh setiap bayi laki-laki yang lahir dan ia juga dikenal paling sombong bahkan mengaku dirinya sebagai Tuhan. Namun dalam rangka dakwah kepadanya, Nabi Musa dan Nabi Harun berbicara kepada Fir'aun dengan menggunakan cara dan bahasa yang lemah lembut, tanpa celaan, apalagi menyakiti. Ayat ini memberikan

---

[21] Prof. Dr. Hamka, *Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah* (Jakarta: Gema Insani Pres, 2018) cet pertama, 36.

pelajaran bahwa mengajak orang yang dikenal paling jahat dalam sejarah saja dilakukan sedemikan rupa dengan cara yang lembut, terlebih lagi dilakukan pada manusia lainnya.

- **Mengajak dengan Memberikan Kabar Gembira (*Bisyaroh/Targhib)***

Selain ungkapan dengan cara halus dan belas kasih, retorika dakwah juga diungkapkan dengan cara menggembirakan atau menyenangkan hati si penerima. Bukan hanya pesannya yang mengembirakan akan tetapi juga caranya. Bukankah nabi sendiri diutus ke muka bumi sebagai *basyiir*o, pembawa kabar gembira, pesan-pesan yang mengembirakan bagi yang mengikuti dakwah Nabi Saw akan mendapat pertolongan di dunia dan di akhirat. *Basyiir*, berarti juga orang yang membuat riang hati orang lain atau juga orang yang memiliki kebaikan dan keindahan.

- **Memudahkan tidak Mempersulit**

Dalam penyampaian dakwah hendaknya memudahkan dan tidak menyulitkan. Salah satu kaidah dalam penyampaian dakwah yang dipesankan nabi SAW adalah memberikan kemudahan dan tidak menyulitkan menggembirakan dan tidak menakutu-nakuti. Bukan hanya dalam pengunaan bahasa yang mudah dipahami sebagaimana bahasa mad'unya, akan tetapi juga sesuai dengan kadar daya pikir/nalar penerima dakwah. Bukan memaksakan semua pemikiran dan pengetahuan serta daya nalarnya sang da'i. Sebagaimana pesan Nabi Saw: "Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan kemampuan akal mereka. Sebuah pesan yang kedalaman isinya tidak pernah dicoba-mengerti secara tuntas oleh para juru dakwah.". Memudahkan juga berarti bertahap dalam menyampaikan dakwahnya, dari yang sederhana sampai tahapan berikutnya yang lebih tinggi. Berbicara memudahkan juga berbicara sesuai dengn kebutuhan dan realitas mad'unya.[22]

2. Retorika Pencegahan dan Larangan pada Kemunkaran (*Nahi Munkar*)

Setelah mengajak pada yang makruf, pola dakwah berikutnya adalah mencegah kemunkaran. Oleh karena

[22] Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh Dakwah*, 380-381

sifatnya pencegaahan ataupun larangan bertujuan agar orang menjauhi atau meninggalkan sikap maupun perilaku yang terlarang tersebut. Bentuk larangan dilakukan pada sesuatu perkara yang sudah pasti memiliki ketetapan secara hukum syar'i, bukan pada perkara yang masih ikhtilaf. Upaya mencegah atau melarang juga dilakukan dengan bijak sesuai dengan situasi, kondisi. Demikian juga siapa yang berhak melarang pelaku kemunkaran adalah mereka yang melihat dan memiliki kapasitas serta pengetahuan bahwa sesuatu itu merupakan kemunkaran.

Dalam hal ini Imam An-Nawawi al-Jawi al Bantani, menjelaskan bahwa hendaknya orang yang melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* adalah orang yang memiliki pengetahuan dan memahami kehidupan masyarakat, jangan sampai ia menjerumuskan orang lain dalam dosa yang bertambah karena kejahilannya, justru mengajak orang pada kemunkaran dan mencegah dari yang makruf, mengajak dengan cara keras pada yang seharusnya dengan cara halus, dan juga melarang dengan cara halus pada yang seharusnya keras.[23]

[23] Syekh an-Nawawi al-Jawi, *Tafsir Munir* (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2005), jilid II.

Dalam upaya melakukan pencegahan kemunkaran dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana digambarkan dalam sabda Nabi saw.

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ وَمَنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيْمَانِ

"Apabila engkau melihat kemunkaran, maka hendaklah cegah dengan tangan dan apabila tidak mampu maka cegahlah dengan lisan dan apabila tidak mampu maka cegahlah dengan hati (do'a), meskipun itu selemah-lemahnya iman. (HR. Muslim, no. 49).

Upaya pencegahan pertama dilakukan dengan tangan atau kekuasaan. Dalam hal ini pemegang kekuasaan bisa ada pada pemerintah sebagai pemegang kekuasaan secara formal. Maupun juga pemegang kekuasaan secara informal, misal tokoh masyarakat maupun tokoh agama. Selanjutnya jika tidak memiliki kekuasaan, maka dengan lisan bisa dalam bentuk tabligh, khutbah, seminar, pengajaran, ta'lim, nasehat dan lainnya. Namun jika tidak mampu dengan cara-cara tersebut maka lakukan dengan hati yaitu dengan berdo'a yang menunjukkan penolakan terhadap kemunkaran, juga berdo'a agar pelaku kemunkaran diberikan kesadaran. Meskipun upaya yang terakhir adalah indikator lemahnya iman, namun masih lebih bagus dari pada tidak melakukan upaya apapun karena tidak ada tolernasi bagi hidupnya kemunkaran.

Berdasarkan Hadits di atas, meskipun dalam bahasa larangan terkandung ketegasan tentang sesuatu yang harus dijauhi dan ditinggalkan, akan tetapi dalam penyampaiannya dilakukan dengan cara yang baik dan bijak. Bukan dengan perkataan kotor, menghina bahkan memaki pelaku apalagi menyakiti baik secarafisik maupun non fisik. Pencegahan juga dilakukan secara bertahap sesuai dengan situasi dan kondisi serta prosedur, sesuai dengan kapasitas dan wewenangnya masing-masing.

Bagi kalangan yang memiliki kemampuan dan wewenang mencegah dengan tangan, jangan melakukan dengan lisan, sehingga perannya diambil alih oleh masyarakat, oleh karena yang berwenang diam terhadap kemunkaran. Demikian juga yang mampu melakukan dengan lisan jangan hanya berdo'a. Dalam kehidupan bermasyarakat pencegahan terhadap kemunkaran dapat dilakukan dengan menyatukan segenap elemen masyarakat dengan sinergis dan koordinatif.

– **Peringatan atau Ancaman (*Nazdaroh/Tarhib)***

Upaya lain dari pencegahan terhadap kemunkaran adalah dengan memberikan peringatan (tanzdir). Peringatan sebagai salah satu pemberitahuan bagi orang yang belum tahu maupun yang sudah tahu akan tetapi lupa, atau sengaja

melupakan. Maka retorika yang digunakan sifatnya prefentif, mencegah daripada terjerumus kepada perbuatan munkar, karena akan ada bahaya dan ancamana yang lebih besar baik di dunia maupun di akherat. Mencegah manusia dari perbuatan munkar dengan menunjukkan akibat-akibat pelaku kemunkaran dalam sejarah dan juga kehidupan mereka di alam akhirat.

Namun demikian sebelum memberikan peringatan harus terlebih dahulu memberikan kabar gembira, agar yang hatinya tertutup menjadi terbuka, yang buta menjadi melihat dengan terang sehingga dapat melaksanakan apa yang diperintahkan dalam agama, karena memberikan kabar gembira dapat membangkitkan semangat beramal. Sedangkan peringatan dilakukan bukan hanya membangkitkan ketakutan akan siksa, akan tetapi juga kehati-hatian dan kewaspadaan, agar tidak tersesat baik di dunia maupun di akhirat. Retorika peringatan merupakan bentuk atau tahapan akhir setelah melalui tahapan-tahapan retorika ajakan lainnya.[24]

---

[24] Beberapa contoh dalam ini misalnya nyampaikan pahala sebelum berbicara dosa. Menjelaskan tentang keutamaan ibadah dan amalan dengan pahala yang berlipat ganda sebelum menjelaskan tentang bahaya riya dalam beribadah.

BAB IV
KOMPONEN ETHOS, LOGOS DAN PATHOS DALAM RETORIKA DAKWAH

A. Komponen Ethos dan Kredibilitas Pendakwah

Ethos merupakan komponen penting dalam kajian retorika yang sangat dikenal di antara beberapa warisan ajaran Aristoteles yang masih berkembang sampai saat ini.[1] Meskipun beberapa hal di antaranya telah mengalami pengembangan istilah. Ethos merupakan hal paling asasi yang harus dimiliki oleh seorang orator (pembicara). Ethos adalah *source credibility* atau kredibilitas, sumber kepercayaan yang dimiliki atau yang harus ada pada seorang orator yang mempengaruhi, karena retorika bisa membekas dan meninggalkan kesan.[2] Komponen kredibilitas bukan hanya aspek kompetensi dan kemampuan orator atau komunikator akan tetapi juga aspek moralitas (etika) yang wajib dimilikinya dalam diri seorang orator sehingga ia layak dan dipercaya sebagai pembicara. Bukan hanya bagi pembicara biasa, terlebih bagi pembicaraan

---

[1] Kholid Noviyanto, *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku dan Perilaku Memilih Penceramah*, (Jurnal Komunikasi Islam) Edisi Juni 2014. Vol. 4. No. 1, h.123.

[2] Higgin C. Higgins, C., & Walker, R. (2012). Ethos, logos, pathos: Strategies of persuasion in social/environmental reports. *Accounting Forum*. https://doi.org/10.1016/j.accfor.2012.02.003

politik yang dilakukan oleh pemimpin maka ethos menjadi prasayarat penting yang juga menunjukkan peran karakter dalam penilaian kolektif sebagai pemimpin, sebagaimana dikemukakan Cicero dan juga Adam smith.[3]

Menurut Onong Uchyana komponen ethos sebagaimana dikembangkan Aristoteles, setidaknya terdiri dari tiga hal yaitu; G*ood competence* (kompetensi yang baik) oleh karena keahlian, keilmuan, pengetahuan maupun pengalamannya yang luas. Kedua, G*ood Moral character* (karakter moral yang baik). Ketiga, *Goodwill* (kehendak, tujuan yang baik) maupun juga sikap keikhlasan.[4]

Good Competence, pendakwah (da'i) yang kredibel setidaknya harus memiliki pemahaman dan penguasaan yang baik atas pesan-pesan yang disampaikan. Keluasan ilmu, pengetahuan, wawasan dan juga pengalaman, sehingga ia tidak kehilangan bahan materi yang akan disampaikan mupun diajarkan kepada orang lain.

Bagi pendakwah pesan-pesan yang disampaikan didasarkan pada sumber-sumber wahyu Allah dan Rasul-Nya

---

[3] Daniel J. Kapustu & Michelle A. Schwarze, "The Rhetoric of Sincerity: Cicero and Smith on Propriety andPolitical Context", *American Political Science*, February 2016 doi:10.1017/S0003055415000581c©American Political Science Association 2016.

[4] Onong Uchyana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citraa Aditya Bakti, 2003), 305

sebagai pedomannya dalam berdakwah. Maka dalam hal ini kualifikasi penguasaan pengetahuan agama (*tafaqquh fiddien)* menjadi salah satu prasyarat bagi da'i. Di samping juga prasyarat lainnya, di antaranya paham akan manusia (*tafaqquh fin-nas)*, di antaranya keberadaan manusia dan kondisi manusia serta bahasa yang digunakan, dan juga memahami perkembangan dunia yang terus berjalan (*tafaqquh fiddunya al-mutathawwir*) supaya ia tidak jauh panggang dari api, paham perkembangan zaman, situasi dan kondisi kehidupan.[5]

Menurut Abdullah Nasih 'Ulwan, dalam diri Da'I itu terdapat beberapa komponen dan peran, ia tidak hanya sebagai muballigh atau seorang orator *(khatib)*, ia juga seorang pendidik masyarakat atau educator (*mudarris* dan juga *muallim*) ia juga seorang menthor (*muhadhir*)[6]. Dengan peran-peran tersebut maka seorang da'i mesti memiliki bekal pengetahuan untuk memberikan pencerahan serta penyelamatan umat dengan dasar-dasar yang diajarkan Allah dan Rasulnya. Komponen ini bisa diperoleh melalui pendidikan baik formal maupun informal maupun pelatihan

---

[5] M. Natsir, *Fiqhud Dakwah* (Jakarta: Capita Selecta, 1996), h. 156

[6] Abdullah Nasih Ulwan, *Silsilah Madrasat ad-du'at: Fushul al-Hadifah fi Fiqh al-Da'wah wa al Daiyah* (Kairo: Dar al Islam, 2001), cet ke 9 juz I, h. 44-45.

dan juga pengalaman. Karena salah satu sumber ethos pembicara adalah otoritas keilmuan dan juga pengalaman.

Good Moral Character, komponen kedua yang penting bagi pembicara, adalah sikap atau character yang baik atau akhlakul karimah dalam bahasa agama. Terlebih bagi seorang pendakwah yang bukan hanya berkomunikasi menyampaikan pesan biasa, akan tetapi menyampaikan pesan-pesan atau ayat-ayat Tuhan. Moralitas adalah hal yang sangat utama sebagaimana dicontohkan oleh akhlak Rasulullah sebagai manusia agung dan panutan yang dikenal dalam al-Qur'an sebagai pemilik akhlak yang agung (*khulukin adhim*). Beberapa contoh sikap / akhlak di antaranya; sifat jujur, tawadlu, sabar, berani /syaja'ah dan qana'ah, penuh kepedulian dan kasih sayang dan akhlak-akhlak terpuji lainnya merupakan unsur penting yang harus ada dalam diri peribadi da'i.[7]

Da'i tidak hanya berbicara melalui bahasa lisan akan tetapi juga bahasa perbuatan (*bil hal*), dan bahasa perbuatan yang paling ampuh adalah keteladanan. Meskipun sebagai seorang pembicara / orator (khatib) ia memiliki kelihaian melalui lisannya. Meskipun Khotbah-khotbahnya selalu memukau dan menarik hati banyak orang, akan tetapi perilaku dan karakter moralnya tidak baik maka hal itu akan sia-sia.

[7] Abdul Karim Zaidan, *Ushul al-Da'wah,* h. 64

Justru pada akhirnya akan meruntuhkan kewibawaan ilmunya dan menghilangkan kepercayaan orang lain. Semisal sesorang yang berkarakter pembohong bila menyampaikan pesan jangankan menyampaikan pesan yang bohong, menyampaikan yang benar saja akan sulit diterima, karena karakternya yang tidak baik.

Moralitas adalah modal utama bagi seorang orator secara umum, terlebih lagi bagi pendakwah yang membawa pesan-pesan agama yang dasarnya adalah wahyu. Pendakwah bagaikan pelita yang menerangi kehidupan masyarakat dari gelapnya pengetahuan yang menyesatkan. Maka da'I bukan hanya penuntun dari kegelapan menuju dunia yang terang dengan cahaya petunjuk ilahi. Da'i juga merupakan teladan bagi masyarakatnya, baik dalam ucapan maupun tindakan. Bahasa tindakan dan keteladanan akan lebih kuat dan efektif dibanding dengan bahasa lisan dalam mempengaruhi orang lain, sebagaimana dalam pepatah *Arab (lisanul hal aqwa min lisanil maqal)*. Dalam ajaran Islam ditegaskan bahwa akhlak adalah buahnya ilmu, maka seseorang yang menyerukan mengajak orang lain pada kebaikan harus terlebih dahulu memperbaiki sikap dan perilaku dirinya. Sangsi Tuhan amat besar bagi orang yang hanya pandai mengajak orang lain akan tetapi melupaka dirinya sendiri. Orang yang bersikap demikian

mendapatkan murka Tuhan dan juga sangsi sosial. Sebagaimana terdapat dalam firman Allah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ. كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ

"Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan? Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan." (Q.S. Ash-Shaf 2-3)

Komponen *Good moral charakter* lainnya bagi seorang pendakwah adalah memiliki mental yang kuat, tidak mudah rapuh dan putus asa karena dalam dakwah akan ditemukan banyak halangan dan rintangan. Para Rasul Allah dan orang-orang yang berjuang di jalan Allah memiliki mental mujahid, artinya memiliki kesungguhan di dalam dakwahnya bukan sekedar menyampaikan sekali kepada umat lalu kemudian ditinggal pergi. Sebab pendakwah menurut M. Natsir laksana petani yang menyebar benih, mengolah tanah, memberi pupuk, menyiraminya, membuang rumput yang menggangu pertumbuhannya, melindunginya dari hama dan memastikannya mendapatkan udara yang layak bagi kehidupan dan pertumbuhannya.[8] Dengan proses demikian maka seorang pendakwah harus memiliki sikap kesungguhan dalam bekerja

[8] M. Natsir, *Fiqhud Dakwah*, h. 132.

keras agar dakwahnya berhasil dan memiliki sifat sabar dari segala ujian, tantangan dan rintangan.

Good Will, adalah kehendak yang baik, seorang orator terlebih da'i harus memiliki iktikad dan tujuan yang baik dalam setiap pembicaraannya. Orientasi kebaikan untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik sebagaimana petunjuk dari Allah SWT. Demikian juga pendakwah yang baik adalah yang menyampaikan pesannya dengan tujuan baik penuh ketulusan, karena berdakwah adalah kewajiban yang pahala dan balasan dari serta jaminan dari Allah adalah sebuah kepastian. Berdakwah bukan karena ingin pengakuan dan penghargaan dari manusia maupun karena kepentingan atau karena tujuan-tujuan pragmatis yang bersifat duniawi. Meskipun menerima imbalan dari berdakwah sangat dibolehkan akan tetapi bukan menjadi orientasinya karena dakwah bukan komoditas perdagangaan. Allah sudah mengingatkan dalam firmannya Q.S Al-Muddassir.

يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ (١) قُمْ فَأَنْذِرْ (٢) وَرَبَّكَ فَكَبِّرْ (٣) وَثِيَابَكَ فَطَهِّرْ (٤) وَالرُّجْزَ فَاهْجُرْ (٥) وَلا تَمْنُنْ تَسْتَكْثِرُ (٦)

"Hai orang yang berkemul (berselimut). Bangunlah, lalu berilah peringatan! Dan Tuhanmu agungkanlah! Dan pakaianmu bersihkanlah, Dan perbuatan dosa tinggalkanlah. Dan janganlah kamu memberi (dengan maksud) memperoleh (balasan) yang lebih banyak." (Q.S. Al-Muddassir: 1-6).

Kepercayaan publik kepada seorang pembicara dalam hal ini pendakwah adalah modal utama diterimanya pesan yang disampaikan, sehingga maksud dan tujuan pembicaraan dapat mengenai sasaran dan dapat memengaruhi orang lain melalui pembicaraannya. Untuk apa seseorang memiliki kemampuan berbicara yang bagus sebagai orator ulung yang memukau akan tetapi kehilangan kepercayaan yang disebabkan karena personalnya atau kemampuan dirinya yang kurang atau perilaku dirinya sendiri sehingg tidak memiliki kepercayaan dari publik. Kondisi demikian sudah barang tentu menghilangkan marwahnya sebagai pembicara.

Terlebih dalam hal pembicaraan yang bertujuan mengajak orang pada jalan atau agama Allah (dakwah) sebagaimana yang diwajibkan dalam ajaran agama (Islam), maka pendakwah dalam hal ini harus memiliki komponen *ethos* dalam dirinya. Meskipun demikian dalam urusan dakwah yang terhubung dengan persoalan keimanan, daya tarik bukan semata-mata bersumber dari magnet pendakwah karena perilakunya maupun bicaranya yang mempengaruhi, akan tetapi juga terkait dengan persoalan keterbukaan hati dan penerimaan mad'u yang terhubung dengan otoritas Tuhan dan bukan menjadi wewenang da'i.

Meskipun komponen ethos melekat pada diri sang da'I bukan berarti membebaskan dirinya dari tantangan dakwah, baik dalam bentuk penolakan, penghinaan maupun penindasan. Sebagaimana terlihat dalam perjalanan dakwah awal Nabi, meskipun ia sebagai pendakwah yang memiliki kompoen *ethos* dalam istilah retorika, bahkan melebihi kemampuan manusia pada umumnya seperti memiliki akhlak yang agung dan juga sifat-sifat kerasulan (*shiddiq, tabligh, amanah dan fathonah)*. Namun bukan berarti ajakannya akan selalu berjalan mulus, dalam perjalanan dakwah pasti mengalami proses panjang, hambatan dan rintangan yang besar, oleh karena berhadapan dengan penerimaaan hati umat manusia yang masih tertutup. Namun demikian pada akhirnya setelah hati manusia terbuka, mengakui dan mengikuti dakwah Nabi sampai akhir zaman. Kehidupan Nabi, sikap, ucapan dan perilakunya tetap menjadi tauladan umat manusia yang tidak pernah ada tandingannya.

Jalaluddin Rahmat, membagi kredibilitas pada tiga tahapan, yaitu kredibilitas awal (*initial credibility*), kredibilitas yang timbul selama pembicaraan atau proses delivery *(derived credibility)*, dan kredibilitas akhir (*terminal credibility)*.[9] Sedangkan Onong Uchyana membagi *ethos* /sumber kepercayan terbagi dua, yaitu *prior ethos* dan *instrinsik ethos*.

[9] Jalauddin Rahmat, *Retorika Moderen,* h.72.

Prior *ethos*, yaitu dugaan sementara atau kepercayaan sementara dari publik kepada pembicara atau pendakwah sebelum ia tampil. Sedangkan *instrinsik ethos* adalah dugaan yang sebenarnya berupa kepercayaan dari publik kepada pembicara atau pendakwah setelah ia tampil. [10]

Dugaan awal kepercayan kepada pembicara dibangun melalui simbol-simbol yang dipandang dan memberikan kesan sehingga melahirkan kepercayaan. Seperti penampilan, nama, gelar, riwayat pendidikan, dan nisbah-nisbah lainnya yang memiliki nilai di hadapan publik.[11] Simbol-simbol ini kemudian melahirkan persepsi sekaligus juga kepercayaan dan harapan (ekpektasi) publik yang bisa jadi terpenuhi maupun tidak terpenuhi alias (kecewa).

Sedangkan *instrinsik ethos* adalah *ethos* yang sebenarnya yang ditunjukkan pada saat ia tampil yang ditunjukkan oleh kemampuannya, penguasaannya akan materi yang disampaikan sehingga terpenuhinya harapan publik secara umum dan melahirkan kepercayaan publik akan kompetensinya, perilakunya dan iktikad baiknya. Baik karena penampilannya, keilmuannya, cara menyampaikannya maupun sikap dan perilakunya. Namun demikian indikator yang utama

---

[10] Onong Uchyana, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, h. 306

[11] Jalalauddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Rosdakarya, 2003), h. 45

dalam hal ini adalah kompetensi pengetahuan dan kemampuannya dalam menyampaikan.

Seringkali antara *prior ethos* dan *instrinsik ethos* bisa terjadi titik temu, bisa juga tidak. Terkadang ada yang dugaan awal sementara positif terhadap pembicara namun dugaan akhir yang sesungguhnya negatif. Ataupun sebaliknya dugaan awal terhadap pembicara negatif namun kenyataan yang sesungguhnya positif dan di luar dari dugaan sebelumnya. Kepercayaan akan *instrinsik ethos* yang positif meskipun *prior ethosnya* negatif masih lebih baik di banding positif di awal tapi negatif di akhir. Simbol-simbol yang melahirkan penilaian dan kepercayan publik kepada pembicara penting, seperti pakaian, aksesoris maupun simbol-simbol lainnya karena ia akan melahikan kehormatan. Akan tetapi peguasaan ilmu yang baik dan luas itu lebih penting karena ia akan menjadi sumber kehormatan yang sesungguhnya.

B. Pathos, Upaya Membangkitkan Kesadaran Emosional dalam Dakwah

Kepercayaan dan pengakuan publik kepada komunikator, orator maupun pendakwah, timbul bukan semata-mata karena kemampuan dan gaya orator maupun penguasaan materi yang disampaikan, akan tetapi juga karena

kemuliaan keperibadian, akhlak yang memancarkan wibawa. Tindakan dan penyampaian orator, komunikator yang dinamis menimbulkan spirit batin yang terkoneks dengan audience. Salah satunya melalui sentuhan-sentuhan emosional yang membekas di hati dan mempengaruhi jiwa audience. Daya tarik ini yang dalam istilah retorika Aristoteles dikenal dengan *pathos.*[12] Di mana seorang pembicara atau penyampai pesan tidak semata-mata karena memiliki ilmu, keahlian dan keperibadian yang baik, namun juga kemampuan mendekati dan mempengaruhi khalayak dengan perkataan dan sentuhan emosi yang membangunkan perasaan, jiwa dan kesadaran khalayaknya.

Pathos sendiri secara bahasa sering dipahami sebagai teknik pembicaraan yang melakukan pendekatan menyentuh emosi sebagaimana dipahami dalam rethorika klasik secara umum sebagaimana yang diajarkan Aristoteles. Tujuan pathos dalam retorika adalah untuk membangkitkan emosi tertentu terhadap *audience* dalam mendukung upaya persuasif.[13] Dalam

---

[12] Isina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika Dalam Kominikasi Dakwah Realisasi Atas Pendekatan Stelistika Bahasa Bahasa*, (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam), Edisi Juli-Desember 2013 Vol. 1. No.2, h. 65.

[13] Nikolas Simon, "*Investigating Ethos and Pathos in Scientific Truth Claims in Public", Media and Communication* (ISSN: 2183–2439)2020, Volume 8, Issue 1, Pages 129–140DOI: 10.17645/mac.v8i1.2444Article.

retorika Arestoteles pathos adalah kekuatan yang dengannya pesan komunikator/orator menggerakkan *audience* ke tindakan emosional yang diinginkannya. Seorang orator yang baik harus mengetahui terlebih dahulu emosi yang mana yang efektif dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi tindakan *audience* dan fitur-fitur apa yang bisa digunakan. Terlebih dahulu dengan melihat keragaman daya tangkap dan varian audience. Dalam hal ini orator / pembicara bukan hanya mengirimkan pesan (delivery) semata, akan tetapi mempertimbangkan wacana dan teknik apa yang menimbulkan emosi efektif bagi perubahan audience, apakah kekaguman, kemarahan, kesenangan, keharuan, kebingungan, empaty dan lainnya.[14]

Beberapa kategori ucapan, pesan dalam proses komunikasi di hadapan audience yang menyentuh emosional, seperti membangkitkan rasa, senang, gembira, tertarik, bahagia, sedih, takut, menyesal, marah dan lainnya. Dengan pendekatan dan sentuhan emosional yang bertujuan menarik minat dan mempengaruhi audience, baik pengaruh dalam aspek kognitif, affektif maupun psikomotorik secara psikologis. Demikian juga dalam kerangka dakwah, di mana

---

[14] Tamar Mashvenieradze, *"Logos Ethos and Pathos in Political Discourse", Theory and Practice in Language Studies,* Vol. 3, No. 11, pp. 1939-1945, ISSN 1799-2591 November 2013© 2013 ACADEMY PUBLISHER Manufactured in Finland.doi:10.4304/tpls.3.11.1939-1945

mad'u dapat tertarik kemudian terpengaruh dengan ajakan, himbauan pendakwah dan akhirnya mengikuti ajakan da'i. Sebagaimana tujuan dakwah itu sendiri adalah menyebarluaskan ajaran Islam agar dipahami, diikuti dan pada akhirnya merubah kehidupan umat manusia dari yang tidak baik menjadi baik dan lebih baik. Intinya dakwah dalam hal ini juga bermakna sebagai proses internalisasi dan transformatif.

Dalam implementasinya pathos dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, salah satunya adalah pendekatan persuasif, baik dalam bentuk komunikasi persuasif maupun tindakan persuasif. Komunikasi persuasif lebih pada proses komunikasinya yang dilakukan dengan cara-cara halus, membujuk, dengan cara-cara komunikasi yang lemah lembut, lebih pada himbauan emosional di banding memaksa atau mengancam. Sehingga dengan sendirinya langsung atau tidak langsung lawan bicara memahami dan menerima dan pada akhirnya mengikuti. Sedangkan tindakan persuasif bisa dalam bentuk praktek dan ritual yang dibiasakan dengan senang hati dan sadar dilakukan sehingga menjadi habit /kebiasaan.

Retorika Pathos tidak hanya popular dalam komunikasi sosial-politik, namun juga masyhur digunakan dalam retorika keagamaan dalam penyebaran agama-agama misi/dakwah di dunia. Pathos dipandang sebagai bagian dari cara yang efektif

dalam mempengaruhi batin dan menarik hati para pemeluk agama di tengah kompetisi agama-agama di dunia. Pendekatan ini digunakan oleh para pendeta pada periode klasik, beragam cara yang dilakukan untuk membangkitkan emosi pemeluk agama, yang mewujud pada konten/wacana, gaya suara terkadang tenang-rendah-tinggi-menggelegar, rytme, anotasi, gaya kinesik-alis, mata meredup-melotot, tangan menunjuk-mengepal-bergairh terkadang menghiba, juga proksemik terkadang melompat, dan tindakan-tindakan emotif lainnya dalam menyampaikan kebenaran firman Tuhan.[15]

Retorika *pathos* kerap digunakan dalam khutbah keagamaan, karena khutbah dilakukan bukan hanya bermaksud menyampaikan pesan agama, akan tetapi juga mengajarkan dan mengajak orang lain bergerak sebagaimana ajaran agamanya, demikian juga dalam Islam. Kekuatan bahasa menjadi salah satu faktor penting dalam upaya mengajak, salah satunya dilakukan secara persuasive yang justru lebih efektif dalam meluluhkan perasaan audience. Baik melalui kekuatan bahasa, wacana, yang ringan dan mudah dipahami mampu mendekatkan dengan audience. Di samping juga kekuatan

---

[15] Kent Hughes, " *The Anatomy of Exposition:Logos, Ethos, and Pathos*" *The Southern Baptist Journal of Theology,* 1999-cst-media.s3.amazonaws.com

http://cst-media.s3.amazonaws.com/documents/doc-khughes-anatomy.pdf

paralinguistic, irama, nada, jeda, gaya menjadi daya tarik penyampaian orator yang menjadikan pesan-pesan Tuhan menjadi lebih dekat dan dapat diterima audience. Sebagaimana dibuktikan dalam penelitian Braj Mohan dalam penelitiannya pada kelompok keagamaan di India.[16]

Hal penting lainnya yang harus dimiliki orator dalam dalam *pathos*, apa yang disebut dalam rethorika Aristoteles dengan istilah *of phillia* yaitu keramahan. Sikap ramah, perasaan bersahabat adalah menjadi pintu membuka perasaan /emosi audience yang kemudian membuatnya tertarik sebelum mendengarkan pesan-pesan yang disampaikannya.[17] Keramahan sesungguhnya juga ajaran Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah sebagai orang yang peramah, murah senyum dan penuh kasih sayang. Bahkan menunjukkan wajah keramahan dalam Islam menjadi bagian dari ibadah dan bagian dari keimanan, Rasul memerintahkan mengajarkan umatnya agar menampilkan wajah yang ramah (*tabassumuka*). Bahkan

---

[16] Braj Mohan, "*A study of the use of persuasive strategies in Religious Oratory", International Journal of Research* (IJR), Volume-1, Issue-2, March, 2014 www.internationaljournalofresearch.com.

[17] Rita Copeland, "Pathos and Pastoralism:Aristotle'sRhetoricin Medieval England" *Speculum* 89/1 (January 2014), 113-114. doi:10.1017/S0038713413003576.

senyum sebagai indikator keramahan disebut dalam hadis Nabi Saw, sebagai bagian dari *shodaqah*.

Bentuk lainnya dari retorika *pathos* membangkitkan dan menyentuh emosional khalayak juga dilakukan dalam dakwah Islam baik bentuk ceramah maupun khutbah ataupun doa dan dzikir bersama. Sentuhan emosional bukan terletak pada bentuk atau formatnya, akan tetapi lebih pada konten dan cara penyampaiannya. Misalnya khutbah atau ceramah tentang kisah peristiwa perang uhud dan kematian sahabat. Melalui penyampaian yang sangat emosional penghayatannya sehingga menyentuh hati dan membangkitkan emosi khalayak, seperti menangis dan larut dalam kesedihan, mengenang semangat jihad dan perjuangan para syuhada dalam membela agama Allah. Cara demikian bisa membangkitkan ghirah umat, audience, jamaah dalam membela agama Allah.

Demikian juga dalam do'a/ dzikir bersama, cara-cara berdoa nada dan suara, emosi pemimpin doa mempengaruhi jamaah meskipun terkadang tidak paham artinya. Ketika Dzikir dibawakan dengan suasana, nada suara penuh penghayatan dan perasaan penyesalan dengan sedu sedan, mampu menghipnotis perasaan jamaah. Sehingga larut dalam do'a, penyesalan akan dosa-dosa, sehingga muncul tekad untuk memperbaiki diri.

Demikian juga cara-cara melalui pendekatan motifasi, dimana jamaah bersemangat, *happy*, riang sebagaimana dilakukan oleh kalangan motivator. Cara-cara membangkitkan emosi dengan humor yang membuat jamaah kerap terhibur, tertawa senang dengan ungkapan-ungkapan atau selingan lucu. Pendekatan ini mmpu memudahkan kesan agama yang berat sulit dan hanya menjadi beban. Pendekatan humor dalam keagamaan menjadi penting dengan tidak menghilangkan substansi dari pesan agama dan moralitasnya. Dalam penelitian Daniela Gifu, pendekatan humor membantu memudahkan orang memahami dan merasa ringan menjalankan kewajiban agama di tengah beban kehidupan yang berat. Bahasa humor penting dilakukan untuk menerjemahkan bahasa agama yang terkesan keras, kaku menjadi lebih dekat dan ringan dalam bahasa keseharian *audience* sehingga agama menjadi akrab dengan kehidupan dan keseharian.[18]

Dalam tradisi rethorika, teks atau pesan yang sama yang sama, namun dibacakan dengan nada, suara dan gaya yang berbeda akan menghasilkan dampak perasaan yang

---

[18] Daniela Gifu, *Humor in the Religious Discourse: Between Paradoxism and Neutrosophy*, dalam Florentin Smarandache & Steven Vladutescu (Cord), Communication Neutrosophic Routes, 2014 EAN: 9781599732831 ISBN: 978-1-59973-283-1 http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/ download? doi= 10.1.1.465.3301&rep=rep1&type=pdf#page=89

berbeda bagi pendengarnya. Bahkan menurut Jalaluddin Rakhmat, dalam sebuah penelitian menunjukkan sekelompok orang yang menangis terharu mendengarkan sebuah puisi yang sebenarnya buku daftar nomor telepon. Oleh karena dibacakan dengan cara yang menarik sebagaimaa sastrawan ulung membacakan puisi, menghasilkan respon perasaan khalayak yang mengharu biru. Begitu juga sebaliknya terdapat teks yang menarik dan emosional akan tetapi disampaikan dengan bahasa yang datar tanpa sentuhan emosi maka akan dirasakan juga datar.[19]

Penguatan pathos bukan hanya ada saat deliveri atau penyampaian pesan, akan tetapi pesan yang disampaikan juga bisa berbekas lama pada jiwa khalayak atau jamaah. Rasulullah adalah pendakwah yang tidak hanya kredibel dan otoritatif, akan tetapi juga sangat berkesan di hati para sahabat dan pengikutnya.

Pesan-pesan ilahiah yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qura'n itu sendiri, dengan sendirinya juga telah mengandung himbauan dan sentuhan emosional. Dalam al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang sangat menyentuh kalbu pembacanya, dengan membangkitkan rasa takut, kagum, bahagia, harapan dan juga ancaman yang semuanya berdampak

---

[19] Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Moderen*, h. 39.

secara emosional psikhologis bagi pembacanya, baik bagi orang yang memahami artinya maupun tidak. Namun demikian akan lebih indah bila dibacakan atau disampaikan dengan nada, tata cara dan bacaan yang jelas dan benar sesuai dengan kaidah bacaannya. Bahkan tidak jarang beberapa imam besar di masjidil haram maupun di Masjid Nabawi membacakan ayat sambil menangis ketika membacakan ayat-ayat terkait pendosa dan balasan atau azdab bagi pelaku dosa, karena memahami dan menghayati secara mendalam isi bacaannya. Demikian juga jamaah yang mendengar turut larut dalam kesedihan yang sama meskipun tidak memahami secara baik ayat yang didengarnya.

Sentuhan emosional dari Al-Qur'an diabadikan dalam sejarah, bagaimana masuk Islamnya sahabat Nabi Saw, Umar Ibn Khaththab sendiri adalah ketika mendengar bacaan ayat Qur'an. Untaian kalam ilahi yang sangat indah lebih dari syai'r-syair Arab paling indah yang pernah ia dengar. Ayat Al-Qur'an yang dibacakan adiknya sontak meluluhkan hatinya yang semula penuh rasa amarah. Melalui bacaan Al-Qur'an yang agung yang belum pernah ia dengar kalimat seindah Al-Qur'an, menyentuh perasaanya yang membalikan hatinya tunduk pada agama yang didakwahkan Rasulullah Muhammad. Sejak saat itu Umar menjadi bagian dalam

barisan dakwah Islam yang memperkuat dakwah Islam. Masuknya Umar memiliki dampak besar bagi keberlangsungan dakwah Islam yang saat itu mendapat tantangan keras dari kafir Quraisy.[20]

Pesan-pesan Al-Qur'an sendiri bagi orang yang paham dengan baik sastra Arab dengan sendirinya tanpa penjelasan manusia lain juga sudah dapat dipahami bahkan mempengaruhi jiwanya. Termasuk bagi yang tidak paham artinya sekalipun, Al-Qur'an menjadi daya tarik. Bahkan tidak sedikit juga orang luar Islam masuk Islam karena mendengar suara bacaan indah Al-Qur'an yang menyentuh kalbunya, meskipun ia sendiri tidak paham artinya. Juga tidak sedikit orang yang masuk Islam karena mendengar dan tersentuh dengan suara adzan yang begitu indah terdengar dan menyentuh kesadaran jiwanya yang paling dalam sehingga menuntunnya masuk Islam.[21]

Demikian juga dengan kisah-kisah muballigh/ da'i yang melakukan dakwahnya dengan bahas-bahasa yang menyentuh perasaan orang lain baik secara sengaja mengajak maupun tidak, ternyata menjadikan orang lain masuk agama Islam oleh karena dakwah yang dilakukan melalui sentuhan-

---

[20] Thomas W. Arnold, *Sejarah Dakwah*, h. 35

[21] Lihat Kisah-kisah muallaf masuk Islam karena mendengar bacaan Qur'an dan suara adzan.

sentuhan emosional. Demikian juga dakwah sentuhan-sentuhan kalbu dan pendekatan dzikir tidak hanya menjadikan orang luar masuk Islam juga menjadkan internal umat yang sebelumnya kurang memahami dan mendalami serius ajaran agama, kemudian beralih mendalami.

Perasaan yang digerakkan oleh hati (al-qalb) memiliki sifat tidak stabil, tidak permanen dan berubah-ubah, sebagaimana makna dari *qalb* sendiri yang berarti bolak-balik. Sehingga ia harus sering dibimbing, diingatkan dan selalu dibersihkan karena memiliki potensi untuk berubah-ubah dan juga tercemari. Oleh karenanya iman yang juga terletak di dalamnya kerap berubah, terkadang bertambah dan juga berkurang. Iman kemungkinan mengalami naik turun, dan pasang surut. Sentuhan qalbu dalam proses dakwah menjadi penting untuk menjaga, merawat dan menstabilkan sesuatu yang mudah goyah. Di samping selalu mengingatkan dan menguatkan pendekatan perasaan untuk menguatkan hati. Juga penting dilakukan pendekatan dan sentuhan logis untuk membantu menopang kekuatan dan stabilitas emosi.

Sentuhan emosional diakui lebih mudah mengena sasaran akan tetapi juga mudah goyah. Sementara pendekatan rasional dan sentuhan logika bisa jadi agak melambat masuknya akan tetapi memberikan stabilitas dan kekuatan

yang lebih lama.[22] Seringkali banyak orang yang mudah tersentuh perasaannya akan tetapi lambat laun memudar dan berubah-ubah. Tidak jarang euporia emisonal meninggi seketika dan lambat laun melambat begitu sifat perasaan yang selalu mudah goyah, bahkan tidak jarang terbantahkan dengan logika. Maka pendekatan dan sentuhan emosional *pathos* penting mendapat dukungan dan ditopang oleh kekuatan logika (*logos*).

C. Pendekatan Logos dalam Retorika Dakwah

Komponen penting lainnya yang dimiliki manusia selain perasaan adalah pikiran. Akal pikiran merupakan potensi dasariah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Akal pikiran jugalah yang menunjukkan kualitas kemakhlukan manusia di atas makhluk yang lainnya, karena dengan akal manusia hidup dan mengembangkan kehidupannya, bahkan menggerakkan dan mengelola kehidupan alam sekitarnya. Kemampuan ini jugalah yang menjadikan manusia sebagai khalifah di muka bumi. Kemampuan manusia menerima tanggung jawab *(taklif*) menempatkan manusia pada derajat yang paling tinggi di antara makhluk Allah lainnya. *Taklif*

---

[22] Jalaluddin Rahmat, "Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Islam", Audentia Jurnal Komunikasi, Vol 1 No 1 Januari Maret 1993, 43-44.

dapat dimaknai sebagai kosmik manusia karena hanya manusia yang mampu melaksanakannya.[23]

Di samping beban *taklif* manusia secara universal, manusia juga dibebankan kewajiban secara personal yang dalam bahasa agama diistilahkan sebagai ibadah, wujud dari penghambaannya sebagai *'abd* kepada Khalik-Nya. Namun demikian dalam agama syarat *taklif* juga diderifasikan salah satunya karena kemampuan akal dan daya pikirnya sehingga ia layak disebut *mukallaf*. Komponen *mukallaf* di antaranya terletak pada kesadaran berfikirnya, sehingga orang-orang yang hilang kesadaran akal fikirannya tidak dibebankan menjalankan kewajiban agama atau bebas dari *taklif*, seperti anak kecil, orang gila dan orang yang sedang tidur.

Demikian substantif kedudukan akal pikiran dalam diri dan kehidupan manusia bahkan dalam menjalankan kewajibannya kepada sang khalik. Allah SWT dalam firman-Nya banyak memberikan seruan dan sentuhan-sentuhan membangunkan daya pikir, daya nalar dan logika manusia (*ya ulil albab, afala yatafakkarun, afala ta'qilun*). Seruan secara khusus yang ditujukan kepada manusia untuk memfungsikan akal pikirannya guna memahami ayat-ayat Allah baik yang

[23] Isma'il Al-Faruqi, *Tauhid* (Bandung: Pustaka, 1995), h. 62-62.

Qauliyah maupun kauniyah, baik ayat yang tersurat maupun yang tersirat.

Demikian penting dan mendasar kedudukan akal dalam beragama, sehingga sentuhan dan membangun kesadaran akal dan logika manusia dalam beragama menjadi sangat penting. Maka upaya dakwah selain dengan pendekatan emosi dan perasaan, juga harus dilakukan dengan membangun kesadaran akal fikiran, membangun daya fikir dan nalar mad'u. Manusia mengenal dan memahami Islam yang melekat baik dalam prasaannya sebagaimana juga melekat dalam pikirannya. Dakwah sebagai upaya mengajak manusia kepada Islam harus juga dilakukan melalui pendekatan yang rasional, *logic* dan argumentatif. Pendekatan inilah yang dalam ilmu rethorika Aristoteles disebut dengan *logos.*[24]

Logos sebagai komponen penting selain ethos dan pathos dalam retorika Aristoteles. Logos berarti, himbauan rasional, logis dan menyentuh logika atau masuk akal. Logos adalah hal yang sangat penting untuk penilaian argumentatif sebagai salah satu dimensi persuasi. Logos berarti membujuk dengan menggunakan penalaran yang mencakup kognisi kritis,

---

[24] Isina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika Dalam Kominkasi Dakwah Realisasi Atas Pendekatan Stelistika Bahasa Bahasa*, (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam), Edisi Juli-Desember 2013 Vol. 1. No.2, h. 65.

keterampilan analitis, ingatan yang baik, dan perilaku yang bertujuan, yang merupakan argumentasi paling penting. Bagi Aristoteles Logos adalah wacana rasional, logis dan argumentatif.[25]

Pendekatan logos sebagaimana juga pendekatan pathos sesuai dengan sunatullah karena menyesuaikan dengan potensi dasar manusia itu sendiri. Justru ketika terpaku hanya pada satu aspek dengan sendirinya berarti menolak potensi dan sunatullah. Pendekatan logos belum banyak diakui dan mendapat tempat secara theoritik dalam keilmuan khithobah (public speaking) di dunia Islam. Meskipun secara praktik dilakukan dalam tradisi Islam.[26] Bisa jadi penyebabnya karena secara theoritik logos berkembang pada peradaban Yunani dalam tradisi filsafat Barat seolah-olah tertolak dan dianggap bertentangan dengan agama. Padahal justru dalam beragama sendiri prasyaratnya adalah kesadaran akal fikiran, bahkan terdapat ungkapan populer " *la dina liman la aqla lahu":*

---

[25] Tamar Mshvenieradze, "*Logos Ethos and Pathos in Political Discourse"* ISSN 1799-2591 *Theory and Practice in Language Studies*, Vol. 3, No. 11, pp. 1939-1945, November 2013 ISSN 1799-2591, © 2013 ACADEMY PUBLISHER Manufactured in Finland.doi:10.4304/tpls.3.11.1939-1945.

[26] Moe Albitar, "The Jewels of Rhetoric Jawahir Al-Balaghah Arabic Rhetoric Thesis Translation Project Case Study", UMI Disertation Publishing 2012. https://search.proquest.com/openview/6caffe338cb14bc76deade1956b16cb8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y

Tidak ada agama bagi orang yang tidak ada akal baginya. Karena akal fikiran bersifat dasariah sebagai fitrah manusia dan dimiliki oleh semua umat manusia.

Dengan demikian pendekatan logis bukan hanya ditujukan kepada kalangan intelek, cendekia dan ilmuwan, karena sejatinya semua manusia termasuk orang awwam juga memiliki akal fikiran dan daya nalar. Semua manusia memiliki kemampuan tersebut hanya kualitas dan tingatannya saja yang membedakan. Oleh karena ia mendasar maka semua sasaran dakwah penting didekati dengan logos. Meski demikian dalam mendekati daya fikir manusia ada tingkatannya, maka pendekatan yang dilakukan sesuai dengan kadarnya. Termasuk kalangan awwam juga memiliki kemampuan berfikir, meski taraf berfikirnya sederhana. Artinya kalangan sederhana didekatai dengan logika sederhana, disesuaikan dengan kemampuan dan daya nalarnya masing-masing. Hal ini selaras dengan metode dakwah *bil-Hikmah* sebagaimana tertera dalam Q.S An-Nahl 125.

Sebagaimana Al-Qur'an menunjukkan universalitasnya, pesannya demikian terbuka dalam menyasar semua kalangan. Kadang pesannya dapat dipahami dengan pikiran sederhana yang dapat ditangkap bahkan kalangan rendah sekalipun. Namun terkadang juga memahami pesannya

membutuhkan pikiran besar serius untuk menyingkap makna-makna hakikat yang tersembunyi. Artinya retorika al-Qur'an sendiri sudah mengandung himbauan-himbauan logic yang beragam dan bertingkat. Ada varian pesan yang sederhana dan serius mendalam, sehingga membutuhkan ketajaman berfikir dengan penjelasan logis dan argumentatif. Pendekatan dengan mengedepankan kesadaran logika dalam mencerna pesan yang disampaikan seorang orator dikenal dengan istilah *logos* dalam istilah retorika Aristoteles.

Gambaran dialog-dialog logic argumentatif dalam Al-Qur'an banyak dikisahkan, semisal kisah dialog ketuhanan antara Nabi Ibrahim dengan pengikut Namruzd yang menyembah patung hasil pahatan mereka sendiri.[27] Demikian juga dengan dialog argumentatif Nabi Musa dan Fira'un, digambarkan dalam al-Qur'an. Bagaimana Fira'un yang mengaku sebagai Tuhan dengan pendekatan akal pikiran tertolak dengan sendirinya. Argumentasi Allah melalui lisan

[27] Ketika suatu hari Ibrahim memasuki ruang ibadah kaum Namrud dan menghancurkan patung-patung kecil yang mereka sembah, seraya meletakan kampak dipundak patung besar yang tidak ia rusak. Sehingga ketika mereka dating dan menanyakan kepada Ibrahim, siap yang merusak tuhan-tuhan mereka. Dengan argumentatsi logis Ibrahim menjawab, silahkan tanyakan kepada patung besar yang memegang akampak itu, lalu merzeka menjawab "bagaimana mungkin patung benda mati bisa menghancurkan ", Lalu Ibrahi menjawab lalu bagaimana mungkin benda mati bisa memberikan kehidupan, secara tidak sadar mereka menolak sendiri keyakinan mereka dengan argumenya sendiri.

Nabi Musa yang logic meruntuhkan argument ketuhanan Firaun bagi siapapun yang memiliki akal pikiran sehat.[28] Demikian juga argument-argumen Al-Qur'an menolak konsep ketuhanan kaum kafir dan kaum musyrikin yang menentang dakwah Nabi Muhammad Saw, konsep ketuhanan mereka secara akal sehat sudah tertolak dengan sendirinya.

Dalam dakwahnya Rasulullah menggunakan berbagai pendekatan, di amping pathos yang menyentuh emosional dan perasaan jamaahnya. Di lain waktu juga menggunakan pendektan logis dan argumentati. Sebagaimana dikisahkan dalam berbagai riwayat, ketika Rasulullah menjelaskan ayat Allah bahwa syurga luasnya seluas langit dan bumi. Seketika itu ada sahabat yang bertanya kalau begitu maka di mana neraka?. Lalu Rasul balik bertanya kembali, jika datang malam lalu di makanah siang, bukankah malan meliputi langit dan bumi?. Demikian juga ketika menjawab pertanyaan sahabat yang menceritakan orang tuanya yang bernazar haji namun keburu wafat dan belum sempat melaksanakannya, lalu apakah

[28]Dialog ketika Fir'aun menanyakan siapa Tuhan Mu, Musa menjawab Tuhanku adalah yang menciptakan langit dan bumi serta menciptakan nenek moyangmu. Artinya secara logika kalau nenek moyangnya saja diciptakan Allah, bagaimana ia (Firaun) yang keturunanya dapat mengaku sebagai Tuhan, jelas dengan sendirinya logikanya terbantahkan. Penjelasan nabi Musa ini menjadikan banyak pengikut Firaun secara sembunyi mengingkari ketuhanan Fir'aun dan mengakui Tuhannya Musa (Allah SWT).

ia bisa menghajikan orang tuanya?. Rasul menjawab, jika orang tuamu memiliki hutang lalu wafat dan belum sempat membayar hutang-hutang tersebut, apakah kamu mau membayarkan hutangnya?. Sahabat itu menjawab ya tentu saja. Lalu Rasul berkata 'Hutang kepada Allah lebih pantas untuk dibayarkan. Itulah beberapa contok kisah pendekatan logis Rasulullah ketika menjawab pertanyaan sahabat, sehingga mad'unya paham dan menerima secara logika.

Agama Islam hadir membebaskan umat manusia dari penindasan hawa nafsunya. Meluruskan umat manusia dari jalan kesesatan yang menutupi kebenaran dan membelenggu akal fikirannya dan merendahkan sisi kemanusian sendiri. Kehadiran Islam membangunkan kesadaran akal fikiran sebagai potensi dasariahnya. Ayat yang pertama kali diwahyukan adalah ayat yang membangun kesadaran pikiran dengan perintah membaca *(iqra).* Proses membaca bukan semata mengaktifkan daya inderawi, namun lebih mengaktifkan dan membangkitkan daya pikir dan imajinasi. Sebab tanpa logika dan kesadaran berfikir tidak mungkin dapat memahami bacaan dengan baik. *Iqra* juga artinya membaca pesan dan menafsirkan pesan. Pesan terdiri dari bahasa dan simbol-simbol, di mana penafsiran dan memaknai simbol hanya dapat dilakukan dengan pikiran, demikian juga

menyampaiakan atau mengkomunikasikan pesan hanya terjadi dengan keterlibatan pikiran.

Dakwah Islam sebagai proses penyampaian dan penyebar luasan pesan agama, membangun kesadaran bagi penerimanya. Dakwah Islam merupakan upaya terbuka bukan memaksa, memberikan ruang dialog bukan dogma semata. Retorika dakwah Islam justru menampilkan dan menghargai manusia penerima sebagai subyek yang terlibat secara aktif bukan hanya menerima dan pasif. Subyektifasi terhadap mad'u nampak ketika posisi dan kebutuhan mad'u serta hal-hal lain yang terkait dengan mad'u mendapat penghargaan tinggi dan perhatian yang diutamakan dalam dakwah. Bagaimana da'i harus menyesaikan diri dengan segala kebutuhan mad'u bahkan kebiasaan mad'u dikedepankan, bukan kebutuhan da'i.

Bagaimana prasyarat da'i harus memenuhi kualifikasi yang semuanya mengarah agar mad'u dapat memahami dan menerimanya. Jadi bukan da'i yang memaksakan diri agar mad'u mengikutinya dan menghormatinya. Justru ketika da'i mampu mendekati perasaan dan logika mad'u, pada akhirnya da'i dengan sendiri yang akan mendapatkan tempat di mata dan hati serta logika mad'u. Semua itu terjadi karena diawali oleh sikap Da'I yang "mengalah" dalam arti tidak diawali oleh kepentingan dirinya, akan tetapi semata oleh kepentingan

agama dan kebutuhan umatnya. Dalam dakwah Islam terjadi hubungan timbal balik secara aktif dan bernegosisasi menggerakan pesan yang sama menjalankan kewajiban agama dan bertanggung jawab di mata Tuhan. Sebagai bagian dari konsekwensi keberagamaan, maka dakwah yang diterima oleh mad'u harus terus bergerak dan disebarkan kepada yang lainnya. Agama bukan hanya dianut dan diamalkan akan tetapi juga dihayati dan dipikirkan.

Sebab agama itu sejatinya harus dipikirkan bukan sekedar diamalkan dan dirasakan. Sehingga memiliki kekokohan dalam pikir, rasa dan karsa, itulah konsep beragama secara holistic menyeluruh dengan melibatkan semua komponen potensi dalam diri manusia. Logos merupakan istilah yang menunjukkan pada model pembicaraan yang rasional logis dan argumentatif.[29] Dengan demikian pendekatan logos dalam rethorika Arestolian selaras dengan konsep dakwah Islam itu sendiri.

Dalam konteks penyampaian dakwah, adalah proses membangun kesadaran umat manusia tentang kebenaran Islam melalui penjelasan yang sejelas-jelasnya. Maka bahasa dakwah

---

[29] Braet, A. C. (1992). Ethos, pathos and logos in Aristotle's Rhetoric: A re-examination. *Argumentation*. https://doi.org /10.1007 /BF00154696

yang dilakukan oeh pendakwah adalah bahasa yang mudah dipahami dan diterima secara logis pada pikiran mad'u. Bukan dengan bahasa manipulatif yang mendramatisir kebohongan dan di luar nalar logis mad'unya. Al-Bayan sendiri memiliki beberapa kategorisasi, jelas dari bahasanya, dan jelas pemaknaannya dan juga jelas maksud dan tujuannya.

Dakwah bukanlah doktrinasi yang mematikan daya nalar, namun sebaliknya ia menjadi fasilitas dan ruang menghidupkan dan membangun kesadaran logis umat manusia yang fitri. Kehadiraan Rasul yang diutus ke muka bumi dengan tugas membawa risalah dan menyampaikan dengan jekas dan terang. Kejelasan dan keterangan hanya dapat ditangkap bukan hanya dengan panca indera akan tetapi melalui perasaan dan akal pikiran.

BAB V
RETORIKA ISLAM
DAN PERKEMBANGAN MEDIA DAKWAH

A. Wajah Retorika di Dunia Islam: Khithobah dan Balaghah

Retorika yang berkembang dalam tradisi Yunani dan Romawi sejak abad ke-5 sebelum Masehi, kemudian juga berkembang pada masyarakat Islam. Seiring dengan terjadinya persentuhan peradaban dunia Islam dengan dunia lainnya baik melalui ekspansi wilayah dan pertukaran tawanan perang maupun melalui penerjemahan karya-karya filosof ke dalam bahasa Arab. Interaksi peradaban terjadi antara Barat dan Timur turut mewarnai perkembangan peradaban dan ilmu pengetahuan di dunia Islam, dan juga di dunia Barat. Banyak lahir ilmuwan muslim yang mewarnai perkembangan ilmu pengetahuan yang berpengaruh besar baik di Barat maupun dunia Islam sendiri, seperti Al-Kindi, Al-Faraby, Ibnu Sina (*Avvecina*), Ibnu Rusyd (*Avverous*) dan banyak lainya. Ibnu Rusyd juga dikenal sebagai salah satu ilmuwan Muslim yang juga berpengaruh dalam mengembangkan retorika Aristoteles di dunia Islam.[1]

---

[1] Carol Lea Clark, *Aristotle and Averroes: The Influences of Aristotle's Arabic*. Review of Communication Volume 7, 2007-Issue 4

Retorika yang berkembang dalam tradisi Islam menjadi bagian penting dalam proses penyebaran, pemahaman dan pengembangan Islam itu sendiri baik di kalangan internal umat Islam maupun eksternal. secara khusus Yusuf Al-Qardhawi memberikan batasan khusus definisi, ketika Retorika dihubungkan dengan agama Islam itu artinya seluruh penjelasan yang disampaikan atas nama Islam kepada seluruh umat manusia, baik muslim maupun non muslim. Dengan maksud mengajak, mengajarkan dan mendidik baik secara akidah, ibadah, syari'ah, muamalah, politik, ekonomi bahkan juga pemikiran dan tingkah laku. Lebih dari itu menjelaskan posisi Islam atas problematika kehidupan baik pada level individu, kelompok, masyarakat nasional-internasional atau gobal. Retorika Islam bukan hanya persoalan spiritual dan hal ghaib semata, tetapi menyangkut segala segi kehidupan. [2]

Seiring dengan terjadinya perkembangan disiplin ilmu, termasuk retorika juga mengalami perkembangan dan terpencar dalam berbagai kajian ilmu seperti ilmu komunikasi, *public speaking*, psikologi komunikasi, logika dan dialetktika, bahasa & sastra (linguistic). Retorika memiliki beragam aliran

---

Commentator upon Western European and Arabic Rhetoric. Pages 369-387 |https://doi.org/10.1080/15358590701596955

[2] Yusuf al-Qardhawi, *Khithobuna al-Islam fi Ashr Al-Aulamah*, (Kairo: Dar Asy-Syuruq, 2004), h. 3.

di mana aura retorika terpancar dalam bidang-bidang ilmu di atas, sebagaimana telah dijelaskan di Bab I. Termasuk retorika yang berkembang di dunia Islam juga mengalami formulasi baru dalam dua wajah ilmu yang berdiri sendiri dengan karakteristiknya masing-masing. Jadi retorika pada agama Islam bersifat universal dan komprehensif dan memiliki karakter yang berbeda dengan retorika lainnya.

Retorika dalam tradisi Islam diformulasikan dalam dua wajah utama yaitu *ilm' al-Balaghah dan al-Khithabah*. Ilmu Balaghah terkait dengan ilmu linguistic dan sastra bahasa, ia memiliki geneologis dengan tradisi masyarakat Arab bahkan jauh sebelum masa Islam. Sedangkan khithobah merupakan proses penyampaian pesan, nasehat keagamaan kepada umat untuk meningkatkan ketaqwaan. Secara teoritik keilmuan balaghah mengalami perkembangan ilmu yang cukup progresif karena banyak peminat yang mengkajinya sehingga melahirkan perkembangan-perkembangan baru dalam keilmuannya. Di samping ilmu balaghah tidak hanya memiliki dampak bagi pengembangan ilmu-ilmu keislaman lainnya, juga memiliki peran dalam melahirkan pengembangan ilmu dan pengetahuan baru.[3]

---

[3] Husein Aziz, Kamarul Shukri Mat The, Tasnim Mohd Annuar, "Contribution of Science of Balaghah in Thought and Islamic Knowledge",

Sementara khithobah (khutbah) secara praktis populer dan menjadi tradisi di dunia Islam, ia menjadi bagian dari amaliah keagamaan atau ibadah dalam Islam. Secara praktis khithobah atau khutbah seringkali dihubungkan dengan teori dakwah. Secara teoritik keilmuan khitobah, atau dengan istilah lain retorika atau pidato (*public speaking)* dikembangkan dalam tradisi filsafat dan belum mendapat perhatian luas di kalangan ilmuwan Islam. Menurut Moe al-Bitar, perkembangan teori *public speaking* di dunia Islam kurang progresif. [4] Meskipun khitobah (*public speaking)* telah jaya secara praktis karena menjadi aktifitas rutin baik dalam ibadah sholat Jum'at maupun lainnya. Bahkan juga khutbah-khutbah dan ceramah di luar ibadah sholat secara umum dilakukan masyarakat Islam. Terlebih masyarakat Islam di Indonesia menjadikan kegiatan ceramah keagamaan (khutbah) menjadi bagian penting dalam berbagai momentum kehidupan.[5] Tidak

---

International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol.8, No.11, Nov, 2018, E-ISSN:2222-6990 http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v8-i11/4968

[4] Moe Albitar, "The Jewels of Rhetoric Jawahir Al-Balaghah Arabic Rhetoric Thesis Translation Project Case Study", UMI Disertation Publishing 2012. https://search.proquest.com/ openview/ 6caffe338cb14bc76deade1956b16cb8/ 1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y

[5] Julian Millie, "The situated listener as problem: 'Modern' and 'traditional' subjects in Muslim Indonesia", *International Journal of Cultural Studies* 16(3) 271 –288 © The Author(s) 2013 Reprints and

hanya khutbah dalam ibadah rutin Jum'atan, akan tetapi juga khutbah keagamaan dalam bentuk pengajian yang dilakukan dalam setiap momentum baik keagamaan, sosial bahkan perayaan mauun peringatan hari-hari besar Islam. Termasuk juga hari-hari bersejarah dalam etape kehidupan manusia (pernikahan, kehamilan, kelahiran, kematian) dan lainnya.

Balagah sebagai ilmu menjadi bagian dari ilmu bahasa, terdiri dari tiga struktur yaitu ma'ani, bayan dan badi'. Balaghah sebagai tradisi, secara praktis sudah dikenal masyarakat Arab sejak zaman pra-Islam melalui ungkapan syair-syair yang sangat digemari masyarakat Arab secara umum. Sebagai sebuah ilmu, balaghah lahir, mapan dan berkembang setelah Islam datang. Kemunculan ilmu balaghah kerap dihubungkan dengan tiga hal yang berkontribusi besar dalam pengembangan ilmu balaghah, yaitu: ilmu al-Qur'an, ilmu kebahasaan (*al-ulum al-lughawiyyah*) dan ilmu kesusastraan (*al-ulum al-adabiyah)*.[6] Pada periode Islam, balaghah semakin berkembang dan menjadi disiplin ilmu yang mandiri dalam kajian sastra bahasa. Diturunkannya kitab Suci

---

permissions: sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav DOI: 10.1177/1367877912474536 ics.sagepub.com

[6] Ali Asyri Zaid, *Al-Balaghah al-'Arabiyah ; Tarikhuha, Masadiruha Manahijuha* (Qahirah: Maktabah al-Adab, 2006), 11.

Al-Qur'an kepada Nabi Muhammad dalam bahasa Arab memberikan andil besar dalam perkembangan ilmu balaghah.

Kehadiran al-Qur'an dengan struktur bahasa yang indah, menjadi bagian penting dalam pengembangan ilmu balaghah. Keindahan bahasa Al-Qur'an merupakan mukjizat, tidak hanya menjadikan ahli sastra terkagum-kagum, namun juga membuat kaum musyrik Quraisy tertunduk mengakui keagungannya dan akhirnya mengimaninya.[7] Oleh karena itu kehadiran balaghah tidak bisa dipisahkan dari perjalanan dakwah Islam sejak awal sampai saat ini.

Keindahan bahasa dalam retorika Islam ditunjukkan baik dengan keindahan balaghah dalam Al-Qur'an sendiri, maupun juga pada setiap ucapan Nabi Muhammad yang selalu membuat daya tarik bagi manusia lainnya. Rasul mengajak umatnya ke jalan dakwah dengan bahasa yang indah, menyejukan, dan membuat nyaman serta menarik perhatian. Keagungan bahasa yang diucapkan oleh Rasulullah, juga diiringi oleh keagungan akhlaknya, sebagaimana digambarkan dalam al-Qur'an. Sosok Nabi adalah gambaran "al-Qur'an

[7] Di antara kalangan elit jawara Quraisy yang berpengaruh saat itu, Umar Ibnu al-Khathab masuk Islam setelah mendengar bacaan al-Qur'an. Umar memiliki naluri bahasa yang tinggi begitu terpesona dan sekaligus menundukkan keangkuhannya dan langsung mengimani al-Qur'an.Baginya bahasa al-Qur'an bukan hanya indah namun juga berkelas dan tidak mungkin didesain oleh manusia bahkan oleh penyair paling ulung sekalipun saat itu.

yang berjalan", demikian tutur Aisyah dalam sebuah riwayat. Keagungan akhlak beliau selalu menjadi daya pikat bagi siapapun yang menjadi teman ataupun lawan bicaranya.

Balaghah dan khithobah seperti dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan dalam kajian retorika. Peranan bahasa dalam proses khithabah atau dakwah demikian penting, baik dalam bahasa verbal maupun bahasa simbol dan juga bahasa tindakan. Bahasa adalah media utama dalam berkomunikasi dan menyampaikan pesan, termasuk pesan dalam dakwah. Termasuk "diam" sendiri merupakan bahasa pesan yang bisa ditafsirkan secara beragam, karena bahasa bukanlah sesuatu yang kosong dan obyektif. Bahasa melahirkan pesan yang dimaknai, bahasa bersifat subyektif, oleh karenanya bahasa melahirkan makna yang beragam. Makna bahasa bukan terletak pada kata, akan tetapi pada pikiran, *word not mind but people mind*, demikian ungkapan pakar komunikasi. Bahasa juga digunakan bukan hanya untuk menyampaikan pesan, maupun menjelaskan. Akan tetapi juga untuk membujuk, atau mempengaruhi.

Bahkan bahasa juga bisa digunakan untuk memanipulasi dalam berbagai ideology dalam membentuk pengaruh dan kekuasaan, baik kekuasaan ekonomi, sosial

maupun politik.[8] Hal itu dilakukan oleh berbagai segmen, baik dalam lingkup kecil maupun besar. Juga dalam berbagai posisi dan profesi, seperti kalangan politisi, advokat, bahkan juga agamawan / khatib/ muballigh dalam mempengaruhi, mengajak dan membujuk umatnya. Bahasa juga bukan hanya persoalan kata dan diksi, akan tetapi juga nada, jeda, pelan, meninggi, intonasi, rytme dan gaya yang juga berpengaruh dalam memaknai bahasa dan juga akibat yang ditimbulkannya.[9] Pemaknaan di balik bahasa, kata dan pesannya inilah yang menjadi bagian penting dalam kajian balaghah.

Pesan-pesan Islam sebagaimana digambarkan dalam al-Qur'an tidak hanya indah dalam susunan bahasanya, akan tetapi juga mudah dipahami perintahnya oleh manusia dengan berbagai tingkatan pemikirannya. Ada yang memaknai bahasa

---

[8] B.R.O.G Anderson, *Language and Power: Exploring Political Cultures in Indonesia* (New York: Cornell University Press, 1990), lihat juga Wening Udasmoro (ed), *Gerak Kuasa* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2020)

[9] Braj Mohan, A study of the use of persuasive strategies in Religious Oratory (This paper was presented at the International Conference of the Linguistic Society of India at CIIL, Mysore in Nov. 2013), *International Journal of Research* (IJR), Volume-1, Issue-2, March, 2014 Downloaded from www.internationaljournalofresearch.com

secara harfiyah, ada yang memaknai secara symbolic bahkan ada yang memaknai secara hakikat. Namun demikian meskipun daya tangkap manusia beragam dalam memaknai bahasa, secara umum manusia menyukai keindahan bahasa. Bahasa yang berkualitas, indah strukturnya, estetik kata-katanya dan juga etis dapat dirasakan melalui pendengaran manusia secara umum dari berbagai tingkatan. Balaghah tidak hanya mengkaji pemaknaan bahasa dan pesan akan tetapi juga mengkaji keindahan bahasa.

Secara istilah khutbah merupakan penyampaian pesan, nasehat agama. Dengan demikian khutbah bukan pidato biasa pada umumnya, akan tetapi pidato yang bersifat khusus. Dalam tradisi Islam khutbah biasa digunakan untuk kegiatan-kegiatan nasehat agama (Islam) dalam rangkaian ibada sholat, seperti sholat Jumat, Idul Fitri, Idul Adha, khutbah pada sholat kusuf, sholat khusuf, sholat istisqa. Selain itu dikenal juga penggunaan khutbah pada ibadah haji yaitu Khutbah wukuf di Arafah. Sedangkan di luar ibadah sholat dikenal juga istilah khutbah nikah yang biasa dibacakan pada saat akad pernikahan.

Secara umum khutbah lebih mengarah pada kewajiban agama sebagai bagian dari sarana komunikasi *public* dalam kerangka dakwah islamiyah. Dalam pelaksanaan khutbah

semua berdasar etika agama semata dalam pembicaraan, baik isi, maupun tata caranya diatur secara hukum agama. Meskipun para ulama berbeda dalam menetapkan syarat rukun khutbah, namun secara umum menyepakati secara substantif posisi dan isi khutbah khusunya pada sholat Jum'at. Khutbah dalam hal ini dimaksudkan sebagai mauizdah, seruan atau peringatan atau *adz-dzikru* (Hanafiyah). Khutbah juga dimaknai sebagai seruan atau ajakan untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah atau *al-Washiyyah bi al-ttaqwa* (Syafiiyah), atau juga diistilahkan sebagai *Tahzdir wa Tabsyir* (Malikiyah), al-Washiyyah bi al-taqwa (Hanabilah), atau *an-nashihat ad-diniyah* (Jakfariyah).[10]

Aturan syari'at terhadap khutbah dalam ibadah mahdhoh tidak hanya isi, khatib dan juga waktu yang berbeda, mitsal pada sholat Jum'at khutbah dilaksanakan sebelum pelaksanaan khutbah, sementara dalam sholat iedul Fitri dan Iedul Adha maupun sholat sunnah khusyuf dan kusuf dilaksanakan setelah sholat. Khutbah dalam ibadah mahdloh juga terikat oleh aturan syari'at bukan hanya bagi khatibnya sendiri juga pada jamaahnya. Aturan Khutbah pada *khithobah*

---

[10] Suparman Usman, " *Methodelogi Khutbah dalam Retorika Dakwah"*, *Jurnal Al-Qalam*, No 56/XI/ 1995. jurnal.uinbanten.ac.id DOI: http://dx.doi.org/10.32678/alqalam.v10i56.1541

Asy-Syar'iyyah atau khutbah dalam rangkaian ibadah *mahdloh* bukan hanya diatur soal tata caranya, isi bacaannya, bahkan waktunya juga pelakunya atau khatibnya dan juga jamaahnya.

Khotib juga harus memiliki kualifikasi dan persyaratan lainnya, karena akan berpengaruh pada diterima tidaknya rangkaian ibadah. Khatib menjadi bagian dari ibadah yang memiliki kedudukan penting dalam proses ibadah sebagaimana imam. Bila imam memimpin proses sholat, sedangkan khatib menjadi pemimpin nasihat keagamaannya. Dalam hal ini kedudukan keduanya berbeda namun bisa dilakukan atau dirangkap oleh imam sekaligus, namun terkadang juga dibedakan dilakukan oleh petugas masing-masing yang berbeda. Kualifikasi khatib lebih ditekankan pada kemampuan personal dalam memahami ilmu agama dan mampu menyampaikannya dengan kaifiat yang berlaku. Prasyarat khatib lainnya juga jelas dan tegas dari aspek jenis kelamin sebagaimana dipahami oleh mazhab fiqh secara umum.

Khutbah pada *khutbah asy-syar'iyyah* secara khusus bersifat terbatas dari aspek jamaah, yaitu internal umat Islam. Dalam hal ini khutbah difungsikan sebagai methode dakwah dalam penguatan kemanan dan ketaqwaan umat. Di samping itu khutbah *asy-syar'iyyah* bersifat terbatas dari segi jenis kelamin hanya dilakukan oleh kaum laki-laki. Sedangkan

kaum perempuan tidak boleh menjadi khatib sebagaimana tidak boleh menjadi imam sholat bagi laki-laki. Dibolehkan terkecuali bila perempuan menjadi imam dan khatib di hadapan kaum perempuan sendiri. Bahkan pada khutbah nikah yang bukan bagian dari ibadah sholat pun, pembacaan khutbah umumnya dilakukan kaum laki-laki. Dalam hal ini pihak pencatat nikah dari Kantor Urusan Agama (KUA) lazim membacakan khutbah nikah. Sementara perempuan hampir tidak pernah tampil dan masih menjadi perdebatan. Tidak heran ketika suatu waktu Musdah Mulia seorang tokoh feminis Indonesia tampil memberikan khutbah nikah, dan pernah menggegerkan jagad Indonesia.

Terlebih untuk menjadi khutbah dan imam sholat perempuan, hampir seluruh mazdhab fiqh tidak ada yang membolehkan perempuan. Meskipun dalam sebuah riwayat pernah tampil imam perempuan dari kalangan sahabiyah, yaitu Ummu Waraqah menjadi imam dan terdapat makmum laki-laki di dalamnya. Hadis ini sering menjadi dasar argument dari kalangan feminis.[11] Maka tidak heran ketika pada tahun 2005 dunia Islam "ramai" mengecam tindakan salah seorang tokoh feminis Amina Wadud yang tampil menjadi imam dan khatib

[11] Al-Fatih Suryadilaga, "Hadis-Hadis tentang Perempuan Sebagai Imam Sholat", *Jurnal Musawa*, Vol 10 No 1 Januari 2011.

dengan jamaah kaum laki-laki pada sholat Jumat di New York Amerika Serikat. Meskipun dengan alasan tidak ada kaum laki-laki yang memiliki kualifikasi untuk menjadi imam dan khatib di wilayahnya saat itu. Oleh karena aturan hukum syari'at dalam pandangan mazhab fiqh umumnya tidak memberikan celah bagi perempuan memimpin sholat dan khutbah di hadapan laki-laki.

Bahkan makmum atau jamaah khutbah dalam *khutbah syar'iyyah*, diatur sedemikian rupa yang terhubung dengan syarat-syarat melaksanakan ibadah sholat. Dari perspektif retorika, khutbah dalam sholat bersifat monolog dan menjadikan mad'u atau jamaah khutbah menjadi pasif dalam aturan syar'i. Di samping jamaah juga terkena aturan syari'at di mana ia wajib mendengarkan khutbah, dan tidak boleh ada gerakan maupun ucapan dan tindakan selama khutbah berlangsung karena dapat membatalkan sholat. Dalam hal ini jamaah menjadi komunikan yang tidak hanya pasif, akan tetapi juga harus taat dan hormat pada apa yang disampaikan khatib.

Khutbah berbeda dengan komunikasi ataupun pidato public pada umumnya yang harus melibatkan respon audience. Khususunya dalam *khutbah asy-syar'iyyah* yang berada dalam rangkaian ibadah sholat, tidak boleh terjadi komunikasi timbal balik dari audience, apalagi interupsi. Apapun yang

disampaikan khatib pada saat khutbah harus didengarkan baik-baik, meskipun tidak cocok atau kurang dipahami atau bertentangan dengan pandangan jamaah. Kontrol terhadap khatib hanya dapat dilakukan setelah proses khutbah dan sholat selesai, jadi respon audience atau timbal balik di sini bersifat tertunda.

B. Retorika Islam, Tradisi dan Perkembangannya

Perkembangan retorika di dunia Islam sebagaimana perkembangan dakwah itu sendiri yang bergerak pada setiap zaman dan tempat. Retorika Islam selalu hidup mengikuti gerak kehidupan, dengan demikian ia akan terus bergerak dan perubahan merupakan keniscayaan, demikian menurut Yusuf al-Qardhawi. Meskipun begitu agama sebagai dasar retorika tidak berubah dari segi prinsip-prinsip akidah, syariah, ibadah akhlak dan hukumnya tetap. Sedangkan yang mesti berubah adalah pengajaran dan dakwah kepada agama tersebut. [12] Retorika Islam menurut Yusuf Al-Qardhawi akan terus bergerak dan berubah sesuai dengan situasi, tempat dan zamannya. Retorika sebagaimana halnya pakaian, ada pakaian musim dingin dan juga pakaian musim panas dan seterusnya.

[12] Yusuf Al-Qardhawi, *Khithobuna al Islam*, h. 4.

Retorika Islam mengalami dinamika karena ia tidak berdiri sendiri. Ia menjadi bagian dari dinamika beragama dan dinamika relasi sosial antar manusia dengan lingkungan dan budayanya. Sebagaimana juga Al-Qur'an sendiri menunjukkan perubahan retorika, ada ayat-ayat makiyah dan ayat-ayat madaniyah, juga ada nasikh dan mansukh, ada qaul untuk semua umat dan ada qaul untuk kalangan khusus. Seperti panggilan khusus orang beriman, orang munafik, orang kafir dan lainnya.

Demikian juga dalam retorika Islam yang diajarkan Nabi meskipun prinsip ajaran dan dalil yang disampaikan sama, namun dalam retorika terdapat perbedaan. Retorika harus menyesuaikan dengan siapa dan kapan hal itu disampaikan, demikian juga dalam retorika ada hal-hal yang bersifat local ada juga retorika yang bersifat global. Termasuk ada retorika yang bersifat internal dan juga retorika dengan kalangan eksternal. Ada prinsip-prinsip dan etika umum yang harus dijaga untuk memelihara hubungan yang harmonis baik internal umat, antar umat maupun antar masyarakat dan bangsa.

Dalam konteks Indonesia, retorika mengalami dinamika. Seiring dengan perjalanan dakwah di nusantara, retorika dakwah bersentuhan dengan tradisi dan budaya

nusantara. Khususnya pada budaya Jawa, para penyebar Islam di Jawa (walisongo) menggunakan retorika yang berdaptasi dengan kultur masyarakat local saat itu, sehingga Islam bisa diterima oleh sebagian besar masyarakat. Bisa jadi retorika yang digunakan kala itu dengan retorika masa kini seiring dengan perubahan masyarakatnya. Termasuk perkembangan situasi social dan politik juga mempengaruhi retorika dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman.

Situasi di masa penjajahan dan setelah merdeka juga jelas berbeda. Demikian juga kebijakan politik keagamaan masa orde lama dan juga orde baru memiliki perbedaan, termasuk pada masa orde reformasi dan situasi politik serta rezim saat ini juga pastinya berbeda, oleh karena tantangan dan kebijakan dakwah yang berbeda. Pada masa Orde Lama misalnya, terjadi pertentangan antar kelompok yang masing-masing memperjuangkan ideologinya. Kelompok Islam yang memperjuangkan dan mendukung penerapan Piagam Madinah, sementara kelompok nasionalis yang melepaskan dari bayang-bayang agama sebagai ideologi negara, demikian juga kelompok Keristen yang menentang kelompok pengusung dan

pendukung piagam madinah, dan juga kelompok PKI yang memperjuangkan ideology komunis.[13]

Perbedaan konsep tersebut tidak hanya mewarnai hubungan eksternal umat Islam dengan yang lainnya, namun juga mewarnai narasi-narasi perjuangan masing-masing pada tingkat bawah, termasuk pada materi-materi khutbah dan ceramah keagamaan. Retorika dakwah baik yang berkembang pada ruang-ruang agama, maupun tulisan-tulisan di media saat itu demikian dinamik, dari persoalan ideologi negara, sampai persoalan gerakan keristenisasi, juga gerakan kelompok komunis, kelompok aliran kepercayaan dan juga gerakan kelompok sekuler. Problematika masyarakat yang dihadapi menjadi bagian dari tantangan dakwah yang dihadapi saat itu. Terlebih sikap pemerintah yang mencurigai kelompok Islam berdampak pada kehidupan dakwah di tengah masyarakat baik pada masa Orde Lama maupun Orde Baru.[14]

Pada masa awal Orde Baru misalnya kebijakan politik pemerintah yang kurang akomodatif terhadap kepentingan umat Islam sebagai mayoritas. Bahkan terjadi pembatasan

---

[13] Amos Sukamto, "Ketegangan Antar Kelompok Agama Pada Masa Orde Lama SampaiAwal Orde Baru: Dari Konflik Perumusan Ideologi Negara Sampai Konflik Fisik", *Jurnal Teologi Indonesai 1/1 Juli 2013*, 25-47.

[14] Muh. Syamsuddin & Muh. Fatkhan, "Dinamika Islam pada Masa Ore Baru", Jurnal Dakwah, Vol XI No 2 Juli-Desember 2010. http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/408/386

dalam mengekspresikan keyakinan agamanya, seperti larangan penggunaan pakaian muslimah di sekolah-sekolah umum pemerintah. Termasuk juga pembatasan pada gerakan dakwah, bahkan penangkapan terhadap para pendakwah yang tidak sepaham dengan pemerintah kerap terjadi. Retorika dakwah yang bersifat kritis, dapat terkena pasal berdasar pada Undang-Undang Subversif. Undang-undang yang digunakan untuk membungkan lawan politik, justru kerap menyasar para pendakwah yang berseberangan dengan pemerintah. Pelarangan dan hambatan perizinan bagi penyelenggaraan dakwah maupun khutbah yang dilakukan oleh tokoh-tokoh kritis kerap terjadi. Bahkan juga teror, intimidasi dan penjara adalah ancaman nyata yang menimpa tokoh-tokoh kritis. Sebagaimana dikisahkan A.M. Fatwa dalam buku Autobiografinya, untuk Demokrasi dan Keadilan (Jakarta, Kompas, 2019).

Penangkapan dan pembatalan bahkan pelarangan dakwah dan khutbah serta penangkapan beberapa pendakwah dilakukan rezim pemerintah Orde Baru. Terutama pada masa awal diterapkannya azas tunggal banyak memakan korban. Banyak Ustadh dan pendakwah yang menentang kebijakan tersebut tidak hanya dipersulit dalam izin dakwahnya, namun juga banyak di antaranya yang masuk penjara. Ranah

keagamaan dan dakwah mendapatkan imbasnya, oleh karena ruang dakwah dan mimbar dakwah menjadi corong dan media perjuangan.

Retorika dakwah yang kritis menjadi batu sandungan bagi para pendakwah saat itu. Maka tidak heran kalau rezim Orde Lama dan Orde Baru dikenal memiliki rekam jejak menghambat jalannya dakwah, setidaknya itu yang didokumentasikan harian republika pada salah satu reportertasenya.[15] Meskipun pada masa periode akhir kekuasaan Orde Baru melakukan perubahan haluan terhadap kebijakan politiknya yang mulai akmodatif terhadap kelompok dan kepentingan umat Islam. Di antaranya dengan lahirnya ICMI yang disuport pemerintah. Serta keberadaan Yayasaan Amal Bakhti Muslim Pancasila oleh pemerintahan Soeharto dengan mendirikan masjid di banyak tempat turut andil terhadap perkembangan dakwah di tanah air.

Pada era reformasi retorika dakwah semakin dinamik, seiring dengan tumbuh suburnya gerakan keagamaan transnasional yang bebas bergerak dan berkembang di tanah

[15] Muhammad Subarkah, "Orde Lama, Orde Baru: Menghalangi Dakwah pada Masa Lalu", Khazanah Republika, 4 Desember 2019. https://republika.co.id/berita/q1xrcq385/orde-lama-orde-baru-menghalangi-dakwah-pada-masa-lalu

air. [16] Bila sebelumnya keragaman gerakan keagamaan dan dakwah berbasis lokal nusantara, seperti NU, Muhammadiyah, Persis, Al-Washliyah, Al-Irsyad dan banyak lainnya. Pada periode reformasi tumbuh dan berkembang gerakan keagamaan dan kelompok organisasi dakwah yang semula bekembang di negara luar. Pada era ini mulai berkembang dengan mendapatkan tempat dan pendukungnya di Indonesia. Di antaranya muncul kelompok Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) yang kemudian dilarang pada rezim pemerintahan Jokowidodo. Ada juga kelompok Salafi dan Wahabi, dan ada juga kelompok Jamaah Tabligh dan masih banyak lainnya. [17]

Masing-masing kelompok memiliki narasi dan retorika dakwah yang beragam dalam mensyiarkan Islam. Meskipun semua dalam kerangka syiar Islam, namun masing-masing kelompok mengusung ideologi keagamaannya dengan retorikanya masing-masing. Ada yang selalu mensosialisasikan konsep khilafah alam retorika dakwahnya, sebagaimana yang dilakukan HTI. Ada juga yang terus mensosialisasikan kembali ke sunnah dan purifikasi sebagaimana dilakukan kelompok

---

[16]Abdul Basit, "The ideological fragmentation of Indonesian Muslim students andda'wa movements in the post-reformed era" Indonesian Journal of Islam and Muslim SocietiesVol. 6, no.2 (2016), pp. 185-208, doi: 10.18326/ijims.v6i1. 185-208

[17] Ahmad Syafii Mufid (ed), *Perkembangaan Faham Keagamaan Transnasional Di Indonesia* (Jakarta: Balitbang Kemenag RI, 2011)

salafi dan juga Wahabi. Sementara yang lain juga ada yang mengusung kembali ke sunnah dan simbolic semangat tabligh dan berjamaah, sebagaimana yang dilakukan kelompok Jamaah Tabligh.[18] Bahkan belakangan ada juga kelompok yang mengusung dakwah Islam Nusantara, yaitu kelompok Nahdhatul Ulama (NU).

Demikian kontek sosial politik dan perkembangan kelompok keagamaan di Indonesia memiliki pengaruh pada retorika dakwah yang dinamic di tanah air. Saat ini tema besar dakwah dalam konteks kehidupan beragama di tanah air adalah gerakan dakwah moderasi beragama yang digaungkan oleh pemerintah dan isosialisasikan sampai tingkat bawah. Politik identitas keberagamaan yang tidak hanya berbasis pada peradaban dan *local wisdom*, namun juga mengambil jalan tengah dari gerakan keagamaan yang cenderung ke "kiri" (kelompok sekuler) dan juga yang cenderung ke "kanan" (Islamis, konservatif). Narasi-narasi public lainnya yang digaungkan padarezim ini adalah Slogan-slogan, "saya Pancasila", "NKRI harga mati", "Keragaman dan kebhinekaan" kembali diusung dan menghiasi narasi-narasi

[18] Umdatul Hasanah, Keberadaan Kelompok Jamaah Tabligh dan Reaksi Masyarakat (Perspektif Teori Penyebaran Informasi dan Pengaruh), *Jurnal Indo Islamika*, Vol 4 No 1, 2014. http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/indo-islamika/article/view/1559

public. Bahkan juga ada kelompok “yang seolah memaksakan” dalam narasi keagamaan dan aktifitas dakwah.

Ironisnya muncul kelompok-kelompok yang merasa benar sendiri menafsirkan Pancasila dan kebhinekaaan, NKRI dan lainnya dengan bersembunyi di balik narasi-narasi di atas, namun anehnya digunakan untuk menghakimi kelompok lainnya. Masih kuat di ingatan public, beberapa waktu yang lalu marak gerakan “persekusi” terhadap ustadh / pendakwah, terjadi penolakan secara sepihak terhadap beberapa ustadh, [19] misalnya penolakan ustadh Abdul Shomad di beberapa tempat, sehingga harus membatalkan safari dakwahnya di Hongkong dan juga di beberapa wilayah Jawa Tengah. Termasuk juga penolakan terhadap dakwah Ustadz Felix Siauw di beberapa tempat dan juga Ustadz Bachtiar Nasir, oleh kelompok tertentu.

Sikap tidak terpuji terhadap penolakan yang dilakukan oleh oknum yang bersembunyi di balik tameng pembela “NKRI” bersikap seperti kelompok “islamphobia” terhadap pengaruh kuat tokoh-tokoh di atas yang semakin mendapat tempat di hati jamaah. Tokoh-tokoh yang mendapat penolakan

---

[19] Lihat Harian Republika, Mengapa Ustadz Shomad Dipersekusi, Khazanah Republika, 3 September2018. https://republika.co.id/berita/peh1v9377/mengapa-ustaz-somad-dipersekusi. Lihat juga

di atas memiliki jamaah yang besar pada setiap dakwahnya baik secara virtual maupun nyata. Sikap penolakan tersebut menjadi hantu dan batu sandungan bagi perjalanan dakwah pada rezim ini. Terlebih setelah dikeluakannya beberapa peraturan yang membatasi kebebasan berekspresi dan berdemokrasi. Seperti Perpu no 12 tahun 2017 tentang pembubaran ormas radikal, pembubaran HTI adalah salah satu kelompok yang dibidik dengan Perpu ini. Muncul lagi pembatasan lain tentang kebijakan yang mengatur Majelis Taklim berdasarkan PMA No 29 tahun 2019. Kedua aturan ini melahirkan pro dan kontra, sebagian kalangan memandang sebagai pembatasan bagi kebebasan dan demokrasi. Demikian gambaran situasi politik internal dalam negeri mempengaruhi aktifitas tidak hanya perjalanan dakwah namun juga terhadap narasi dan retorikanya yang dibatasi oleh kebijakan politik dalam negeri.

Demikian juga perkembangan dan situasi sosial, politik, kemanusiaan dan juga keagamaan di dunia akan berdampak pada perubahan retorika di tingkat global. Retorika Islam tidak mungkin menutup diri dari dinamika dunia dan perkembangan budaya global, termasuk juga dalam hubungannya dengan agama dan budaya lainnya. Gagasan pentingnya penggunaan retorika *washatiyah* atau moderat

adalah retorika yang harus dikembangkan oleh masyarakat muslim, demikian pandangan Yusuf al-Qardhawi.[20] Retorika yang moderat sebagai jalan tengah yang menjaga marwah dakwah di satu sisi dengan keteguhan prinsipnya yang kokoh, dan relasi yang baik dengan sesama manusia beserta peradabannya. Retorika *washatiyah* bisa berjalan bila diiringi dengan sikap inklusif, terbuka terhadap dunia luar dan dengan pemeluk agama lainnya. Sehingga ajaran Islam yang ramah, "*rahmatan lil 'alamin*" bisa diterima dan tersebar ke berbagai penjuru.

Retorika Islam atau Khithobah Islam memiliki keragaman formatnya, khithobah dalam Islam terdiri dari dua macam. Pertama, khithobah dalam rangkaian ibadah *mahdloh* (*Khithobah syari'yyah*) yaitu khutbah yang masuk dalam rangkaian sholat yang diatur secara ketat dalam hukum syari'at, sebagaimana dijelaskan di atas. Retorika di atas memiliki skup internal sebagai nasehat dan pembinaan keimanan dan ketakwaan ke dalam barisan umat. Kedua, merupakan khithobah di luar ibadah *mahdloh*, yaitu khithobah yang berarti pidato dalam makna ceramah keagamaan yang dilakukan di luar rangkaian ibadah sholat (*Khithobah ghair*

[20] Yusuf al-Qardhawi, *Khithobuna al-Islam*….., 6

syar'iyyah). Ia bersifat terbuka skupnya menyangkut internal dan juga eksternal.

Bila khithobah dalam rangkaian ibadah sholat terikat oleh aturan hukum syari'at dalam segala sesuatunya. Sedangkan khutbah di luar sholat atau nasehat, ceramah, tidak diatur secara ketat dalam hukum syariat. Ia diatur dalam etika Islam secara umum dan juga etika social. Menurut Buya Hamka, dan juga M. Natsir memahami etika agama dan juga kemakrufan atau etika dan hal kebaikan yang dipahami dan diterima secara umum di masyarakat harus dipahami secara baik oleh pendakwah.[21] Aspek-aspek tradisi dan kearifan local menjadi salah satu aspek yang harus mendapat perhatian pendakwah.

Khitobah jenis kedua ini atau yang di luar ibadah sholat banyak lagi ragamnya, seperti pidato, ceramah kegamaan dalam berbagai momentumnya, seminar, pengajaran, dialog, debat, theatrikal –seni islami, pembacaan syair-syair Islami dan kisah dramatikal yang semuanya bertujuan pada syiar Islam. [22] Jenis khithobah ini tidak terikat ketat dalam aturan syari'at, bersifat terbuka dan bebas dalam isi, gaya, diksi

---

[21] Lihat, Hamka, Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah Islam (Jakarta: Gema Insani, 2018) 134. Lihat juga M. Natsir, Fiqhud Dakwah (Jakarta: Capita Selecta, 1996, cet ke-10), 132.

[22] YusufAl-Qardhawi, *Khithobuna al-islam*, , 12. Lihat juga A Hasymy, *Dustur Dakwah dalam Al-Qur'an*, 150

maupun struktur komposisinya. Meskipun demikian terdapat aturan yang bersifat umum dilakukan berdasarkan etika agama dan etika social yang dipraktekan dalam pidato, ceramah maupun tabligh yang berlaku secara umum. Berikut komposisi yang umum berlaku pada *khithobah syar'iyah* dan *khithobah ghair syar'iyyah*.

Khithobah Asy-Syar'iyyah	**Khithobah Ghair Syar'iyyah**
– Dimulai dengan basmalah – Tahmid atau pujian pada Allah – Shalawat – Syahadat – Amma Ba'du – Mengawali ajakan untuk bertaqwa pada Allah – Nasehat / pesan – Doa – Penutup	- Salam & penghormatan - Pujian dan sholawat - Pengantar - Urian /Isi ceramah - Kesimpulan - Penutup, terkadang juga dilanjutkan dengan Do'a

Susunan di atas merupakan sistematika yang berlaku secara umum, meskipun terkadang tergantung situasi dan suasana. Pada khithobah *ghair syari'yyah* tidak bersifat baku dan kaku, bahkan tergantung style penceramahnya, ada yang mengawali dengan lagu, sholawat bahkan juga cerita, atau pantun. Dalam khithobah jenis ini bukan semata-mata menyampaikan atau menyebarkan ajaran agama. Namun juga menghidupkan suasana dan membangkitkan perhatian dan daya tarik audience menjadi bagian penting yang tidak

terpisahkan. Sehingga kerap ada penceramah yang menghibur dengan cerita-cerita maupun gaya yang lucu, semisal Ustadz kang Ibing, Ustadz Cepot dari Jawa Barat, dan juga masih banyak lainnya. Respon audience menjadi perhatian penting dalam kajian retorika yang biasa diterapkan dalam jenis *khithobah ghair syar'iyyah.* Bahkan respon audience baik saat berlangsungnya khithobah maupun perubahan setelahnya menjadi salah satu indicator yang menunjukkan kesuksesan atau kegagalan orator atau penceramah.[23]

Khithobah *ghair syar'iyyah* bersifat terbuka bisa dilakukan untuk kalangan internal Muslim maupun non-muslim. Khithobah jenis ini juga bisa dilakukan kapan saja tidak terikat oleh tempat dan waktu. Bahkan dalam konteks Indonesia semua peristiwa kehidupan manusia baik personal maupun social, menjadi momentum penting dan diisi dengan kegiatan ceramah agama. Terlebih pada peristiwa keagamaan atau hari-hari besar Islam, ceramah atau *khithobah ghair syar'iyyah* menjadi sajian wajib. Demikian juga kegiatan-kegiatan pengajian, kajian, taklim yang bersifat rutin yang tidak terlepas dari ceramah keagamaan (*Khithobah ghair syar'iyyah*) dengan ragam formatnya.

---

[23] Jalaluddin Rahmat, *Retorika Moderen* (Bandung: Rosdakarya, 2004) cet ke-9

Keterbukaan sifat khithobah jenis yang kedua ini juga responsive gender, tidak terbatas pada jenis kelamin tertentu. *Khithobah ghair syar'iyyah* memberikan peluang besar bagi kaum perempuan terlibat aktif di dalamnya sebagaimana halnya juga kaum laki-laki, baik sebagai penceramah meskipun di hadapan laki-laki tidak ada larangan dan biasa dilakukan di Indonesia. Banyak Ustadzah atau muballighah yang tampil memberikan tausiyah, ceramah, kajian atau pengajian di hadapan jamaah laki-laki sudah umum dilakukan. Terlebih untuk menjadi jamaah, kaum perempuan sangat mendominasi kegiatan pengajian majelis taklim di berbagai tempat.[24] Keterbukaan dan fleksibility lainnya pada jenis khithobah ini juga dari aspek tempat, ia dapat dilaksanakan di mana saja, dari masjid, musholla, rumah, lapangan, studion, hotel, perkantoran dan tempat-tempat lainnya.

C. Retorika Dakwah Islam dan Media Kontemporer

Penyebaran Dakwah Islam mengalami perkembangan bukan hanya dari aspek sebaran wilayahnya, akan tetapi juga mengalami perkembangan dari segi media dakwah yang

[24] Umdatul Hasanah, Majelis Taklim Perempuan dan Pergeseran Peran Publik Keagamaan Pada Masyarakat Perkotaan Kontemporer, Disertasi Sekolah Pascasarjana UIN syarif Hidayatullah Jakarta, 2016. http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40967

digunakan. Bila pada masa dahulu dakwah dilakukan melalui media tradisional, dari mimbar ke mimbar, bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya, di samping juga melalui media tulisan. Surat, buku-buku, Koran maupun majalah dengan symbol dan spirit Islam menjadi bagian penting dalam penyebaran dakwah. Demikian juga munculnya media-media Islam serupa di tanah air, tidak hanya menjadi alat perjuangan politik perlawanan terhadap penjajahan dan membangkitkan semangat nasionalisme, namun juga sekaligus menjadi media dakwah yang mencerdaskan. Melalui media tulis dapat menjangkau public muslim maupun non muslim yang lebih luas. Dialektika pemikiran keislaman dari tokoh-tokoh bangsa dan tokoh-tokoh Islam mewarnai media-media Islam di nusantara, seperti Jurnal al-Moenir, Suara Muhammadiyah, Majalah Pembela Islam, Al-Muslimun, Kiblat dan lainnya.[25]

Seiring dengan perkembangan media kontemporer, syiar dakwah juga memanfaatkan momentum perkembangan tersebut. Saat ini dakwah menyebar luas di banyak Negara, bahkan kajian Islam saat ini sangat digandrungi di dunia Barat di tengah derasnya gempuran kelompok Islamophobia. Islam menjadi salah satu agama yang perkembangannya cukup

---

[25] AS. Pamungkas, "Mediatisasi Dakwah, Moralitas Publik dan Komodifikasi Islam di Era Neoliberalisme", *Jurnal Ma'arif*, Vol 13 No 1, 2018 jurnal maarifinstitute.org/index.php/maarif/article/view/12/6

signifikan di Eropa, seperti Inggeris, Perancis dan Jerman. Perkembangan media informasi dan komunikasi menjadi bagian penting yang turut andil dalam pekembangan dakwah. Melalui peran media syiar Islam menembus batas wilayah geografis melalui konten-konten dakwah yang berkembang baik di media massa maupun media baru (new media).

Kini dakwah tidak hanya mewarnai ruang-ruang keagamaan sebagai basis utamanya, namun juga memasuki ruang-ruang public, melalui media, baik media massa maupun media baru (New Media). Perkembangan media baru kini mengalahkan media massa cetak dan elektronik. Media baru yang berbasis pada Internet dengan support smartphone memiliki berbagai fiturnya turut andil menyuguhkan konten-konten dakwah dengan beragam pilihannya. Media baru dengan krakteristiknya yang tidak hanya cepat, terbuka namun juga lebih sulit dikontrol. [26]

Sebelum berkembangnya New Media (medsos) seperti saat ini, media massa telah lebih dahulu mengalami masa kejayaannya yang panjang. Setidaknya sejak media massa ditemukan, di awali dengan media cetak, kemudian berkembang media elektronik audio dan audio visual. Selain

---

[26] Martin Lister, (et al), *New Media Acritical Introduction Second Edition* (London & New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2003), 9

radio, Televisi yang dikenal sebagai kotak ajaib memiliki dampak besar dalam transformasi sosial budaya, ekonomi bahkan politik. Televisi telah merubah budaya masyarakat menjadi budaya instan. Apapun yang disuguhkan televisi seolah menjadi rujukan dan pembenaran. Moralitas tidak lagi menjadi ukuran, sebab terkalahkan oleh popularitas yang telah menjadi budaya.[27]

Ironisnya seseorang yang terkena kasus hukum sekalipun, setelah masuk televisi ditokohkan dan masyarakat lupa dengan kasusnya semula, bahkan dieluk-elukan. Di tengah situasi demikian budaya bangsa dan budaya agama akan terdistorsi bila tidak ada counter. Informasi dan publikasi yang berimbang sangat urgent dilakukan, salah satunya informasi dan edukasi yang berbasis pada budaya dan identitas bangsa dan juga agama. Media massa menjadi tantangan sekaligus juga peluang dakwah.

Ketergantungan masyarakat pada informasi media khususnya televisi sebelum munculnya media baru, begitu tinggi, seakan sudah menjadi kebutuhan utama, untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti informasi, publikasi, hiburan, edukasi dan control sosial. Lima hal di antara fungsi

---

[27] Masduki & Muzayyin Nazarudin (ed), Media, Jurnalisme dan Budaya Populer (Yogyakarta: UII Press, 2008), 109.

media massa (TV) ini meskipun tidak merata di antara masing-masing fungsi tersebut, ada yang porsinya sangat dominan dan ada juga yang porsinya kecil dalam media, salah satunya adalah acara keagamaan. Di banding dengan acara hiburan dan informasi, acara keagamaan hanya mengambil jam tayang yang singkat antara satu sampai dengan 2 jam. Dengan waktu menggunakan jam tayang pagi hari, pada saat orang bersiap beraktifitas atau bahkan masih banyak yang tidur. Meskipun tidak menggunakan jam-jam istimewa (prime time), namun acara keagamaan tetap memiliki segmentasinya sendirinya. Khususnya kalangan majelis taklim atau kelompok pengajian yang rela mengantri mendaftar untuk ikut hadir pada siaran langsung acara keagamaan di Televisi.[28]

Acara keagamaan telah mewarnai media televisi di Indonesia, setidaknya sejak zaman TVRI sebagai stasiun televisi milik pemerintah dan juga menjadi stasiun televis tertua di negeri ini. TVRI pertama kali mengudara tanggal 24 Agustus tahun 1962. Baru pada tahun 1989 / 1990 muncul RCTI dan SCTV dan kemudian bermunculan TV swasta lainnya. Dakwah melalui televisi sudah mulai dilakukan sejak

---

[28] Umdatul Hasanah, Majelis Taklim Perempuan dan Pergeseran Peran Publik Keagamaan Pada Masyarakat Perkotaan Kontemporer, Disertasi Sekolah Pascasarjana UIN syarif Hidayatullah Jakarta, 2016. http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40967

awal kehadirannya. Melalui media ini ceramah tokoh-tokoh besar Islam seperti Buya Hamka, Kosim Nurseha, Tutty Alawiyah, Suryani Tahir, Zainuddin MZ dan banyak tokoh lainnya dapat disaksikan melalui layar kaca. Dakwah melalui media ini tidak hanya disimak oleh kalangan internal umat Islam namun juga umat di luar Islam.

Penggunaan media public sebagai media dakwah yang dilakukan oleh Buya Hamka di TVRI saat itu misalnya, tidak hanya memberikan pemahaman di kalangan internal umat Islam tentang ajaran agamannya, namun juga umat luar Islam bisa mengenal ajaran Islam. Banyak non Muslim justru tertarik dan menggandrungi ceramah Buya Hamka lewat layar kaca. Hal itu disebabkan bukan hanya karena penguasaannya terhadap materi yang disampaikan, akan tetapi juga oleh cara dan bahasa yang mudah dipahami dan nyaman dihati dan pendengaran serta logika pemirsa TVRI. [29] Komposisi retorika dakwah dari ethos, pathos dan logos telah melekat dalam retorika dakwah Buya Hamka. Di samping juga tafakkuh *fiddin, tafakkuh finnas* dan *tafakkuh fil alam*, sebagaimana kaidah dakwah telah menyatu dalam dirinya.

---

[29] Muhammad Hafil, "Bahasa Hamka Bagi Iman Beda", Harian Republika 16 Juli 2018. https://republika.co.id/berita/pby1yx430/bahasa-hamka-bagi-iman-beda

Perkembagan dakwah di media massa televisi semakin marak, setelah munculnya televisi swasta di awal tahun 1990 an, RCTI, SCTV lalu TPI dan LATIVI, AN-TV, INDOSIAR, TRANS-7, Trans-TV, Metro TV, TV-ONE serta lainnya, juga memberikan porsi siaran bagi acara-acara keagamaan dan syiar dakwah dengan ragam kemasannya. Baik dalam bentuk ceramah monolog, dialog, bahkan juga dengan kemasan yang mengabungkan dakwah dan hiburan, atau dakwah dalam kemasan pertunjukan atau hiburan "dakwahtainment".[30] Terlepas dari pro dan kontra terhadap perkembangan dakwahtainmen. Syiar dakwah di layar kaca menjadi semakin luas sebarannya. Media televisi tidak hanya mengenalkan public dengan ceramah-ceramah tokoh agama yang sudah dikenal karena kiprahnya di tanah air, namun juga mengenalkan publik dengan Ustadz-Ustadz baru yang popular melalui media.

Media memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan dakwah dalam satu sisi, pesan-pesan agama semakin luas tersosialisasikan. Media menjadi sumber informasi dan juga edukasi bahkan juga refrensi. Di sisi lain, media memiliki selera dan budayanya yang kerap berbeda

---

[30] Dicky Sofyan, " Gender Constructio in Dakwahtainment: A case Study of Hati ke Hati Bersama Mamah Dedeh", *Jurnal al-Jami'ah,* Vol 50 No 1, 2012.

dengan dakwah di dunia nyata. Media dengan ideologi industrinya bahkan kepentingan termasuk kepentingan pasar. Sehingga menjadikan agama seolah menjadi “casing” atau sekedar memenuhi selera atau komoditas pasar. Pada media massa, otoritas pemilik dan pemirsa menjadi bagian penentu bagi tayangan melalui ratting. Bahkan terkadang ukuran standar-standar kualifikasi keilmuan dan kompetensi pendakwah sebagaimana teori retorika dan juga ilmu dakwah terkalahkan dengan teori pasar. Sehingga ulama atau orang yang benar-benar ahli karena kurang terekspose media, tersalip oleh popularitas. Dengan demikian maka media tidak bias dijadikan rujukan fatwa atau nasehat, bahkan tidak bisa mengalahkan dakwah konvensional yang diasuh oleh pendakwah yang kredibel dan otoritatif dengan (Ethos) tetap menjadi penentu.

Industrialisasi media mendorong secara langsung maupun tidak semua produksi media dalam kepentingan pasar, termasuk kemasan acara dakwah. Meskipun pendakwah di televisi memiliki stylenya masing-masing akan tetapi tidak bisa menepis aturan main yang diterapkan media. Media memiliki otoritasnya dalam mengelola dan mengatur acara bahkan penampilan dan pakaian sang Ustadz. Tidak jarang Ustadz menjadi bagian *endorse* atau iklan dari pihak seponsor.

Artinya penampilan pendakwah dan aturan-aturan lain di media berbeda dengan ruang dakwah di masyarakat pada umumnya. Termasuk tema-tema yang disajikan serta method yang dilakukan dan setingan lainnya mengikuti aturan main sang produser acara.

Saat ini kedigdayaan televisi mulai meredup seiring dengan hadirnya media baru yang semakin massif. Ketergantungan terhadap media baru dengan sajian dan pilihan-pilihan fitur yang lebih bervariatif, ada sajian media social dengan variasinya, youtube, Instagram, line Watsap dan banyak lainnya. Media baru tidak hanya menjadi media informasi, komunikasi juga media edukasi, control social dan juga eksisitensi diri.[31] Keterbukaan media baru memberikan ruang dan kesempatan kepada semua orang untuk berekspresi dan berbagi tentang banyak hal, baik berupa kebaikan maupun keburukan, begitu juga kebenaran maupun kepalsuan dan berita bohong atau hoaks. Publik semakin disuguhkan dengan banyak menu pilihan sesuai dengan seleranya. Kebebasan yang tidak terkendali dalam media baru menjadikan wibawa, otoritas dan etika mulai kehilangan kekuatannya, terkalahkan oleh kebebasan dan pilihan pasar. Followers dan hatters

[31] Martin Lister, (et al), *New Media Acritical Introduction Second Edition* (London & New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2003)

kebaikan dan keburukan seolah berlomba dalam media ini yang hanya dipagari oleh Undang-undang IT yang masih lentur.

Demikian juga halnya yang terjadi pada dunia dakwah pada media baru. Dalam satu sisi keberadaaan media ini menjadikan peluang besar, semakin tersosialisasikannya dakwah ke bilik-bilik rumah, peribadi-peribadi yang sebelumnya tersekat. Dakwah dapat semakin terbuka dan bisa disimak oleh semakin banyak orang. Demikian juga subyek atau pelaku dakwah semakin terbuka, bila selama ini hanya tokoh-tokoh populer "bernama" yang menguasai media sesuai dengan selera media. Kini siapapun bisa masuk menjadi pendakwah selama ia memiliki pengikut. Banyak Ustadz-Ustadzah yang memiliki kapasitas ilmu dan kompetensi memadai bisa tampil secara terbuka melalaui laman medsos. Melalui medsos ketokohan Ustadz yang memiliki kapasitas semakin cepat terbentuk, menyebar dan popular.

Melalui media baru banyak muncul pendakwah fenomenal yang dibesarkan media sosial. Seperti Ustadz Abdul Shomad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Halid Basalamah, Ustadz Bahtiar Natsir, Ustadz Gus Baha yang pakar dalam bidang agama dan banyak lainnya. Mereka merupakan Ustadz-Ustadz yang otoritatif dan pakar dalam bidang ilmu agama. Dengan

pemahaman ilmu agama yang luas dan rekam jejak keilmuan yang jelas, serta kualifikasi dan karakteristik personal yang bagus, memiliki ethos atau kredibilitas yang kuat dalam persepektif rektorika. Melalui media sosial ketokohan serta keluasan ilmunya banyak diserap oleh public secara masif. Kebesaran dan kepopuleran mereka semakin tersiar luas melalui media sosial. Demikian juga media sosial mengenalkan banyak Ustadz-Ustadz muda yang berjasa dalam perkembangan dakwah dengan basis kalangan muda, seperti Ustadz Salim Fillah, Felix Siauw, Hannan At-Taqi dan banyak lainnya yang aktif melakukan dakwah melalui media sosial. Mereka memiliki banyak followers / jamaah baik di dunia media sosial maupun dunia nyata.

Seiring dengan perkembangan media kontemporer seperti media social, menjadikan geliat dakwah di suatu tempat cepat menyebar dan diikuti d tempat –tempat lainnya. Komunitas dakwah di kalangan anak muda yang saat ini popular, salah satunya adalah komunitas hijrah. Gerakan dakwah kalangan muda yang popular melalui media social ini awalnya muncul dari Kota Bandung yang dikenal dengan nama *Shift*. Gerakan yang motori Hanan At-Taqi, dan kawan-kawan melahirkan gerakan serupa berkembang di banyak kota-kota besar maupun kecil. Keberadaan komunitas ini menginspirasi

kaum muda lainnya mengembangkan dakwah di kalangan muda. Bahkan juga menyentuh kalangan mantan-mantan preman dan kalangan yang kerap bergelut dengan dunia hitam. Kelompok yang sebelumnya hampir tidak terjamah oleh gerakan dakwah konvensional. Sudah barang tentu retorika dakwah yang dilakukan kalangan ini berbeda dengan kalangan masyarakat biasa.

Di samping melahirkan Ustadz-Ustadz yang jelas rekam jejaknya dan otoritatif dan kredibel. Media baru juga melahirkan Ustadz-Ustadz baru yang "abu-abu atau abal-abal" yang tidak jelas rekam jejaknya dan diragukan ethos dan kapasitasnya. Bahkan kerap menggunakan retorika cacian, hinaan dan kata-kata kasar yang tidak layak digunakan sebagai bahasa dakwah. Oleh karena memiliki banyak followers mereka tetap eksis meskipun tidak otoritatif. Dakwah di media baru semakin kehilangan kontrol yang justru kerap mereduksi makna dakwah itu sendiri. Beragam narasi dan retorika yang berkembang di media sosial, berpacu antara kebenaran dan kepalsuan, kebaikan dan keburukan yang masing-masing memiliki followersnya dan juga sekaligus hattersnya. Ironisnya Ustadz yang mengajarkan kebaikan dan kebenaran tidak terlepas dari hatters (pembenci). Sebaliknya orang yang

menyebarkan keburukan, kebencian dan fitnah juga banyak memiliki followers.

Pergeseran makna dan otoritas agama terjadi ketika agama atau dakwah dimediatisasikan. Bila sebelumnya pendakwah adalah orang-orang tertentu yang memiliki kualifikasi, setidaknya ada ukuran-ukuran yang berlaku secara umum di masyarakat, baik dari latar belakang pendidikan, keilmuan, maupun pengalamannya. Namun tidak demikian dengan media baru, ia memiliki budayanya yang berbeda dengan budaya dakwah pada dunia nyata. Di mana tokoh agama begitu dihormati, dikagumi dan diteladani secara personal, petuahnya selalu diikuti dan tidak ada yang berani membantah apalagi mencaci maki. Namun kenyataan hari ini di media baru kerap menemukan cacian dan makian yang ditujukan kepada tokoh-tokoh agama yang mulia. Bila belajar secara langsung pertemuan Ustadz dan jamaah dalam majelis merupakan sarana pembelajaran karakter, etika dan juga keberkahan ilmu. Berbeda dengan mengaji melalui media, di mana subyek / da'i sulit mengontrol obyek dakwah / mad'u.

Terjadi problematika ketika agama dan dakwah dilakukan melalui media, oleh karena media kontemporer mengusung budaya yang berbeda. Menurut Irwan Abdullah, setidaknya ada tiga budaya yang dikembangkan oleh media

termasuk dalam hubungannya dengan agama di era pasca kebenaran (*Post Truth*). Pertama, media memiliki budaya mengedepankan citra, sehingga agama yang dimediatisasikan hanya berkutat pada kebenaran atau kebaikan yang "dicitrakan", bukan pada subtansi. Citra agama menjadi menarik, menyentuh dan penuh drama, bukan subtansi yang butuh pemikiran secara mendalam. Hal itu juga terkait dengan budaya media berikutnya yang kedua, yaitu *speed* (kecepatan), sehingga agama tidak sempat dikaji atau dipikirkan secara mendalam, karena terus selalu berganti tema, oleh karena dalam setiap kecepatan terkandung harga di media. Budaya media yang ketiga adalah *repeatation* atau pengulangan, bila dilakukan pengulangan itulah kebenaran. Kebenaran bukan terletak pada sebuah hakikat kebenaran, akan kebenaran adalah apa yang diulang-ulang dan sering menjadi perbincangan di media, seolah-olah itulah kebenaran. [32]

Media menjadi dunia baru tempat kompetisi antara kebaikan dan keburukan, antara kebenaran dan kepalsuan. Dalam satu sisi ia menjadi peluang bagi dunia dakwah semaakin luas dan terbuka. Namun di sisi lain ia juga menjadi tantangan agar dakwah tetap pada jalurnya yang benar sesuai

[32] Irwan Abdullah, Agama dan Budaya di Era Post Truth, Webinar-Drakor IAIN Kendari, 17 Mei 2020.

dengan kaifiat yang diajarkan oleh Rasulullah. Meskipun secara methodelogi dan retorika mengalami perkembangan dan pembaharuan pada banyak sisi. Bukan berarti menghilangkan substansi dan marwah serta pondasi dakwah yang benar berdasarkan tuntunan al-Qur'an dan Sunnah, agar tetap kokoh dan tidak terbawa arus zaman yang mudah menyimpang.

Kehadiran media baru menjadi sarana da'wah yang yang efektif , hal ini menjadi tantangan sekaligus juga peluang bagi para pendakwah dalam menyebarkan kebenaran, kebaikan. Media baru menjadi sarana yang mencerdaskan, mengedukasi, tidak hanya bagi internal umat akan tetapi juga bagi masyarakat luas. Ajaran Islam dapat dikenal, dan dipahami dengan baik dalam membangun kehidupan yang maslahat dan bermartabat. Hal itu dapat terjadi bila yang memanfaatkan dan mengembangkan media adalah orang-orang yang tidak hanya berkompeten namun juga bermoral. Para Da'I di antara kelompok tersebut, menjadi bagian penting dalam memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan, kebaikan dan kebenaran ajaran Islam melalui media.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

Abdul Aziz, Jum'ah Amin. (2001) *Ad-Da'wah: Qawa'id wa Ushul*. Mesir: Dar al-Da'wah.

Al-Mahfoezd, Ki Moesa. 1975. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Bulan Bintang.

Al-Mahfuzh, Ali. 1975. *Hidayatul Mursyidin.* Kairo: Dar al-Mishri.

Al-Qardhawi, Yusuf. 2004. *Khithabuna al-Islami fi Ashr Al-Aulamah*. Kairo: Dar Asy-Syuruq.

Al-Qardhawi, Yusuf. 2004. *Retorika Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Al-Zarkasyi. 1957. *al-Burhan fi Ululm al-Qur'an*. Libanon: Dar Ihya al-kutub. Juz 1.

Ash-Shobbaagh, Muhammad. 1400 H. *Min Shifat Ad-Daaiyah* Damaskus: Al-Maktab Al-Islami.

Astrid Susanto, Phil. 1982. *Komunikasi Kontemporer.* Jakarta: Bina Cipta.

Asyri Zaid, Ali. 2006. *Al-Balaghah al-'Arabiyah ; Tarikhuha, Masadiruha Manahijuha.* Qahirah: Maktabah al-Adab.

Badrutamam, Nurul. 2005. *Dakwah Kaloboratif Tarmizi Taher.* Jakarta: Grafindo.

Djunaisih S. Sunarjo. 1983. *Komunkasi, Persuasi dan Retorika*. Yogyakarta: Liberty.

Hamka, 2018. *Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah*. Jakarta: Gema Insani Pres.

Hasanah, Umdatul. 2017. *Majelis Taklim Perempuan dan Perubahan Sosial*. Magelang: Ngudi Ilmu.

Hasymy, Dustur. 1994. *Dakwah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.

Isma'il R. Faruqi, *Tauhid*. 1995. Bandung: Pustaka Hidayah.

Karim Zaidan, Abdul. 2001. *Ushul al-Dakwah*. Beirut: Risalah.

Katsir, Ibnu. 1992. *Tafsir al-Qur'an al-Adzim.* Dar Thaybah. Juz 2.

Lister, Martin. (et al). 2003. *New Media Acritical Introduction Second Edition*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group.

M. Natsir. 1981. *Fiqh Dakwah*. Kuwait: International Islamic Federationof Student Organizations.

Madjid, Nurcholish. *Islam Kemoderenan dan Keindonesiaan*. Bandung: Mizan.

Martin Lister, (et al). 2003. *New Media Acritical Introduction Second Edition*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Masduki & Muzayyin Nazarudin (ed), 2008. Media, *Jurnalisme dan Budaya Populer*. Yogyakarta: UII Press.

Mustahafa Ya'kub, Ali. 2008. *Sejarah dan Methode Dakwah Nabi*. Jakarta: Pustaa Firdaus.

Nasih Ulwan, Abdullah. 2001. *Silsilah Madrasat ad-Du'at: Fushul al-Hadifah fi Fiqh al-Da'wah wa al Daiyah.* Kairo: Dar al Islam.

Philip K Hitti. 2006. *The History of Arabs.* Jakarta: Serambi.

Rahmat, Jalalauddin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Retorika Moderen Pendekatan Praktis*. Bandung: Rosda Karya.

Safnil. 2020. *Pengantar Analisis Retorika Teks*. FKIP UNIB. Cet ke-3.

Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati. Jilid 2.

Sholih, Muhammad. 2015. *Tsaqofah al-Daiyah wa Atsaruha fi ad-Dakwah*, Tesis: Jamiah al-Ribath al-Wathoni.

Stephen W. Littlejhon & Karen A Foss, *Theories of Human Communication*, (Singapore: Cengage Learning, 2008.

Stephen W. Littlejhon & Karen A Foss, *Theories of Human Communications*.

Syafii Mufid, Ahmad. 2011. (ed), *Perkembangaan Faham Keagamaan Transnasional di Indonesia*. Jakarta: Balitbang Kemenag RI.

Taymiyah, Ibnu. 1398 H . *Majmu al-Fatawa*. Saudi: at-Thab'ah as-Su'udiyah. Juz 15.

Uchyana, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Karya.

William Covino and David Jolliffe. 1995. ed., *"What Is Rhetoric?" Rhetoric: Concepts, Definitions, Boundaries*. Boston: Allyn & Bacon.

Wuwur. 1991. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Yahya Oemar, Toha. 1998. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Wdjaya.

Yatim, Badri. 2008. *Sejarah Peradaban Islam; Dirasah Islamiyah II*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

2. Jurnal

A.S. Pamungkas, "Mediatisasi Dakwah, Moralitas Publik dan Komodifikasi Islam di Era Neoliberalisme", *Jurnal Ma'arif*, Vol. 13 No. 1, 2018

Abdul Mannan, Hafidz. *Al-Manhaj al-Athifi wa Ahamiyatuhu fi ad-Dakwah ila Allah.* (Jurnal Ilmiyah Terakreditasi: Al-Bashiroh) Jilid 7. Vol 1.

Ahmad Zaini, Peranan Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam, (Jurnal STAIN Kudus Community Development), Edisi Juni 2016. Vol. 1. No. 1.

Aminuddin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Jurnal Al-Munzir), Edisi Mei 2016. Vol. 9 No. 1.

Braj Mohan, "*A Study of the Use of Persuasive Strategies in Religious Oratory", International Journal of Research* (IJR), Volume-1, Issue-2, March, 2014 www.internationaljournalofresearch.com.

Daniel J. Kapustu & Michelle A. Schwarze, "The Rhetoric of Sincerity: Cicero and Smith on Propriety and Political Context", *American Political Science,* February 2016 doi:10.1017/S0003055415000581c©American Political Science Association 2016.

Gegory Starrett, "Violence and Rhteoric of Images", *Cultural Anthropology Journal*, Vol. 18, No 3, 2003, pp 398-428. http://www.jstor.co.idHendrikus,

Higgin C. Higgins, C., & Walker, R. (2012). Ethos, Logos, Pathos: Strategies of persuasion in social/environmental reports. *Accounting Forum*. https://doi.org/10.1016/j.accfor.2012.02.003

Irwan Abdullah, *Agama dan Budaya di Era Post Truth*, Webinar-Drakor IAIN Kendari, 17 Mei 2020.

Irzum Farihah, Irzum. *Pengembangan Karier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah*, (Jurnal Libraria), Edisi Januari-Juni 2014. Vol. 2 No. 2.

Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, *Kajian Retorika untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*, Dosen Program Studi. Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" (Yogyakarta, Januari-April 2014), Vol. 12, No. 1.

Kent Hughes, "*The Anatomy of Exposition: Logos, Ethos, and Pathos*" *The Southern Baptist Journal of Theology*, 1999-cst-media.s3.amazonaws.com

Moeryanto Ginting Munthe, *Propaganda dan Ilmu Komunikasi*, Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta, Desember 2010), Vol. II, No. 2.

Mshvenieradze, Tamar. *"Logos Ethos and Pathos in Political Discourse", Theory and Practice in Language Studies,* Vol. 3, No. 11, pp. 1939-1945, ISSN 1799-2591 November 2013© 2013 ACADEMY PUBLISHER Manufactured in Finland.doi:10.4304/tpls.3.11.1939-1945

Muh. Syamsuddin & Muh. Fatkhan, "Dinamika Islam pada Masa Ore Baru", Jurnal Dakwah, Vol XI No 2 Juli-Desember 2010.http://ejournal.uinsuka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/vie w/408/386

Noviyanto, Kholid. *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku dan Perilaku Memilih Penceramah*, (Jurnal Komunikasi Islam) Edisi Juni 2014. Vol. 4. No. 1.

Nurwahidah Alimuddin, Konsep Dakwah Islam, (Jurnal Hunafa), Edisi Maret 2007 Vol. 4 No. 1.

Per Fjelstad, "Restraint and Emotion in Cicero's De Oratore: Philosophy and Rhetoric", Vol. 36, No. 1, 2003. Copyright © The Pennsylvania State University.

Rahmat, Jalaluddin. *"Prinsip-Prinsip Komunikasi Menrut Al-Qur'an*' dalam Jurnal *Audentia*, Vol. 1 No. 1 Tahun 1993, h. 35.

Rajiyem. *Sejarah dan Perkembangan Retorika*, Jurnal *Humaniora*, Vol. 17 No. 2 Juni 2005.

Rakhmawati, Isina. *Kontribusi Retorika dalam Kominkasi Dakwah Realisasi atas Pendekatan Stelistika Bahasa Bahasa*, (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam), Edisi Juli-Desember 2013 Vol. 1. No.2.

Rita Copeland, "Pathos and Pastoralism:Aristotle's Rhetoricin Medieval England" *Speculum* 89/1 (January 2014), 113-114. doi:10.1017/S0038713413003576.

Simon, Niklas. "*Investigating Ethos and Pathos in Scientific Truth Claims in Public", Media and Communication* (ISSN: 2183–2439) 2020, Volume 8, Issue 1, Pages 129-140DOI: 10.17645/mac.v8i1.2444Article.

Sofyan, Dicky." Gender Constructio in Dakwahtainment: A case Study of Hati ke Hati Bersama Mamah Dedeh", *Jurnal al-Jami'ah,* Vol. 50 No. 1, 2012.

Suardi. *Urgensi Retorika dalam Perspektif Islam dan Persepsi Masyarakat*, (Jurnal An-Nida ISSN 24071706), Edisi Desember 2017 Vol.41. No.2.

Sukamto, Amos. “Ketegangan Antar Kelompok Agama Pada Masa Orde Lama SampaiAwal Orde Baru: Dari Konflik Perumusan Ideologi Negara Sampai Konflik Fisik”, *Jurnal Teologi Indonesai 1/1 Juli 2013*.

Syafriani, Desi. *Hukum Dakwah Dalam Al-Quran dan Hadis*, (Jurnal Kajian Keagmaan dan Kemasyarakatan), Edisi Januari-Juni 2017. Vol. 1.

Umi Faizah dan Kundharu Saddhono, *Retorika Dakwah Imperatif sebagai Pembentuk Karakter Mahasiswa*, (Universitas Sebelas Maret: Agustus, 2015) Vol. 5 No. 5 Jurnal Komunikasi Islam.

Usman, Suparman” *Methodelogi Khutbah dalam Retorika Dakwah”*, *Jurnal Al-Qalam*, No. 56/XI/1995. jurnal.uinbanten.ac.id DOI: http://dx.doi.org/10.32678/alqalam.v10i56.1541

Zahriyal Falah, Riza. *Etika Dakwahtainment dalam Masyarakat Multikultural*, (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam), Edisi Desember 2016 Vol. 4. No. 2.

BIODATA PENULIS

Umdatul Hasanah, Lahir di Serang-Banten 1970. Menyelesaikan Studi Doktor (S3) Bidang Dakwah dan Komunikasi di UIN Jakarta tahun 2016. Sebelumnya menyelesaikan Sarjana juga dalam bidang Dakwah di IAIN Jakarta tahun 1994, dan studi Pasca Sarjana bidang Studi Islam di UM Jakarta tahun 2003. Mengawali Karir sebagai dosen PNS sejak tahun 1996 di Fakultas Dakwah IAIN /UIN Raden Intan Lampung tempat pertamanya mengabdi. Sejak tahun 2005 berpindah tugas sebagai dosen di IAIN/UIN SMH Banten pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin & Dakwah IAIN /UIN SMH BANTEN. Saat ini diberikan amanat sebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan pada Fakultas Dakwah UIN SMH BANTEN.

Selain aktif mengajar, juga meneliti dan telah menghasilkan beberapa karya ilmiah buku di antaranya : Retorika Dakwah Kontemporer, 2020. Majelis Taklim Perempuan dan Perubahan Sosial, tahun 2017. Ilmu dan Filsafat Dakwah, tahun 2014. Pendakwah Perempuan Pada Masa Nabi SAW, tahun 2016. Kehidupan Keagamaan Perempuan di Balik jeruji Besi tahun 2016. Ulama Perempuan Banten, 2017. Database Perlindungan Perempuan dan Anak di Banten tahun 2017/2018.

Serta hasil penelitian yang telah di publikasi di Jurnal. Beberapa di antaranya : Kyai, Politics and Dakwah Patterns reading Political Narratives in Religious Spaces, Jurnal al-Qalam 2020. Majelis Ta'lim and the shifting of Religion Public Role in Urban Areas, Ilmu Dakwah Academic Journal for Homiletes Studies, Vol 13 No 1, 2019. Keberadaan Kelompok Jamaah Tabligh dan Reaksi Publik (Persektif Teori Penyebaran Informasi dan Pengaruh, Jurnal Indo-Islamika, No 1 2014 . Partisispasi Perempuan Di Ruang Publik Perpektif Islam, Jurnal Studi Gender dan Anak , Volume 2 Nomor 1 , 2015. Konvergensi antara Tradisionalitas dan Modernitas pada Majelis Taklim, Jurnal Studi Gender Vol 3 no 2, 2015. Busana Muslimah dan Dakwah , Jurnal Al-Fath, 2009. Pesantren Tradisional dan Industrialisasi, Jurnal Telaah, No 1, 2009. Komunitas Harakah pada Masyarakat Urban, Jurnal al-Qalam, 2010. Transformasi Nilai-Nilai Sosial Keagamaan Pada Masyarakat Industri, Jurnal Telaah, No I, 2012. Rohis Model Dakwah di Kalangan Remaja, Jurnal Telaah, no 1, tahun 2013. Majelis Taklim : Eksisitensi dan Karakteristiknya (Studi di Kota Cilegon), Jurnal Tazkiya, 2013.

Di samping itu Penulis juga aktif dalam organisasi sosial kemasyarakatan dan keagamaan dan organisasi Profesi, di antaranya : Anggota Dewan Pakar ICMI Orwil Banten 2018-2023. Anggota Dewan Pakar Kaukus Perempuan Parlemen Banten 2014-2019. Anggota Dewan Pakar Asosiasi Penyiaran Islam Indonesia (ASKOPIS), 2017-2020. Ketua Komisis PPRK MUI Propinsi Banten 2018-2020, Sekretaris MUI Cilegon 2019-2024. Sekretaris Komisis PPRK MUI Propinsi Banten 2016-2018. Ketua Komisi PPRK MUI Cilegon, 2010-2015. Anggota Dewan Pendidikan Kota Cilegon, 2007-2010. Pengurus P3KC 2005-2010. Pengurus Wanita Islam (WI) Propinsi Banten 2014-2017. Juga membina beberapa Majelis Taklim di Banten.

DAFTAR INDEKS

Abdullah, 119, 190, 191, 194, 197
Agama, 47, 146, 148, 162, 167, 191, 197, 199
Akal, 100, 139
Al-Faruqi, 140
Amin, 36, 44, 45, 89, 91, 97, 112, 192
Arab, 45, 51, 62, 64, 121, 136, 137, 151, 153, 155
Aristoteles, 3, 4, 13, 14, 17, 90, 117, 118, 128, 132, 141, 144, 151
Dakwah, 4, 29, 35, 36, 38, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 52, 54, 55, 58, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 74, 75, 77, 80, 81, 83, 85, 96, 97, 103, 107, 108, 110, 112, 119, 122, 127, 128, 137, 139, 141, 147, 149, 160, 167, 169, 175, 178, 179, 182, 187, 189, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199
Demokrasi, 168
Ethos, 17, 117, 128, 129, 131, 142, 148, 185, 196, 197, 198
Etika, 67, 68, 199
Filosof, 13
Hamka, 81, 110, 175, 183, 193
Hasanah, 171, 178, 182, 193
Hikmah, 71, 72, 143
Hukum, 40, 199
Ikhlas, 92
Indeks, 201
Indonesia, 154, 158, 162, 165, 170, 171, 177, 178, 182, 194
Islam, 1, 18, 19, 36, 37, 38, 40, 43, 45, 46, 47, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 65, 67, 68, 70, 74, 80, 81, 85, 88, 89, 91, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 105, 117, 119, 121, 124, 128, 130, 131, 132, 133, 137, 139, 141, 142, 146, 147, 148, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 158, 159, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 169, 170, 173, 174, 175, 177, 178, 179, 183, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199
Jalaluddin Rahmat, 12, 21, 27, 101, 125, 139, 177
Khutbah, 63, 159, 160, 161, 163, 199
Klasik, 11, 19

Komunikasi, 4, 17, 21, 66, 67, 68, 78, 79, 85, 101, 117, 118, 126, 128, 130, 139, 141, 193, 194, 195, 197, 198, 199
Kontemporer, 66, 178, 182, 193
Little Jhon, 28
Logos, 17, 129, 131, 139, 141, 142, 148, 196, 197
M. Natsir, 36, 94, 108, 119, 122, 175, 193
Metode, 69, 70
Modern, 154
Muhammad, 18, 35, 41, 42, 43, 44, 52, 57, 64, 74, 83, 136, 145, 156, 169, 183, 192, 194
Natsir, 35, 36, 94, 108, 119, 122, 175, 187, 193
Negara, 167, 179, 199
New Media, 180, 186, 193, 194
Onong Uchyana, 4, 17, 21, 31, 118, 125, 126
Orator, 16
Pathos, 17, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 142, 196, 197, 198
Penceramah, 117, 198
Pendakwah, 117, 121
Persuasive, 196
Politik, 10, 78, 79, 171, 197
Quraisy Syihab, 109
Rasulullah, 19, 45, 46, 49, 51, 52, 55, 56, 57, 60, 64, 65, 70, 82, 88, 90, 102, 103, 107, 120, 132, 135, 136, 145, 156, 192
Risalah, 35, 46, 193
Sahabat, 146
Sophis, 4, 12
Sosial, 79, 193, 197
Tradisi, 164
Umar, 58, 136, 156
Yusuf Al-Qardhawi, 72, 74, 81, 152, 164
Zaidan, 46, 50, 51, 120, 193