

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Ruang Lingkup Retorika

a. Definisi Retorika

Istilah retorika dapat ditemukan dalam perbendaharaan Bahasa Inggris dengan kata *rhetoric* yang berarti kepandaian berbicara atau berpidato.²⁰ Sementara Hornby dan Parnwell menjelaskan retorika sebagai seni menggunakan kata-kata secara mengesankan, baik lisan maupun tulisan atau berbicara dengan banyak orang dengan menggunakan pertunjukan dan rekaan. *Webster's Tower Dictionary* menyatakan *rhetoric* sebagai seni menggunakan bahasa secara efektif, atau dalam istilah bahasa Inggris juga dikenal *public speaking* yang artinya sama dengan retorika.²¹

Sedangkan beberapa pakar lain menjelaskan definisi retorika antara lain Merritt B. Jones yang menyatakan bahwa berpidato didepan umum adalah komunikasi lisan, dimana seseorang menyampaikan buah pikiran dan perasaannya tentang suatu masalah secara rinci kepada sekumpulan pendengar. Adapun Dale Carnegie adalah menjadi seorang orator yang berhasil atas keinginannya untuk bisa menggunakan pikirannya secara logis agar mampu menguraikan

²⁰ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 1975) hal.485

²¹ Suhandang, kustadi, *Retorika: strategi, teknik dan taktik berpidato*, (Bandung: Nuansa, 2009) hal.25

secara jelas, terang, serta tegas dihadapan orang banyak. Djen Amar mengartikan pidato (retorika) sebagai penyampaian dan penanaman pikiran, informasi, dan ide dari pembicara kepada pendengarnya.²²

Sebenarnya masih banyak lagi pakar dibidang ini (retorika) yang mengemukakan batasan mengenai retorika, namun semuanya relatif sama dengan mengacu pada suatu kesimpulan umum bahwa retorika merupakan seni dan kepandaian berbicara atau berpidato dengan menggunakan teknik dan taktik komunikasi. Sudah tentu didalamnya pun terkandung makna teknik menyampaikan secara lisan maupun tulisan, meskipun hal itu tidak dikemukakan secara eksplisit.

Dengan demikian banyak aspek yang terlibat dalam kegiatan retorika tersebut. Tidak hanya bentuk dan metode komunikasinya, melainkan juga gaya berbicara dan menulis dalam penyampaian pesannya serta mekanisme psikologis yang terlibat pada saat berlangsungnya kegiatan retorika tersebut.²³ Aspek retorika tidak hanya pada kata-kata, tetapi juga pada gaya, penampilan, ekspresi, dan juga dalam membangun kepercayaan diri dan kredibilitas dari pembicara tersebut.

b. Tipologi (jenis) pidato

Ada tidaknya persiapan, sesuai dengan cara yang dilakukan waktu persiapan, dapat dikemukakan empat macam pidato yang di

²² Ibid. 26

²³ Ibid. 29

tulis Jalaluddin Rakhmat:²⁴

1. Dadakan (*impromptu*)

Yaitu disampaikan secara mendadak tanpa persiapan apa yang akan dikemukakan, meskipun sudah direncanakan pokok pembicaraannya. Maksudnya pembicara tidak menyiapkan catatan atau teks pidato yang berisi bahan-bahan yang akan diucapkan pada saat berpidato.²⁵

2. Membaca teks (*reading for manuscript*)

Membaca teks sering kita lihat pada pidato-pidato kenegaraan, pidato politis, dan bisnis. Sebelum penyampaian pidato teks telah dipersiapkan dan sangat sedikit pengembangan materinya hanya fokus pada apa yang akan disampaikan sesuai dengan teks yang telah dipersiapkan. Kelemahannya tiada lain membosankan jika terlalu tekstual, tidak ada kontak wajah dengan audien. Dan terkadang alunan suaranya tidak hidup.²⁶

3. Tanpa teks yang dipersiapkan (*extemporaneous*)

Metode seperti ini adalah berpidato tanpa teks yang dipersiapkan, biasanya karena pembicara telah

²⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika modern: pendekatan praktis* (Bandung: Rosdakarya, 2012), hal. 17

²⁵ Ibid. 17

²⁶ Ibid. 17

menguasai materi pesan yang akan disampaikan pada audiennya.²⁷

4. Dihafal (*memorized*)

Yaitu dengan menghafal teks yang telah disusun sebelumnya, dengan teknik ini digunakan untuk menghilangkan kesan membaca teks dan terlihat lebih hidup. Terlihat lebih hidup jika pembicaranya mampu menguasai dan mengingatnya hingga ke podium, namun celaka jika pembicara tidak hafal atau tidak ingat, maka akan tampak kekakuan berbicaranya, bahkan tidak mustahil jika terjadi demam panggung.²⁸

c. Memilih Topik dan Tujuan

Sebelum pidato, kita harus mengetahui lebih dahulu apa yang akan kita sampaikan dan tingkah laku apa yang diharapkan dari khalayak kita. Dengan singkat, kita memerlukan pokok bahasan (topik) dan tujuan, antara keduanya ada hubungan erat. Dalam situasi tertentu bisa menjadi bingung ketika harus mencari topik yang baik, seakan-akan dunia ini kekeringan bahan pembicaraan, seakan-akan tidak mempunyai keahlian apa-apa. Jalaludin rakhmat dalam bukunya retorika modern memberikan kriteria untuk memilih ukuran topik

²⁷ Ibid. 18

²⁸ Ibid. 19

yang baik, yaitu sebagai berikut.²⁹

1. Topik harus sesuai dengan latar belakang pengetahuan komunikator atau pembicara dimaksud memberi kemungkinan komunikator lebih tahu atau lebih ahli dari pendengarnya tentang materi yang disampaikan.
2. Topik harus menarik minat pembicara, topik yang enak dibicarakan tentu saja topik yang paling disenangi atau topik yang mampu menyentuh emosi pembicara, sehingga dapat berbicara lancar dan emosional.
3. Topik harus menarik minat pendengar, , menjadi da'i ketika berpidato berarti sedang berbicara pada khalayak atau publik, bila tidak ingin ditinggalkan pendengar maka pembicara harus berbicara mengenai sesuatu yang diminati pendengarnya. Walaupun hal yang menarik perhatian khalayak amat bergantung pada situasi dan latar belakang khalayak namun masih banyak hal-hal yang bias menarik perhatian secara umum, seperti hal-hal yang baru dan *exotic*³⁰, *human interest*, dll.
4. Topik sesuai dengan pengetahuan mendengar. Betapa pun baiknya topik bila tidak dapat diterima dan dicerna oleh khalayak akan menjadi tidak menarik bahkan akan
5. Topik harus jelas ruang lingkup dan batasannya,

²⁹ Ibid. 19-22

³⁰ memiliki daya tarik khas (istimewa) karena belum banyak dikenal umum.

sehingga tidak terlalu luas, tetap fokus dan tidak ngawur dalam menyampaikan ulasannya.

6. Topik harus sesuai dengan waktu dan situasi.
7. Topik harus dapat ditunjang dengan bahan lain, sehingga materi yang disampaikan tidak monoton dan mampu menegaskan materi utama yang disampaikan.

Ketujuh kriteria diatas digunakan untuk menjadi bahan para da'i untuk menentukan topik yang dipilihnya, agar materi yang di sampaikan bisa diterima dan dibutuhkan oleh audiennya.

d. Mengembangkan Bahasan

Bila topik yang baik sudah ditemukan, anda memerlukan penunjang untuk topik tersebut. Keterangan penunjang (*supporting points*), dipergunakan untuk memperjelas uraian, memperkuat kesan, menambah daya tarik dan mempermudah pengertian.

Dalam buku Retorika modern pendekatan praktis Jalaluddin Rakhmat terkait Teknik pengembangan bahasan dapat dikelompokkan dalam 6 (enam) macam, yaitu³¹:

1. Penjelasan

Sebenarnya penjelasan yang sempurna selalu menyertakan keterangan penunjang lainnya. Dalam pidato

³¹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika modern: pendekatan praktis* (Bandung: Rosdakarya, 2012), hal. . 27

informatif, seluruh uraian merupakan penjelasan. Dalam arti terbatas, disini penjelasan berarti keterangan yang sederhana dan tidak terinci. Penjelasan mempersiapkan pendengar pada keterangan penunjang lainnya.³²

2. Contoh

Manusia sukar menerima hal-hal yang abstrak. Contoh dapat mengkonkretkan gagasan, sehingga lebih mudah dipahami. Contoh dapat berupa cerita yang terinci dan ini kita sebut ilustrasi. Ada dua macam ilustrasi: hipotesis dan faktual. Ilustrasi hipotesis terjadi bila anda membayangkan sesuatu yang akan terjadi dan menceritakan dengan tokoh rekaan sebagai penjelasan pernyataan sebelumnya. Cerita yang sebenarnya terjadi dalam khazanah kehidupan, kisah orang orang besar atau peristiwa actual dalam media massa atau majalah dapat dipakai untuk memperjelas pidato. Semua peristiwa itu kita jadikan ilustrasi faktual. Jenis contoh yang tidak terinci kita sebut pemisahan (*specific instances*). Pemisahan adalah ilustrasi faktual yang dipadatkan.³³

3. Analogi

Analogi adalah perbandingan antara dua hal atau lebih untuk menunjukkan persamaannya atau perbedaannya.

³² Ibid. 27

³³ Ibid. 27

Ada dua macam analogi yaitu analogi harfiah dan analogi kiasan. Analogi harfiah (*literal analogy*) adalah perbandingan antara objek-objek dari kelompok yang sama karena adanya persamaan dalam aspek tertentu. Membandingkan antara manusia dan monyet secara biologis misalnya. Banyak ahli pidato menggunakan analogi kiasan, objek-objek yang dibandingkan tidak pada kelompok yang sama.³⁴

4. Testimoni

Testimoni adalah pernyataan ahli yang dikutip untuk menunjang pembicaraan. Pernyataan itu bias diambil dari pidato, makalah, artikel, laporan dan sebagainya. Termasuk testimoni ialah kutipan dari kitab suci, undang-undang maupun kitab atau buku-buku lainnya. Testimoni dapat digunakan untuk menunjang atau memperlengkap keterangan yang disampaikan.³⁵

5. Statistik

Statistik adalah angka-angka yang digunakan untuk menunjukkan perbandingan kasus dalam jenis tertentu. Statistik diambil untuk menimbulkan kesan yang kuat, memperjelas dan meyakinkan. Tetapi karena angka sebenarnya adalah hal yang abstrak, statistik baru baik

³⁴ Ibid. 28

³⁵ Ibid. 28

dipergunakan bila statistik dibikin kongkrit dan tidak membosankan dan hubungkan dengan sesuatu yang mudah di mengerti oleh khalayak.³⁶

6. Perulangan

Sudah lama diketahui bahwa perulangan dapat menimbulkan kesan yang kuat, sehingga Emil Dovifat memasukkannya sebagai salah satu untuk menggerakkan massa, dalam periklanan jutaan rupiah digunakan hanya untuk mengulang pesan yang sama. Perulangan bukan hanya sekedar menyebut kembali kata-kata yang sama yang telah diucapkan tetapi juga dengan menyebutkan gagasan yang sama dengan kata-kata yang berbeda. Perulangan berfungsi mengingatkan kembali dengan penyajian yang berbeda.

e. Membuka dan Menutup Pidato

Pembukaan pidato adalah bagian penting dan menentukan, kegagalan dalam membuka pidato akan menghancurkan seluruh komposisi dari pidato. Tujuan pembukaan pidato adalah untuk membangkitkan perhatian, memperjelas latar belakang pembicaraan dan menciptakan kesan yang baik mengenai komunikator. "perhatian akan menentukan tindakan", kata William James.³⁷

Penutup pidato harus dapat menfokuskan pikiran dan

³⁶ Ibid. 29

³⁷ Ibid. 52

perasaan khalayak pada gagasan utama atau kesimpulan penting. Oleh karena itu penutup pidato harus dapat menjelaskan seluruh tujuan komposisi, memperkuat daya persuasi, mendorong pemikiran dan tindakan yang diharapkan, menciptakan klimaks dan menimbulkan kesan terakhir yang positif.³⁸

f. Prinsip Komposisi

Di dalam retorika, sebagaimana Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya *Retorika Modern*, menjelaskan supaya bentuk dan susunan pesan tercipta dengan baik maka perlu adanya pengaturan pesan, yaitu pengaturan organisasi pesan dan komposisi pesan, agar apa yang menjadi substansi dakwah (pesan) dapat tertuang dalam komposisi dan organisasi pesan yang baik. Terdapat tiga prinsip pengaturan komposisi bentuk penyampaian pesan, yakni kesatuan, pertautan dan titik berat.³⁹

Banyak cara menyusun pesan pidato, tetapi semuanya harus didasari dengan tiga prinsip komposisi. Prinsip-prinsip ini mempengaruhi seluruh organisasi pesan. Raymond S. Ross mengatakan, "*These three great rhetorical principles...have a profound bearing upon how we should organize messages*".⁴⁰ Ketiga

³⁸ Ibid. 59

³⁹ Ibid. 32

⁴⁰ Arti: Ketiga prinsip besar retorika ... memiliki bantalan yang mendalam pada bagaimana kita harus mengatur pesan.

prinsip itu adalah: kesatuan (*unity*), pertautan (*coherence*), dan titik berat (*emphasis*).⁴¹

1. Kesatuan

Aristoteles pernah membandingkan komposisi sebagai satu tubuh. Suatu gubahan harus merupakan kesatuan yang tidak dapat diceraiberaikan karena semuanya saling melengkapi. Komposisi yang baik harus merupakan kesatuan yang utuh. Hal ini meliputi kesatuan dalam isi, tujuan dan sifat.⁴²

2. Pertautan

Pertautan menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan satu sama lain. Pertautan menyebabkan perpindahan dari pokok satu kepada pokok yang lainnya berjalan lancar. Untuk memelihara pertautan dapat didunakan dengan tiga cara, yaitu: ungkapan penyambung, paralelisme dan gema. Ungkapan penyambung adalah sebuah kata atau lebih yang digunakan untuk merangkaikan bagian-bagian. Contohnya, karena itu, walaupun, jadi, tetapi juga, dll. Paralelisme adalah mensejajarkan struktur kalimat yang sejenis dengan ungkapan yang sama untuk setiap pokok

⁴¹ Rahmat, Jalaludin *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 1999), hal. 32

⁴² Ibid. 32

pembicaraan. Sedangkan Gema⁴³ dapat berupa sinonim, perulangan kata, dan kata ganti.⁴⁴

3. Titik berat

Bila kesatuan dan pertautan membantu pendengar untuk mengikuti dengan mudah jalannya pembicaraan, titik berat menunjukkan audien pada bagian-bagian penting yang patut diperhatikan. Hal-hal yang harus dititik beratkan bergantung pada isi komposisi pidato tetapi pokok-pokoknya hampir sama.⁴⁵

g. Organisasi Pesan

Terdiri dari enam macam urutan: *deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial dan topikal*.⁴⁶

Urutan *deduktif* dimulai dengan menyatakan dulu gagasan utama, kemudian memperjelasnya dengan keterangan penunjang, penyimpulan dan bukti. Sebaliknya, dalam urutan *induktif* kita mengemukakan perincian-perincian dan kemudian menarik kesimpulan. Contoh: jika saya menyatakan terlebih dahulu mengenai alasan menghindari narkoba, baru setelah itu saya menguraikan alasan-alasannya, ini berarti saya menggunakan urutan deduktif. Akan tetapi ini akan disebut urutan deduktif jika saya terlebih dulu

⁴³ Gema berarti gagasan dalam kalimat terdahulu di ulang kembali pada kalimat yang baru..

⁴⁴ Rahmat, Jalaludin *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 1999), hal. 33

⁴⁵ Ibid. 43

⁴⁶ Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2008), Cet Ke-27, hal.295

menjelaskan alasan-alasan kenapa kita harus menjauhi narkoba, baru setelah itu saya menyimpulkan bahwa narkoba berbahaya. Dalam urutan *kronologis*, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa. Bisa dimulai dengan melihat waktu lampau atau waktu yang akan datang.⁴⁷

Selanjutnya, dalam urutan *logis*, pesan disusun berdasarkan sebab-ke-akibat atau akibat-ke-sebab. Dalam urutan *spasial*, pesan disusun berdasarkan tempat. Cara ini digunakan jika pesan berhubungan dengan subyek geografis atau keadaan fisik lokasi. Dalam urutan *topikal*, pesan disusun berdasarkan topik pembicaraan: klasifikasinya, dari yang penting kepada yang kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar, dari yang kenal kepada yang asing.⁴⁸

Sistem susunan pesan menurut Alan H. Monroe terbagi 5 tahap⁴⁹, yaitu:

1. Tahap perhatian, seorang juru pidato harus mampu membuat khalayak mau memperhatikan pesan pidato. Tahap ini terdapat pada bagian pembukaan.
2. Tahap kebutuhan, tahap ini disesuaikan dengan tujuan dari pidato. jika persuasif, tujuannya adalah menimbulkan perubahan, maka pembicara harus membangkitkan rasa tidak puas pada keadaan. Tahap pemuasan, seorang pembicara berusaha agar khalayak menyetujui dan memahami pidato

⁴⁷ Ibid. 295

⁴⁸ Ibid. 295

⁴⁹ Ibid . 30-41

yang disampaikan.

3. Tahap visualisasi, seorang pembicara harus mampu menggambarkan apa yang akan terjadi jika apa yang disampaikan dilaksanakan oleh pendengar.
4. Tahap tindakan, seorang pembicara merumuskan tahap visualisasi dalam bentuk sikap dan keyakinan tertentu atau tindakan yang nyata.

h. Struktur pesan

Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Untuk merancang struktur pesan harus memperhatikan sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan tujuan komunikator.⁵⁰

1. Bila pembicara menyajikan dua sisi persoalan (yang pro dan kontra), tidak ada keuntungan untuk berbicara yang pertama, karena berbagai kondisi (waktu, khalayak, tempat dan sebagainya) akan menentukan pembicara yang paling berpengaruh.
2. Bila pendengar secara terbuka memihak satu sisi argumen, sisi yang lain tidak mungkin mengubah posisi mereka. Sikap ini mungkin timbul karena kebutuhan untuk mempertahankan harga diri. Namun, akan membuat orang keliatan tidak

⁵⁰ Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2008), Cet Ke-27, hal. 297-298

konsisten, mudah dipengaruhi dan bahkan tidak jujur.

3. Jika pembicara menyajikan dua sisi persoalan, lebih mudah dipengaruhi oleh sisi yang disajikan lebih dahulu.
4. Perubahan sikap lebih sering terjadi jika gagasan yang dikehendaki atau yang diterima disajikan sebelum gagasan yang kurang dikehendaki.
5. Urutan pro-kontra lebih efektif dari pada urutan kontra-pro bila digunakan oleh sumber yang memiliki otoritas dan dihormati oleh khalayak.
6. Argumentasi yang terakhir didengar akan lebih efektif bila ada jangkang waktu cukup lama di antara dua pesan, dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua.

i. Imbauan Pesan

Bila pesan-pesan kita dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain maka kita harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunikan⁵¹.

1. *Imbauan rasional* didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan emosional, bila imbauan rasional tidak ada.
2. *Imbauan emosional* menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikan..

⁵¹ Ibid. 298-300.

3. *Imbauan takut* menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam, atau meresahkan.
4. *Imbauan ganjaran* menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikate sesuatu yang mereka perlukan atau yang mereka inginkan.
5. *Imbauan motivasional* menggunakan imbauan motif (*motive appeals*) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia.⁵²

j. Membangun Kepercayaan dan kredibilitas

Salah satu komponen penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas adalah otoritas. Yaitu memiliki keahlian yang diakui untuk berbicara berkenaan masalah yang sedang dibicarakan. Selain itu, bisa dengan menyebutkan sumber-sumber kutipan yang memiliki otoritas dan relevan dengan topik pembicara.⁵³

Komponen yang kedua adalah *good sense* yaitu pendengar menyukai gagasan yang dikemukakan pembicara yang dipandang objektif. Misal dengan menggunakan argumentasi yang logis, pemilihan kata yang tepat, hindari sikap tidak jujur, tidak menggurui dan menunjukkan penghargaan pada yang lainnya. Komponen yang ketiga adalah menunjukkan keterlibatan pribadi pembicara pada topik dan kebutuhan khalayak. Namun yang dinilai penting adalah cara berkomunikasi, betapapun banyaknya informasi atau materi yang

⁵² Ibid. 298-300.

⁵³ Rahmat, Jalaludin *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 1999), hal. 73

dimiliki pembicara akan dinilai bodoh bila berbicara terbata-bata, sistematika yang kacau dan penyampaian yang membosankan.⁵⁴

B. Ruang Lingkup Dakwah

a. Definisi Dakwah

Definisi dakwah dari segi bahasa adalah berasal dari bahasa arab, yaitu bentuk *isim masdar* dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya meyeru, memanggil, mengajak dan menjamu⁵⁵.

Di dalam al-Qur'an ada beberapa ayat yang menunjukkan kata tersebut, antara lain, dalam surat Yunus ayat 25:

وَاللَّهُ يَدْعُونَ إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَهَدَىٰ مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ
صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya: Allah menyeru (manusia) ke darussalam⁵⁶ (surga), dan menunjuki orang yang dikehendakinya kepada jalan yang lurus (Islam)⁵⁷.

Ada beberapa pengertian dakwah secara istilah dalam pandangan para pakar ilmu dakwah. antara lain:

Dakwah menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah adalah mengajak manusia agar beriman kepada Allah dan Rasulullah SAW

⁵⁴ Ibid. 74

⁵⁵ Muhammad Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penerjemah, 1973), hal. 127.

⁵⁶ Arti kalimat *Darussalam* adalah tempat yang penuh kedamaian dan keselamatan. Allah SWT member tuntunan (hidayah) berupa akal dan wahyu untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

⁵⁷ Dept Agama R.I, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Bandung : CV I-ART), hal . 212

dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan⁵⁸.

Sedangkan, dakwah menurut M. Quraish Shihab adalah seruan atau ajakan kepada jalan keinsyafan atau mengubah situasi yang kurang baik menjadi lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat⁵⁹.

Dakwah menurut Abu Risma adalah segala usaha yang dilakukan oleh seorang muslim atau lebih untuk merangsang orang lain agar memahami, meyakini dan kemudian menghayati ajaran Islam sebagai pedoman hidup dan kehidupan⁶⁰.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah mengadakan suatu perubahan dan pembenahan baik yang bersifat individu maupun sosial sesuai dengan ajaran Islam. Kegiatan tersebut disampaikan dengan menggunakan lisan, tulisan dan tingkah laku yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain agar timbul tercapainya sebuah tujuan agar umat islam dapat memahami inti ajaran Islam, mengerti pedoman hidup yaitu Al-qur'an dan melaksanakannya dalam kehidupan sehari-hari.⁶¹

⁵⁸ Said Muhammad Nuh, *Dakwah Fardiyah : Pendekatan Personal dalam Dakwah*, (Surakarta: Era Intermedia, 2000), Cet, Ke-2. hal. 13-14

⁵⁹ Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an Fungsi Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Mizan, 1999), hal. 194

⁶⁰ Abu Risma, *Dakwah Islam Praktis dalam Pembangunan Suatu Pendekatan Sosiologis*, (Yogyakarta: PLP2M, 1985), hal. 12

⁶¹ *Ibid.* 23

Sebagaimana disebutkan pada pengertian diatas, bahwa agama Islam adalah agama yang menyerukan umatnya untuk berdakwah. Dan tidak bisa disangkal lagi bahwa dilihat dari ayat Al-qur'an juga yang mewajibkan pemeluk Islam untuk melakukan aktivitas dakwah.

Berikut kutipan sebagian dari ayat-ayat yang mengandung perintah untuk berdakwah.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah⁶² 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. (Q.S An Nahl: 125)⁶³

وَلَتَكُنَّ مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang

⁶² Hikmah: ialah Perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil.

⁶³ Dept Agama R.I, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Bandung : CV J-ART).

ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung. (Q.S An Ali Imran: 104)⁶⁴

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ
أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ^٤ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ
وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: 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.(Q.S Ali Imran: 110)⁶⁵

﴿ يَتَأْتِيهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ^٥ وَإِنْ
لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ^٤ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ
النَّاسِ^٥ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Artinya: Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan)

⁶⁴ Ibid.

Ma'ruf: segala perbuatan yang mendekatkan kita kepada Allah; sedangkan Munkar ialah segala perbuatan yang menjauhkan kita dari pada-Nya.

⁶⁵ Ibid.

manusia⁶⁶. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir. (Q.S Al Maidah: 67)⁶⁷

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ :
 سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ :
 مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ
 يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ
 أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

Artinya: Dari Abu Sa'id Al Khudri radiallahuanhu berkata: Saya mendengar Rasulullah shallallohu 'alaihi wa sallam bersabda: Siapa yang melihat kemunkaran maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak mampu maka rubahlah dengan lisannya, jika tidak mampu maka (tolaklah) dengan hatinya dan hal tersebut adalah selemah-lemahnya iman. (HR. Muslim)⁶⁸

b. Unsur-Unsur Dakwah

1. *Da'i* (Komunikator)

Da'i secara bahasa diambil dari bahasa arab, bentuk *isim fa'il* dari asal kata *da'a - yad'u - da'watan*, artinya orang yang melakukan dakwah. Secara terminologi, *da'i* yaitu setiap muslim yang berakal *mukallaf* (akil baligh) dengan kewajiban dakwah. *Da'i* adalah setiap orang yang hendak menyampaikan,

⁶⁶ Maksudnya: tak seorangpun yang dapat membunuh Nabi Muhammad s.a.w.

⁶⁷ Dept Agama R.I, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Bandung : CV J-ART).

⁶⁸ <http://haditsarbain.wordpress.com> (diakses pada tanggal 25 Oktober 2013 pukul 09.00 WIB)

mengajak orang ke jalan Allah.⁶⁹ Yakni orang yang melaksanakan dakwah baik lisan tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.

Menurut Dr. Musthafa Ar-rafi'i syarat-syarat dan sifat yang harus dipenuhi sosok juru dakwah adalah⁷⁰:

1. Amal dan kegiatan *da'i* harus *ikhlas* karena mencaru *ridha* Allah dan karena ingin meraih pahala dari Allah.
2. Seorang juru dakwah harus menjadi teladan dalam amal shaleh.
3. Menempuh cara *hikmah* terhadap orang-orang pelajar dan intelek, dan melakukan metode "*mauizhah hasanah*" dalam menghadapi orang awam dan biasa.
4. Seorang juru dakwah harus betul-betul menguasai ilmu yang sesuai dengan jama'ah dan menguasai teori dari bahasa *haliyah* dan pemikiran.
5. Seorang juru dakwah harus lembut dalam menyampaikan nilai-nilai dan pandangan serta lembut dalam mengingkari kesesatan.
6. Dalam berdakwah ia bertujuan menarik manfaat dan menghilangkan kemudharatan.
7. Harus sabar dan tabah dalam menghadapi cobaan.

⁶⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 34

⁷⁰ Ibid 35.

8. Harus mengetahui tabiat kewajiban jama'ah.
9. Sang juru dakwah harus menggunakan kekuatan apabila cara *hikmah*, dan *mauizhah hasanah* tidak berhasil.

2. *Mad'u* (Komunikan)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak. Dengan kata lain, manusia secara keseluruhan⁷¹.

Menurut Muhammad Abduh dalam buku manajemen dakwah karangan M. Munir dan Wahyu Illahi *mad'u* terbagi menjadi tiga golongan⁷².

1. Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
2. Golongan awam yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum mendapat pengertian-pengertian yang tinggi.
3. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak dapat

⁷¹ M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), edisi ke-1, Cet. Ke-2, hal.23

⁷² Ibid. 23-24

membahas secara terdalam.

Dengan demikian seorang *da'i* harus mengetahui keberagaman audien dari sudut ideologi, mereka ada yang Atheis, Musyrik, Yahudi, Nasrani dan Munafiq. Ada juga yang muslim tapi masih membutuhkan bimbingan atau umat Islam yang masih melakukan maksiat, mereka juga berbeda dari segi intelektualitas, status sosial, kesehatan, pendidikan, ada yang buta huruf, ada yang kaya, miskin, ada yang sehat dan yang sakit.

3. Materi Dakwah

Seorang *da'i* yang bijaksana adalah orang yang dapat mempelajari realitas masyarakat dan kepercayaan mereka serta menempatkan mereka pada tempatnya masing-masing, kemudian ia mengajak mereka berdasarkan kemampuan akal, pemahaman, *tabi'at*, tingkat keilmuan dan status sosial mereka dan seorang dai yang bijak adalah yang mengetahui metode yang akan di pakainya Materi (*maddah*) dakwah adalah masalah isi pesan atau materi yang di sampaikan dai dan mad'u, pada dasarnya bersumber dari al-Qur'an dan hadits sebagai sumber utama yang meliputi *aqidah, syariah, dan akhlak*.⁷³

⁷³ Munzier Saputra dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2006), Cet. Ke-2. ed.rev, hal. 106

c. Keberhasilan dakwah

Ada beberapa kemungkinan menurut Ahmad Mubarak untuk keberhasilan dakwah.⁷⁴

Kemungkinan pertama, karena pesan dakwah yang disampaikan seorang *da'i* memang relevan dengan kebutuhan masyarakat yang merupakan suatu keniscayaan yang tidak mungkin ditolak, sehingga mereka menerima pesan dakwah itu dengan antusias.⁷⁵

Kemungkinan kedua, karena faktor seorang *da'i*, yaitu *da'i* tersebut memiliki daya tarik dan pesona yang menyebabkan masyarakat sudah dapat menerima pesan dakwahnya meski kualitas dakwahnya bisa jadi sederhana saja.⁷⁶

Kemungkinan ketiga, karena kondisi psikologi masyarakat yang sedang haus terhadap siraman rohani dan mereka terlanjur memiliki persepsi positif pada setiap *da'i*, sehingga pesan dakwah yang kurang jelas dapat ditafsirkan sendiri oleh masyarakat.⁷⁷

Kemungkinan keempat, karena faktor keemasan yang menarik, masyarakat yang semula acuh tak acuh setelah paket dakwah yang diberi kemasan lain, maka menjadi stimuli yang menggelitik persepsi masyarakat dan akhirnya mereka pun merespon positif.⁷⁸

⁷⁴ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1999) cet. Ke-1, hal. 106

⁷⁵ Ibid. 106

⁷⁶ Ibid. 106

⁷⁷ Ibid. 106

⁷⁸ Ibid. 106

d. Hambatan-hambatan Dakwah

Hambatan yang dimaksud adalah sejumlah problem, permasalahan dan tantangan yang ada, terjadi dan dihadapi oleh para pendakwah Islam, dan yang menjadi hambatan-hambatan serius di jalan dakwah mereka menuju tujuan-tujuan yang harus dicapai. Problem-problem dakwah tersebut mencakup dan meliputi dua macam. Pertama, problem-problem dakwah internal yakni problem-problem, permasalahan-permasalahan, dan hambatan-hambatan dakwah yang bersumber dan berasal dari lingkup internal kaum muslimin sendiri. Dan kedua, problem-problem dakwah eksternal yakni problem-problem, hambatan-hambatan, dan tantangan-tantangan dakwah yang bersumber dan berasal dari berbagai kalangan dan pihak ummat manusia di luar lingkup kaum muslimin. Pada prinsip dan dasarnya, kedua macam dan jenis problem dakwah di atas, yakni internal dan eksternal, haruslah sama-sama mendapat perhatian dari para pegiat dan aktivis dakwah.⁷⁹

e. Bentuk-Bentuk Dakwah

1. *Da'wah bi al-Lisan*

Dakwah ini dilakukan dengan menggunakan lisan. Seperti berpidato dalam pengajian, khutbah jum'at, dan juga beberapa konsep lain seperti *Qaulun ma'rufun*, dengan berbicara

⁷⁹ xa.yimg.com (problem-problem dakwah) akses 25 oktober 2013.

dalam pergaulan sehari-hari yang disertai dengan misi agama yaitu agama Islam.⁸⁰

2. *Da'wah bi al-Hal*

Yaitu dakwah yang dilakukan melalui berbagai kegiatan yang langsung menyentuh kepada masyarakat sebagai objek dakwah atau berdakwah melalui perbuatan, mulai dari tutur kata, tingkah laku, sampai pada kerja bentuk nyata seperti mendirikan panti asuhan, fakir miskin, sekolah-sekolah, rumah ibadah dll.⁸¹

3. *Da'wah bi al-Qalam*

Berbicara dakwah tentang dakwah *bi al-Qalam* tidak terlepas dengan memahami makna tulisan. Dalam konteks ini, tulisan memiliki dua fungsi. Pertama, sebagai alat komunikasi atau komunikasi ide yang produknya berupa ilmu pengetahuan. Kedua, sebagai alat komunikasi ekspresi yang produknya berupa karya seni (jurnalistik).⁸²

C. Retorika Dakwah

Dakwah hakikatnya merupakan proses komunikasi. Dalam proses itu tampak adanya penyampaian informasi, ide beserta sikap dari seseorang kepada orang atau sekelompok orang lain dengan tujuan tertentu yang

⁸⁰ Rafi'uddin, dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 24

⁸¹ Ibid. 24

⁸² Ibid. 24

dicanangkan si pembicara atau komunikator⁸³. Dengan kata lain, pembicaraan dimaksud melibatkan segala komponen serta unsur-unsur komunikasi agar terwujudnya kesamaan makna yang dimaksudkan dan yang terpenting dalam beretorika adalah *To be victorious lords in the battle of minds*.⁸⁴ Untuk mewujudkan keadaan keadaannya seperti ini, pembicara atau komunikator perlu memiliki pengetahuan dan kiat tertentu dalam berkomunikasi, sehingga mereka yang diajak berbicara itu dapat terpengaruh dan sadar atau tidak sadar mau mengubah sikap, sifat, pendapat dan prilakunya sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh si pembicara tersebut⁸⁵.

Berkaitan dengan dunia dakwah dalam Islam, penyampaian dakwah yang kontekstual harus senantiasa dilakukan sebagaimana Islam adalah agama *rahmatan lil 'alamin* (rahmat bagi seluruh alam) yang mengatur dan menetapkan sikap yang harus dipegang teguh oleh setiap manusia. Maka kemampuan retorika seorang da'i menjadi penting, sebab dengan retorika seorang da'i dapat memotifasi audiennya menuju kepada tingkah laku atau sikap yang sesuai dengan pesan dakwahnya. Rasulullah sendiri senantiasa berhati-hati supaya pesan yang beliau sampaikan dapat ditangkap para pendengarnya.

⁸³ Abu Risma, *Dakwah Islam Praktis dalam Pembangunan Suatu Pendekatan Sosiologis*, (Yogyakarta: PLP2M, 1985), hal. 12

⁸⁴ Rahmat, Jalaludin *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 1999), v (Dikutip dari artikel yang ditulis Y.B Mangun Wijaya (Kompas, 11 Agustus 1992).

⁸⁵ Suhandang, Kustadi, *Retorika: strategi, teknik dan taktik berpidato*, (Bandung: Nuansa, 2009) hal.13

Dalam hal ini Rasul bersabda:

خاطب الناس على قدر عقولهم

Artinya: "Berbicaralah kepada manusia menurut kadar akal (kecerdasan) mereka masing-masing" (HR. Muslim).⁸⁶

Perkembangan dunia dakwah Islam sangat signifikan, sekarang tidak sedikit para *da'i* muda yang terus bermunculan. sehingga penyampaian pesan dakwah haruslah memperhatikan aturan dan tata cara kaidah yang benar agar pesan dakwah dapat diterima oleh audien. Terkait hal itu maka menuntut para *da'i* untuk mampu mengetengahkan dakwahnya secara kontekstual dan penguasaan retorika yang baik agar pesan dakwahnya mampu mengenai sasaran. Dan tak jarang pula kerana ketidakmampuan *da'i* dalam penguasaan retorika dan kaku dalam dalam penyampaian pesan dakwahnya yang tekstual, menyebabkan umat menjadi resah, takut, atau terlampau bermain kata-kata justru hanya dianggap retorik belaka. Dan seringkali kita mendengar seseorang yang berpidato panjang lebar tanpa memperoleh apa-apa dari padanya selain kelelahan dan kebosanan. Ini biasanya disebabkan pembicara mempunyai bahan yang banyak namun tidak bisa mengorganisasikan pesannya dengan baik.

Oleh karenanya, dalam penyusunan pidato haruslah memperhatikan prinsip komposisi pidato, teknik penyusunan pesan dan teknik membuat garis besar. Dengan demikian pengorganisasian pesan yang meliputi

⁸⁶ Fachruddin HS dan Irfan Fachruddin, *Pilihan Sabda Rasulullah* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998) hal. 346

kesatuan (*unity*), pertautan (*coherence*) dan titik berat (*emphasis*)⁸⁷ dapat terorganisasi dengan baik melalui garis-garis besar (*out line*) pidato.⁸⁸

Hubungan retorika dengan dakwah menurut T.A Latief Rosydi dalam bukunya *Dasar-dasar Retorika Komunikasi dan Informasi Adalah* "Kemampuan dalam kemahiran menggunakan bahasa untuk melahirkan pikiran dan perasaan itulah sebenarnya hakikat retorika. Dan kemahiran serta kesenian menggunakan bahasa adalah masalah pokok dalam menyampaikan dakwah. Karena itu antara dakwah dengan retorika tidak dapat dipisahkan dimana ada dakwah disitu ada retorika."⁸⁹

Didalam Islam istilah retorika mempunyai kesamaan dengan istilah *qowlan balighan*, kata tersebut dapat di temui dalam Al-qur'an surat An Nisa' ayat 67:

وَقُلْ هُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.(QS. An-nisa': 67)⁹⁰

Kata "*baligh*" dalam bahasa Arab artinya sampai, mengenai sasaran, atau mencapai tujuan. Bila dikaitkan dengan *qowl* (ucapan atau komunikasi), *baligh* berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Karena itu, prinsip *qowlan balighan*

⁸⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika modern: pendekatan praktis* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 31-32

⁸⁸ Ibid. 41

⁸⁹ Efendi M Siregar, *Teknik Berpidato dan Menguasai Massa* (Jakarta: Yayasan Mari Belajar, 1992). Cet. Ke-2, hal. 94

⁹⁰ Dept Agama R.I, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Bandung : CV J-ART).

dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif atau dalam Ilmu Komunikasi disebut retorika.⁹¹

Kesuksesan para *da'i* atau mubaligh dalam pidato lebih banyak ditunjang dan ditentukan oleh kemampuan retorika yang dimiliki oleh *da'i* tersebut. Dan jika dakwah belum berhasil menurut yang dicata-citakan dan menurut garis yang telah ditetapkan semula, mungkin karena cara persuasi (*retorika*) tidak menjadi perhatian dan tidak terpenuhi oleh para *da'i*.

Dan dalam hal ini diungkapkan oleh T.A Latief Rosydi dalam bukunya *Dasar-dasar Retorika Komunikasi dan Informasi* tentang faktor penyebab kegagalan dalam berdakwah adalah karena kurangnya keberhasilan kita, baik dalam menanamkan pengertian dan keyakinan, apa lagi dalam menggunakan massa rakyat untuk membuat, berjuang dan berkorban (sesuai dengan ajaran Islam), salah satu dari penyebabnya adalah karena kelemahan kita dalam memanfaatkan retorika dakwah dalam penyampaiannya.⁹²

Komunikasi dan retorika memiliki korelasi dan kesamaan, terutama dalam hal media yang dipergunakan. Apakah medium yang digunakan medium lisan, tulisan dan sebagainya, yang terutama dalam hal ini adalah unsur bahasa yang memegang peranan yang sangat penting dan sangat menentukan yaitu gayabahasa yang digunakan oleh seorang *da'i* dalam menyampaikan dakwahnya.

⁹¹ Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual*, (Bandung: Mizan, Anggota IKAPI. 1993) Cet. 5. Hal. 82

⁹² Efendi M Siregar, *Teknik Berpidato dan Menguasai Massa* (Jakarta: Yayasan Mari Belajar, 1992). Cet. Ke-2, hlm. 95

Dengan demikian dari paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa dakwah dan retorika sangat berhubungan erat, dakwah bertujuan untuk meningkatkan kehidupan umat manusia kepada keadaan yang lebih baik sesuai dengan tuntutan al-Qur'an dan Hadits. Sedangkan retorika adalah cara bagaimana kita mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa kemauan kita, yang intinya adalah sama-sama untuk saling mempengaruhi orang lain.