

Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah

Asriadi

Fakultas Ushuluddin dan Komunikasi Islam IAIM Sinjai

Email: asriadiaccy92@gmail.com

Abstract

Processing rhetoric or language style that we use in delivering a message in the form of speeches, lectures and others to mad'u. The author discusses how rhetoric as a science of communication in da'wah, using the method used in this study using the method or library research approach. Rhetorically speaking means speaking or speaking / preaching in public places there are several things that must be paid attention to by the communicant in order to know, be able and able to master about "rhetoric" both formally, informally as well as technically for the sake of effective communication in establishing his propaganda. Because what is expected from the results of communication is how the audience can respond to what the contents of the material in the da'wah presented by the communicator. Where minimal rhetoric has ethos, phatos, and logos. Communicating the message of the communicator should design the message in such a way that it can attract the attention of the audience, the message should be able to reveal the cues of the same experience with the audience so that they are easy to understand, and the message should be able to offer a way that is relevant to the overall situation where all groups of audiences are stranded.

Keywords: Rhetoric, Communication, Message of Da'wah

Abstrak

Retorika pengolahan atau gaya bahasa yang kita gunakan dalam penyampaian suatu pesan dalam bentuk pidato, ceramah dan lainnya kepada mad'u. penulis membahas tentang bagaimana retorika sebagai ilmu komunikasi dalam berdakwah, dengan menggunakan metode yang digunakan dalam kajian ini menggunakan metode atau pendekatan kepustakaan (library research). Retorika secara dacar berarti berbicara secara tutur atau berpidato/dakwah di tempat umum ada beberapa hal yang haru di perhatikan oleh komunikan agar mengetahui, mampu dan dapat menguasai tentang "Retorika" baik secara formal, non-formal begitu pula secara tekhnik demi terciptanya komunikasi efektif dalam dakwahnya. Karena yang diharapkan dari hasil komunikasi tersebut adalah bagaimana khalayak dapat merespon apa isi materi dalam dakwah yang disajikan oleh komunikator. Dimana retorika minimal memiliki ethos, phatos, dan logos. Penyampaian pesan dakwah komunikator hendaknya merancang pesan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian khalayak, pesan hendaknya mampu mengungkap isyarat-isyarat pengalaman yang sama dengan khalayak sehingga mereka mudah memahaminya, dan pesan hendaknya dapat menawarkan satu jalan yang relevan dengan situasi menyeluruh dimana semua kelompok khalayak terkafer.

Kata Kunci: Retorika, Komunikasi, Pesan Dakwah

A. Pendahuluan

Semua orang dapat berbicara, tetapi tidak semua orang dapat berbicara dengan lancar dan menarik didepan umum. Apalagi kalau berbicara dan menjadi pusat perhatian dalam suatu acara resmi maupun tidak resmi. Kita harus menyajikan isi dari suatu materi yang disajikan memerlukan teknik-teknik tersendiri dan hal tersebut dapat di pelajari. Oleh karena itu, belajar berbicara di depan publik lebih banyak memusatkan perhatian *bagaimana* kita berbicara atau menyamaikan gagasan, bukan pada *apa* yang kita katakan.

Setiap orang memiliki cara dan gaya masing-masing dalam berbicara. Situasi, kondisi dan kepada siapa kita berbicara juga menuntut ketrampilan untuk membedakan gaya dan cara kita berbicara. Penggunaan ketrampilan berbicara terus berkembang menyesuaikan zaman dan perubahan trend yang terjadi di masyarakat. Setiap Dai punya gaya bicara dakwah yang berbeda satu sama lain. Perbedaan gaya ini adalah satu upayah untuk menyesuaikan gaya yang disukai pendengar, sehingga pesan yang disampaikan mampu diterima dengan baik oleh pendengar (Hasanah & Usman, 2020).

Komunikasi adalah suatu hubungan intraksi penyampaian yang kita lakukan setiap harinya, jika komunikasi tidak tahu apa yang di sampaikan komunikator maka retorika yang akan kita sampaikan akan sia-sia. Sedangkan, ilmu dakwah itu sendiri tidak bisa lepas dari retorika karena seorang da'i (komunikator) untuk mengajak masyarakat dia harus memiliki gaya bahasa mereka sendiri yang mudah di cerna msyarakat, karena apa yang di sampaikan oleh da'i akan selalu di perhatikan cara penyampainya. Apabila komunikator menyampaikan pesan dan penerima pesan memberikan umpan balik kepada pihak pengirim, maka hal ini boleh dikatakan telah terjadi komunikasi dua arah yang efektif. Suatu putaran komunikasi yang berjalan tuntas, maka pesan mengalir dari pengirim kepada penerima pesan dan kembali kepada pengirim pesan dalam proses komunikasi (Asriadi, 2020).

Retorika menjadi kegiatan untuk menarik perhatian orang lewat kepandaian berbicara, khususnya berbicara didepan umum. Dengan demikian peran retorika sangat besar dalam menyampaikan informasi. Demikian pula dalam menyampaikan pesan-pesan yang sarat dengan nilai agama (dakwah), di perlukan Al-Munzir Vol. 13. No. 1 Mei 2020

kepandaian retorika yang handal. Dalam menyampaikan pesan Islam, agar apa yang disampaikan dai/mubalig mendapat perhatian oleh pendengar, pesan-pesan tersebut harus menarik perhatian masyarakat (attractive) dan penyampainnya pun harus aktual (Hasanah & Usman, 2020). Seorang mubalig tidak hanya di tuntut memiliki kemampuan dan kepandaian dalam pengetahuan, tetapi juga di tuntut untuk memiliki kemampuan dan kepandaian dalam peranan dakwah melalui ucapan bi al-lisan. Dalam aktivitas dakwah peran ulama mempunyai peranan penting dan menentukan keberhasilan seorang da'i untuk menyampaikan kebenaran dalam agama Islam, dan harus memiliki kepandaian dan kemampuan untuk menyampaikan kepada mad'u dan diterima dengan baik (Septian, 2020)

Dakwah merupakan kewajiban ubudiyah umat Islam baik secara individual maupun kelompok. Perjalanan dakwah sejak zaman Rosulullah SAW sampai sekarang telah melalui suatu proses yang sangat panjang dengan segala peristiwa yang melatarinya. Namun demikian yang perlu dicermati dari setiap era sejarah dakwah di dunia Islam adalah zaman rosulullah karena Rosul telah membuat dakwah Islam menjadi maju dan berwibawa. Kata kunci Dakwah terkait dengan mengemban dan mengamalkan Risalah Islam, mengajak ke kebaikan (al-Khair) dan melaksanakan amar ma'ruf dan nahi mungkar. Sedangkan sistem tata kelolanya, usaha dakwah dalam artian luas tersebut memerlukan Tajdid, baik yang bersifat pemurnian maupun pembaharuan.(Abdullah, 2010)

Dalam penelitian (Anwar, 2016) Penerapan Retorika Dalam Dakwah KH Yahya Zainul Ma'arif di Ponpes Al-Bahjah Cirebon menunjukkan bahwa retorika dalam dakwah yang beliau gunakan terbilang bagus, dikemas dengan menarik sehingga materi dakwah dapat tersampaikan dengan benar. Dakwah yang beliau gunakan bersifat informasi dan edukasi. Dakwah beliau tanpa paksaan, namun dengan ketegasan, dan kesederhanaan beliau dalam menyampaikandakwah bisa menjadi daya tarik yang luar biasaterhadap jamaah. Kemudian (Rafiq, 2015) mengungkapkan urgensi retorika dalam aktivitas dakwah bahwa, retorika menjadi suatu keharusan bagi pendeta untuk dapat melaksanakan misi dakwah secara tertib, terencana, terstruktur, dikonsepsi, dan systematic. Many ayatayat Al-Qur'an menyebabkan pengkhotbah untuk menggunakan retorika yang baik(khitbah fannul) untuk melakukan aktivitas dakwah. Dalam surah An-Nahl ayat 125, Allah

menjelaskan bahwa, kegiatan dakwah harus dilakukan dengan hikmah, mauizah dan Mujadilah. Sehingga dalam tulisan atau penelitian yang terdahulu ini menjadi rujukan dalam pembahasan yang penulis teliti, sekaligus juga sangat berbeda dalam tema dan topik pembahasan yang diangkat oleh penulis tentang retorika sebagai ilmu komunikasi dalam berdakwah.

B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam kajian ini menggunakan metode atau pendekatan kepustakaan (*library research*), Studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian (Zed, 2014). Dalam penelitian studi pustaka setidaknya ada empat ciri utama yang penulis perlu perhatikan diantaranya : Pertama, bahwa penulis atau peneliti berhadapan langsung dengan teks (nash) atau data angka, bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan. Kedua, data pustaka bersifat “siap pakai” artinya peneliti tidak terjun langsung kelapangan karena peneliti berhadapan langsung dengan sumber data yang ada di perpustakaan. Ketiga, bahwa data pustaka umumnya adalah sumber sekunder, dalam arti bahwa peneliti memperoleh bahan atau data dari tangan kedua dan bukan data orisinil dari data pertama di lapangan. Keempat, bahwa kondisi data pustaka tidak dibatasi oleh runga dan waktu (Zed, 2014).

Berdasarkan dengan hal tersebut diatas, maka pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan menelaah dan/atau mengeksplorasi beberapa Jurnal, buku, dan dokumen-dokumen (baik yang berbentuk cetak maupun elektronik) serta sumber-sumber data dan atau informasi lainnya yang dianggap relevan dengan penelitian atau kajian (Supriyadi, 2016). Sehingga tulisan ini difokuskan mengupas tentang seputar dakwah dalam ilmu komunikasi, bagaimana retorika sebagai ilmu komunikasi yang tidak bisa dilepaskan kemudian diimpelentasikan dalam dakwah dan bentuk tulisan ini adalah kajian pustaka.

C. Hasil dan Pembahasan

C.1 Dakwah Islam di Indonesia

Dakwah adalah suatu proses yang kompleks. Proses dakwah terjadi karena adanya interaksi antara sejumlah unsur, dimana unsur-unsur yang dimaksud meliputi; da'i (komunikator) atau penyampai pesan dakwah, mad'u (komunikan) penerima pesan dakwah, lingkungan dan sarana/media dakwah. Unsur-unsur tersebut merupakan sebuah sistem yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lainnya dalam suatu aktivitas dakwah. Setiap muslim senantiasa berada dalam kisaran fungsi dan misi risalah melalui media dakwah, baik ke dalam maupun ke luar lingkungan umat Islam, dengan memperhatikan akidah, akhlak, dan ketentuan lainya yang intinya sesuai dengan konsep Islam (Saefudin, 1996).

Dakwah Islam yang damai dan bijak terhadap budaya dan kearifan lokal ternyata menjadi salah satu kunci keberhasilannya. Jika dulu, sekitar lima ratus tahun yang lalu, Sunan Kalijaga mengajarkan Islam di Nusantara dengan cara yang unik melalui kesenian wayang kulit, maka di era sekarang metode dakwah beliau harus dilanjutkan. Khususnya adalah spirit cerdas membaca budaya dan perkembangan. Tujuannya satu yakni untuk menciptakan generasi bangsa yang cinta agama dan negara.

Kegiatan berdakwah dewasa ini atau zaman now amat dibutuhkan eksistensinya oleh karena berbagai hal, yakni: Mencegah pemurtadan, maraknya budaya barat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, tongkat estafet menuju era kegemilangan Islam, Dewasa ini, pemanfaatan teknologi media sosial sangat santer menyentuh berbagai lapisan masyarakat Indonesia, mulai dari masyarakat perkotaan hingga masyarakat yang ada dipedesaan yang ada dipelosok nun jauh di sana. Usia remaja hingga menginjak dewasa hampir dapat dipastikan pernah mengecap berbagai macam media sosial yang tersedia, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Youtube ataupun WhatsApp. Beragam media ini sangatlah baik jika digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti contohnya adalah berdakwah.

C.2 Retorika adalah Ilmu Komunikasi

Asal retorika di zaman klasik, dari abad ke-5 sampai abad 1 sebelum masehi, didominasi oleh usahausaha untuk medefenisikan dan mennyusun peraturan dari sni retorika. Guru-guru pengembara disebut *sophist* megajarkan

seni berdebat di kedua sisi pada sebuah kasus intruksi retorika palig awal di Yunani.

Zaman pertengahan (400-1400 Masehi) memandang kajian retorika yang berfokus pada permasalahan penyusunan dan gaya retorika. On Cristian Doctrine, dalam bukunya ia berpendapat bahwa penceramah harus dapat mengajar, menyenangkan dan bertindak konsepsi Cicero terhadap kejiwaan dari seorang orator (Littlejohn & Foss, 2009).

Model Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik, yang sering juga disebut model retorik (Wenburg & Wilmot, 1973). Filosof Yunani, Aristoteles adalah tokoh paling dini yang mengkaji komunikasi, yang intinya adalah persuasi. Ia berjasa dalam merumuskan model komunikasi verbal pertama. Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Tepatnya, ia mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu pembicara, pesan, dan pendengar.

Fokus komunikasi yang ditelaah oleh Aristoteles adalah komunikasi retorik, yang kini lebih dikenal dengan sebutan komunikasi publik atau pidato. Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda, argument anda, dan dengan memainkan emosi khalayak. Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif dalam komunikasi public meliputi, isi pidato, susunannya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan melalui pidato itu kedalam suatu keadaan emosi tertentu (Mulyana, 2000).

Ada lima bagian yang harus di perhatikan dalam retorika yaitu *invention* (penemuan), *arrangement* (pengaturan), *style* (gaya), *delivery* (penyampaian) dan *memory* (ingatan).

a) *Invention* (penemuan) : penemuan akan argumen yang meyakinkan.

Menurut Jalaluddin Rakhmat, kredibilitas tidak melekat pada diri pembicara (komunikator), tetapi terletak pada persepsi khalayak tentang pembicara. Kredibilitas itu sama dengan persepsi khalayak tentang komunikator, maka kredibilitas dapat di bangun. Salah satu komponen yang penting dari kredibilitas adalah otoritas (Olii, 2008).

Memberikan kesan pertama pada khayalak memanglah tidak mudah, seorang komunikator nilai pertama yang dilihat oleh pendengar adalah latar belakang komunikator, kemudian cara dan isi yang di sampaikan kepada khalaya dengan jujur dan sopan. sehingga komunikator harus memberikan suatu yang istimewa agar dapat menarik perhatian khalayak. Dengan kata lain komunikator harus memiliki harga jual yang dapat di lihat oleh khalayak, atau lebih tepatnya (wibawa). Sehingga dapat khalayak tertarik pada komunikator pada kesan pertama dan Pendengar tertarik pada pembicara karena mereka tahu anda berbicara untuk kepentingan mereka.

- b) *Arrangement (pengaturan)* : melakukan organisasi untuk material sehingga hasil meyakinkan.

Aristoteles yang hidup sebelum masehi, menulis retorika (kepandaian berbicara) yang menyatakan bahwa terdapat tiga poin utama sebagai dasar dalam berbicara adalah topik yang dibicarakan, siapa yang di ajak bicara dan menyusun menurut urutan awal, tengah dan akhir (Olii, 2008). Bagaimana menyusun berdasarkan awal, tengah dan akhir?

Bagian awal, berfungsi untuk menarik minat pendengar, dan memperkenalkan topik yang di bicarakan, secara lebih mendalam lagi. *Bagian tengah*, berfungsi untuk menyajikan topik yang di bicarrakan, secara lebih mendalam lagi. Di bagian inilah, semua informasi dituangkan untuk mendukung topiknya. *Bagian akhir*, berfungsi untuk merangkum topik yang di bicarakan, kedalam fakta-fakta yang menguatkan (Olii, 2008).

Dari ketiga poin diatas adalah cara bagaimana kita menyusun, mengelola, dan mengorganisasikan isi dari pesan yang akan siarkan atau di sampaikan sehingga pendengar tertarik untuk mendengar pembicaraan lebih lanjut, pendengar makin berminat untuk mendengarkan pembicaraan sampai selesai dan pendengar terkesan oleh bagian penutup tersebut, ada hasilnya, ada kelanjutannya.

- c) *Style (gaya)* : pemilihan bahasa yang tepat.

Penggunaan gaya bahasa atau majas dalam suatu tulisan atau pembicaraan menjadi perhatian tersendiri. Sebagai bagian dari perangkat retorika, gaya bahasa menjadi unsur yang penting untuk dibicarakan, meskipun bukan

merupakan yang utama (primer). Gaya bahasa menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kegiatan menulis atau berbicara. Setiap bentuk tulisan atau pembicaraan akan mencirikan siapa penulis atau siapa pembicaranya dapat dikenali dari gaya bahasa yang digunakannya. Tulisan yang dibuat oleh penulis dengan gaya penulisan atau gaya bahasa yang baik akan lebih mudah dipahami dan lebih dapat dinikmati oleh pembacanya dibandingkan dengan tulisan yang tidak menggunakan gaya yang baik.

Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh siapa anda, argument anda, dan dengan memainkan emosi khalayak. Dengan kata lain, faktor-faktor yang memainkan peran dalam menentukan efek persuasif dalam komunikasi public meliputi, isi pidato, susunanya, dan cara penyampaiannya. Aristoteles juga menyadari peran khalayak pendengar. Persuasi berlangsung melalui khalayak ketika mereka diarahkan melalui pidato itu kedalam suatu keadaan emosi tertentu (Mulyana, 2000). Penggunaan istilah gaya bahasa berakar dari penggunaan istilah kata gaya atau style. Gorys Keraf membatasi pengertian style atau gaya bahasa “cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa) (Keraf, n.d.).

Seymour Chatman dalam Epstein merangkum pengertian style ke dalam empat macam yaitu (1) ‘gaya yang baik’, sebagai karakteristik yang membedakan ‘penulis yang baik’, (2) ‘cara individu’, sebagai tanda objektif yang membedakan individu yang satu dengan lainnya, (3) hiasan tambahan dari konten, seperti gaya elokusio, (4) reaksi kesopanan secara verbal, yaitu sebagai cara atau tingkat berbicara yang sesuai dalam konteks yang berbeda (gaya sehari-hari, gaya formal, dan sebagainya) (Epstein, 2013).

Mengemukakan sebau isi pidato ataupun mengeksplor, komunikator harus pandai-pandai memilih kata-kata dan bahasa suaya pendengar dengan tulus menerima apa isi yang di sampaikan, sebab ketika pada saat kominikator menyampaikan sesuatu kepada pendengar namun bertentangan dengan norma dan pemikiran pendengar secara tidak lansung pendengar akan menolak isi pesan yang di sampaikan baik dari segi tutur bahasa, gaya bahasa, budaya bahasa dan lainnya. Karena kita sadari bersama indonesia adalah negara yang beragam budaya, bahasa, agama, suku dan lai-lainnya.

Jadi ketika komunikator menyampaikan isi pidato terlebih dahulu memahami dan mempelajari khalayak, sebab ketika komunikator menyampaikan pidato dengan tutur, gaya dan budaya bahasa tersendiri kemungkinan besar khalayak menolak dan tidak tertarik apa isi pesan yang di sajikan oleh komunikator. Contohnya, ketika peresiden berpiato dengan tutur, gaya dan budaya tersendiri yaitu dengan khas jawa yang pastinya pendengar yang diluar jawa tidak terlalu tertarik pada pidato yang di sampaikan presiden. Karena seseorang akan nyaman kepada anda ketika orang tersebut sejalan dan memiliki kepentingan kepada anda. Sedangkan kalau kita mau menyampaikan sesuatu kepada khalayak yang luas berarti komunikator harus merangkul semua unsur yang ada. Indonesia bukan hanya jawa atau sumatera begitupun sebaliknya akan tetapi indonesia mulai dari sabang sampai meroke, yang beribu pulau, bahasa, budaya, agama dan lain-lain maka dari itu seorang komunikator harus menyampaikan isi pesan dengan mengkafer semua unsur indonesia tersebut supaya menarik perhatian seluruh pendengar.

d) *Delivery (penyampaian)* : koordinasi antara suara dan bahasa tubuh.

Semua orang dapat menyampaikan pidato dengan baik bila mereka mengetahui dan mempraktikkan tiga prinsip penyampaian pidato sebagai berikut. (1) *Kontak*, pelihara kontak visual dan kontak emosi dengan khalayak. (2) *Olah Vokal*, gunakan lambang-lambang auditif atau usahakan agar suara anda memberikan makna yang lebih. (3) *Olah Visual*, berbicara dengan seluruh kepribadian, degan wajah, tangan dan seluruh tubuh (Olii, 2008).

Penyampain pesan agar di perhatikan dan di terima oleh pendengar komunikan juga harus memerhatikan antara intonasi suara dan bahasa tubuh harus sejalan. Dengan memberikan penekanan suara atau di ulang ketika ada kalimat atau isi pesan yang penting kemudian memberikan bahasa tubuh yang sesuai dengan isi pesan. Ketika pesan yang di sampaikan gembira komunikator memberikan bahasa tubuh yang gembira, begitu pula ketika isi pesan semangat, perintah, ajakan, dan lain-lain.

e) *Memory* (ingatan) : menguasai dan melatih isi pidato

Setiap orang yang tampil dan berbicara di depan umum pastinya bertujuan untuk menuampaikan pesan. Kebanyakan pesan yang akan di sogokan atas permintaan tuan ruman atau tergantung pada kondisi kegiatan yang akan dilaksanakan. Maka dari itu ketika komunikator di minta untuk berpidato dia harus perhatikan dan pelajari terlebih dahulu bagaimana konsep dan bentuk kegiatannya agar bisa menyajikan dan menyampaikan isi materi pidato yang berkaitan atau relefan. Akan tetapi sering juga di hadapi ketika pelaku kominikator diminta secara mendadak untuk berpidato maka dari itu memang harus selalu siap dalam kondisi apapun hal ini bisa teratasi ketika pelaku komunikasi sering melatih, mengetahui dan mempelajari bagaimana ahli dalam beretorika. Adapun beberapa jenis-jenis metode penyajian dalam berpidato, yaitu : Metode Naskah (manuskrip), Metode Hafal (memoriter), Metode Spontanitas (Impromptu) dan Metode menjabarkan kerangka (Ekstemporer) (Olii, 2008).

Metode Naskah (manuskrip), Naskah yang di buat tertulis secara lengkap sesuai dengan apa yang yang akan disampaikan kepada publik. Pembicara mengembangkan gagasan-gagsannya dalam kalimat-kalimat atau alinea-alinea. Metode ini dipergunakan pada pembicara yang membutuhkan ketelitian, misalkan pada pidato resmi mengenai persoalan politik, pengumuman, atau ulasan tehnik.

Metode Hafal (memoriter), Cara ini sebenarnya lanjutan dari membaca naskah. Naskah yang sudah disiapkan, tidak dibaca tetapi dihafalkan lebih dahulu, kemudian diucapkan dalam kesempatan berpidato.

Metode Spontanitas (Impromptu), Cara ini berbeda kedua cara sebelumnya. Pembicara tidak menyampaikan naskah atau tidak membaca naskah. Pembicara hanya memikirkan masalah apa yang akan dikemukakan. Pidato ini benar-benar tidak dipersiapkan, karena secara mendadak ia ditunjuk untuk berbicara di depan umum.

Metode menjabarkan kerangka (Ekstemporer), Pembicara menyampaikan pokok-pokok isi pidato, kemudian menyusun dalam bentuk kerangka pidato. Selain itu pula, pembicara membuat catatan khusus yang perlu dalam pidato,

misal yang di catat, ayat-ayat, undang-undang, data, angka-angka yang sulit diingat.

C.2 Ontologi Komunikasi Dakwah

Komunikasi atau retorika dalam berdakwah bukan hanya sekedar memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi pada orang lain mengenai ilmu agama, Melainkan juga mampu memahami situasi lawan bicara, pengetahuan yang luas, dan memiliki wawasan yang luas pula.

Penceramah (da'i) Terlebih dahulu menguasai dirinya sendiri agar tidak gugup atau grogi. Setelah itu, Insya Allah akan mudah untuk menguasai forum. Sabda Rasulullah SAW; *“sesungguhnya Allah sangat senang jika salah seorang diantara kamu melakukan sesuatu dengan cara yang tekun (profesional). Sebagaimana yang disebutkan, sesungguhnya Allah mewajibkan untuk berbuat sebaik mungkin dalam segala sesuatu”* (Saputra, 2011).

Al-Ustadz Al bahi-al-Khuli : "Dakwah Islam yaitu menghantarkan umat dari satu tempat/ kondisi ke tempat/ kondisi yang lain.(Ali Munif Mahasiswa S- et al., 2017) Retorika dakwah dapat dimaknai sebagai pidato atau ceramah yang berisikan pesan dakwah yakni ajakan ke jalan Allah (*Sabilillah*) mengacu pada pengertian dakwah dalam surat annahl : 125 :

ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتتي هي أحسن

Terjemahnya: “serulah oleh kalian umat manusia ke jalan tuhanmu dengan hikmah, nasihat yang baik dan berdebatlah dengan mereka secara baik-baik.”(QS. Annahl : 125)

Seorang dai perlu mempelajari retorika dari ilmu komunikasi. Karena ia berguna untuk membuktikan maksud pembicaraan atau menampakkan pembuktiannya. Sehingga dengan retorika ini, seorang dai bisa berusaha mempengaruhi orang lain supaya mereka dapat mengalihkan pikirannya dari pikiran-pikiran yang mungkar kepada pikiran-pikiran yang sesuai dengan jalan Allah, yang juga termasuk di dalamnya mempengaruhi keyakinan, perbuatan, perilaku dan juga pengetahuan dengan seperti itu diharapkan tujuan dakwah yang disampaikan oleh seorang dai dapat diterima oleh jamaah dengan baik.(Ali Munif Mahasiswa S- et al., 2017)

Di dalam Riyadl Al-Sholihin, Imam Nawawi menyebutkan perkataan Anas : sesungguhnya Nabi Muhammad saw jika berbicara dengan suatu ucapan maka mengulangnya tiga kali, sampai ucapan tersebut dipahami, dan jika mendatangi suatu kaum ia menyalaminya tiga kali (Hr. Bukhori). Ummul Mukminin A'isyah RA berkata : *“sungguh ucapan Rasulullah saw ucapan yang jelas yang mampu difahami oleh setiap orang yang mendengarnya.”* (Hr. Abu Dawud) (Nawawi, 2002).

Dengan memahami retorika, seorang dai akan mampu menarik perhatian mad'u sehingga apa yang disampaikannya berkesan, dalam hal ini perlu diperhatikan hal-hal berikut:

1. Pahami dan kuasi pembahasan secara baik. Perlu setiap da'i menyiapkan kisi materi pembicaraan dan rujukan yang diperlukan agar ketika berbicara tidak kehilangan control.
2. Amalkan ilmu yang disampaikan dan diajarkan. Beri contoh dari diri sendiri tentang apa yang hendak disampaikan, hal ini untuk menutup dzan (prasangka) orang lain bahwa Anda “omong kosong”.
3. Pilih pembicaraan yang sesuai dengan keadaan dan kebutuhan. Setiap da'I hendaknya pandai melihat fenomena yang berkembang di tengah hadirin, juga latar belakang social cultural mereka. Hal ini agar lebih mendekati kebutuhan audiens dan membangkitka spirit keagamaan mereka.
4. Sampaikan informasi segar sesuai dengan perkembangan yang sedang berlangsung. Fenomena kekinian yang terjadi bisa menjadi informasi menarik bagi hadirin, karenanya perlu disampaikan sesuai kebutuhan dan bisa menjadi paenambah materi yang disampaikan.
5. Beri ilustrasi hidup klasik atau kontemporer. Manusia seringkali menerima suatu pesan dengan gamblang dan jelas apabila diberi penjelasan berupa ilustrasi atau gambaran yang sesuai dengan pesan itu. Karenanya, seorang da'I mesti pandai-pandai maencari ilustrasi yang tepat untuk disampaikan mendukung pesan-pesannya.
6. Berikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Rata-rata umat Islam saat ini menghadapi problema yang kompleks, seperti problema keluarga, ekonomi, keamanan, musibah, dsb. Da'I yang cermat mengamati persoalan umat,

semestinya memiliki target dakwah selain sampainya pesan, yakni hendaknya bisa memberi solusi alternative bagi pemecahan mereka. inilah sebenarnya yang bdinantikan audiens, jika da'I mampu begitu, niscaya kecintaan umat kepada Islam makin mantap seiring keyakinan mereka bahwa Islam adalah agama “solusi”.

7. Sesuaikan tingkat dan gaya bahasa dengan tingkat intelektual audiens. Tak bisa dipungkiri bahwa pesan dakwah kadang gagal dan ditolak gara-gara da'I tidak melihat kadar intelektual audiens. Berbicara terlalu ilmiah di depan masyarakat awam yang kurang terpelajar, atau berbicara yang “bertele-tele” tanpa ada greget ilmiahnya di depan kaum terpelajar juga membuat audiens jengah. Karena itu, da'I tidak boleh egois, mesti memperhatikan kondisi audiens dalam hal daya berpikir mereka.
8. Sertakan dalil dan argument yang kuat. Stateman atau pernyataan da'I, walaupun sudah menjadi hal umum yang dibenarkan agama, alangkah baiknya jika diberi penguat berupa dalil atau nash yang mendukung pernyataan itu. Argument juga penting untuk menekankan pernyataan sehingga audiens mencatatnya dalam hati dan benak mereka bahwa apa yang disampaikan itu benar adanya.

Disiplin dengan waktu yang telah disepakati. Sebaik-baik pembicaraan adalah yang pendek namu efektif sedang seburuk-buruk pembicaraan adalah yang panjang bertele-tele tapi menyesatkan. Karena itu alangkah bijaknya da'I menepati waktu yang telah ditetapkan untuk berkutbah baginya.

C.3 Hubungan Retorika dengan ilmu Komunikasi dalam Berdakwah

Antara retorika dengan ilmu komunikasi dan dakwah sangat berkaitan, karena retorika adalah suatu gaya/seni berbicara baik yang dicapai berdasarkan bakat alami (Talenta) dan keterampilan teknis, sedangkan komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok dan ilmu dakwah itu sendiri adalah , seruan, panggilan dan undangan.

Berdakwah dengan lisan, terutama melalui ceramah, pidato atau khotbah merupakan salah satu bentuk dakwah yang tidak dapat di pisahkan dari ajaran islam. Agar ceramah atau khotbah berlangsung dengan baik memikat dan menyentuh hati di dibutuhkan pemahaman retorika. Retorika merupakan bagian dari

Al-Munzir Vol. 13. No. 1 Mei 2020

ilmu komunikasi. Sebagaimana telah kita ketahui komunikasi adalah mengajak orang untuk mengubah sikap agar bertindak yang sama dengan maksud komunikator (orang yang berkomunikasi). Sedangkan di dalam dakwah, komunikator yang dimaksud adalah seorang mubaligh atau da'i (Susanto, 2010).

Retorika sangat membutuhkan komunikasi yang bisa di terima oleh komunikan. Karena jika komunikator itu sendiri cara penyampaiannya kurang di fahami oleh komunikan maka yang terjadi retorika yang ia sampaikan tidak berhasil. Begitu juga hubungannya dengan ilmu dakwah seorang da'i harus mampu berkomunikasi dengan baik agar penyampaian pesan bisa di cerna dan dipahami oleh komunikan, karena keberhasilan dakwah tergantung pada da'i atau komunikator itu sendiri mengatur dan mengelolanya agar komunikan atau mad'unya mengerti apa yang kita sampaikan.

Dari perspektif komunikasi tampak bahwa retorika merupakan proses penyampaian pesan dari seorang pembicara kepada orang banyak, baik itu secara langsung (face to face) ataupun tidak langsung (mediated) baik lisan maupun tulisan. Dengan demikian bentuk komunikasi yang tampak dalam retorika adalah komunikasi kelompok atau komunikasi masa. Melalui komunikasi kelompok orang bisa melakukan retorika dalam bentuk khotbah, ceramah, dakwah, kampanye, kuliah dan sebagainya (Suhandang, 2008).

C.4 Menjawab Tantangan Dakwah

Bercermin pada kisah sejarah dakwah yang dikembangkan oleh Rasulullah saw yang sebenarnya juga merupakan gerakan menuju transformasi sosial menuju pada tatanan transformasi global. Dakwah dijabarkan sebagai gerakan pembebasan dari berbagai bentuk eksploitasi penindasan dan ketidakadilan dalam semua aspek kehidupan. Sementara, konteks Indonesia di era globalisasi di mana masyarakatnya sudah semakin kritis, maka yang diperlukan adalah dakwah yang berorientasi pada transformasi global dan yang bisa menerima keadaan zaman serta kemajuan teknologi dalam kehidupan, kita baik melalui penyadaran, pendidikan, dialog, maupun ilmu pengetahuan agar mampu menjadi perubahan secara struktural atau kultural yang lebih baik. Salah satu persoalan krusial sebagai dampak proses globalisasi yang terkait dengan kehidupan keagamaan adalah makin menepisnya ruang religiusitas dalam konteks kehidupan manusia.

Al-Munzir Vol. 13. No. 1 Mei 2020

Temuan-temuan empiric dan perkembangan pengetahuan menghadapkan kepada manusia yang beragama menjadi menjadi sebuah realitas akan kekuasaan manusia dimuka bumi ini.

Sejarawan Barat W. Montgomery Watt menganalisa tentang rahasia kemajuan Islam, ia mengatakan bahwa Islam tidak mengenal pemisahan yang kaku antara ilmu pengetahuan, etika, dan ajaran agama, dalam kata lain islam juga bisa menerima pemikiran sehat (radikal) sebatas demi kemajuan peradaban islam dan demi memperkaya hasanah keislaman. Satu dengan yang lain, dijalankan dalam satu tarikan nafas. Pengamalan syariat Islam, sama pentingnya dan memiliki prioritas yang sama dengan riset- riset ilmiah.(Rakhmawati, 2016)

Problem globalisasi atau yang kita kenal problem modernisasi yang dialami umat Islam sekarang ini adalah dalam mengatasi kesenjangan antara upaya mempertahankan Islam sebagaimana yang diyakini kebenarannya dengan realitas kehidupan yang dialaminya yang menuntut penyesuaian dan perubahan zaman. Untuk mempertahankan kejayaan masa lalu Islam, dengan pandangan yang begitu akan sulit, sedang di lain sisi sekarang timbul dengan pesat keinginan dan kesadaran untuk mengembalikan kejayan Islam dan menempatkan peranan Islam dalam posisi yang terhormat dalam pentas peradaban. Untuk mencari jawaban yang dilematis tersebut, maka dilihat adanya empat pola pemikiran yang mempengaruhi gerakan-gerakan modern Islam pada masa sekarang ini, diantaranya:

Pertama: Pola pemikiran liberalis, maksudnya yang ingin membuka seluas-luasnya kebebasan pemikiran, dalam rangka menerapkan Islam dalam suatu tatanan kehidupan social kontemporer, tanpa ada kerikuhan menggusur tatanan lama yang sudah mapan. Sekularisme dan humanisme merupakan pemecahan pragmatis yang perlu dilakukan, **Kedua:** Pola pemikiran nasional, maksudnya yang ingin mempribumikan Islam dengan suatu asumsi, bahwa Islam yang Rahmatan lil ‘alamin itu dapat diterapkan dalam nasionalitas yang berbeda-beda, tanpa menggusur kebudayaan setempat yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip keyakinan akidah dan syari’ah Islam secara definitif, **Ketiga:** Pola pemikiran apologis, maksudnya yang ingin mempertahankan Islam dalam kebenarannya yang normatif. Idealiasasi Islam harus mengkiblatkan kepada hal-

hal yang sudah baku, dan setiap penyimpangan dari hal tersebut merupakan bentuk penyelewengan yang harus diakhiri. Fundamentalis banyak menggunakan pola pemikiran apologis ini dalam kadar yang berbeda-beda. *Keempat*: Pola pemikiran dinamis, maksudnya yang ingin membuat pijakan yang kuat dalam gerakan Islam dengan pemahaman yang benar tentang Islam dan ketaatan yang tinggi dalam kehidupan spiritual, namun dalam pemecahan masalah- masalah cultural mampu melakukan daya adaptasi yang tinggi. (Rakhmawati, 2016)

Begitupula ketika Muhammadiyah berdiri tahun 1912, seluruh dunia Muslim masih berada di bawah penjajahan. Belum banyak yang merdeka secara politis dari cengkeraman imperialisme dan kolonialisme Barat. Di tengah-tengah kesulitan seperti itu Muhammadiyah berdiri dengan membawa optimisme baru. Tantangan yang dihadapi Muhammadiyah pada abad pertama usianya pasti berbeda dari abad kedua usianya, meskipun kontinuitasnya antara keduanya tetap ada. Tanpa upaya pembaharuan from within, yang meliputi strategi pembaharuan gerakan pendidikan yang selama ini digelutinya, mengenal metode dan pendekatan kontemporer terhadap studi Islam dan Keislaman, bersikap inklusif terhadap perkembangan pengalaman dan keilmuan generasi mudanya, terbuka dialogantar budaya dan agama di akar rumput, dan begitu seterusnya, maka gerakan pembaharuan Islam menuju kearah terwujudnya Masyarakat dan Peradaban Utama di tanah air ini tentu akan mengalami kesulitan bernapas dan kekurangan oksigen untuk menghirup dan merespon isu-isu sosial- keagamaan global dan isu-isu peradaban Islam kontemporer . Untuk konteks keindonesiaan, Ikon perjuangan meraih “Islam yang berkemajoean” sepertinya tetap menarik untuk diperbincangkan dan didiskusikan sepanjang masa. (Abdullah, 2010).

D. Penutup

Retorika secara dacar berarti berbicara secara tutur atau berpidato/dakwah di tempat umum ada beberapa hal yang haru di perhatikan oleh komunikan agar mengetahui, mampu dan dapat menguasai tentang “Retorika” baik secara formal, non-formal begitu pula secara tehnik demi tercapainya komunikasi efektif dalam dakwahnya. Karena yang diharapkan dari hasil komunikasi tersebut adalah

bagaimana khalayak dapat merespon apa isi materi dalam dakwah yang disajikan oleh komunikator. Dimana retorika minimal memiliki *ethos*, *phatos*, dan *logos*.

Berpidato/dakwah berarti penyampaian pesan kepada khalayak yang bersifat Komunikasi satu arah (One Communication) antara komunikator dan audiens, maka dari itu komunikator harus benar-benar memperhatikan pesan yang akan di sampaikan agar bisa menarik perhatian para khalayak. Penyampaian pesan dakwah komunikator hendaknya merancang pesan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian khalayak, pesan hendaknya mampu mengungkap isyarat-isyarat pengalaman yang sama dengan khalayak sehingga mereka mudah memahaminya, dan pesan hendaknya dapat menawarkan satu jalan yang relevan dengan situasi menyeluruh dimana semua kelompok khalayak terkafer. Sehingga komunikator hendaknya dapat mengatasi dan menjawab tantangan retorika dalam berdakwah seperti bagaimana Pola pemikiran liberalis, Pola pemikiran nasional, Pola pemikiran apologis, Pola pemikiran dinamis agar mampu menyampaikan beberapa tersebut dengan aman dan nyaman tersampaikan pesan dakwahnya kepada komunikator.

Daftar Pustaka

- Abdullah, A pola. (2010). Strategi Dakwah dan Tajdid Muhammadiyah Memasuki Abad Kedua. *Islamidina*, IX(1), 1–11.
- Ali Munif Mahasiswa S-, N., Tulungagung, I., Ali Munif, N., & Akad, A. (2017). Analisis Akad Ijarah Muntahiya Bittamlik Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia. *256 J An-Nisbah*.
- Anwar, S. (2016). *Penerapan Retorika Dalam Dakwah KH Yahya Zainul Ma'arif di Ponpes Al-Bahjah Cirebon*.
- Asriadi. (2020). *KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM ORGANISASI*. 2(1).
<http://journal.iaimsinjai.ac.id/indeks.php/retorika>
- Epstein, E. L. (2013). *Language and style*. Routledge.
- Hasanah, U., & Usman, U. (2020). KARAKTER RETORIKA DAKWAH USTAZ ABDUS SOMAD (STUDI KAJIAN PRAGMATIK). *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2), 84–
Al-Munzir Vol. 13. No. 1 Mei 2020

95.

- Keraf, G. (n.d.). *Diksi dan Gaya Bahasa*. 2010. *Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori komunikasi*. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, I. (2002). *Intisari Riyadhus Shalihin*. Solo: Aqwam.
- Olii, H. (2008). *Public speaking*. Jakarta: PT Mancanan Jaya Cemerlang.
- Rafiq, M. (2015). Urgensi retorika dalam aktivitas dakwah. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 131–146.
- Rakhmawati, I. (2016). Tantangan Dakwah Di Era Posmodernisme. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(2), 391–408.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v1i2.800>
- Saefudin, J. A. (1996). *Fiqhul Dakwah KHE Abdurrahman*. Bandung: Al-Huda, Fathi.
- Saputra, W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. *Jakarta: Raja Grafindo Persada*.
- Septian, M. D. (2020). *Retorika Dakwah Emha Ainun Nadjib “Cak Nun” Dalam Pengajian Maiyah Kenduri Cinta Jakarta*. UIN SMH BANTEN.
- Suhandang, K. (2008). *Retorika: Strategi. Teknik Dan Taktik Pidato, Nuansa, Bandung*.
- Supriyadi, S. (2016). Community of Practitioners: Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan antar Pustakawan. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 2(2), 83–93.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lpustaka/article/view/13476>
- Susanto, K. R. (2010). *Tehnik Berpidato*. Curup: LP2 STAIN.
- Wenburg, J. R., & Wilmot, W. W. (1973). *The personal communication process*. Wiley.
- Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan (3rd Editio)*. *Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia*.