

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Retorika

1. Definisi Retorika

Istilah retorika dapat ditemukan dalam perbendaharaan Bahasa Inggris dengan kata *rhetoric* yang berarti kepandaian berbicara atau berpidato.¹ 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.²

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 secara jelas, terang, serta tegas dihadapan orang banyak. Djen Amar mengartikan pidato (retorika) sebagai penyampaian dan

¹ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus inggris-Indonesia*,(Jakarta: Gramedia,1975),hal. 485.

² Suhandang, kustadi, *Retorika: strategi, teknik dan taktik berpidato*, (Bandung: Nuansa, 2009),hal. 25.

penanaman pikiran, informasi, dan ide pembicara kepada pendengarnya.³

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.⁴ Aspek retorika tidak hanya pada kata-kata, tetapi juga pada gaya, penampilan, ekspresi, dan juga dalam membangun kepercayaan diri dan kredibilitas dari pembicara tersebut.

2. Tipologi (jenis) pidato

Ada tidaknya persiapan, sesuai dengan cara yang dilakukan waktu persiapan, dapat dikemukakan empat macam pidato yang di tulis Jalaluddin Rakhmat:⁵

a. Dadakan (*impromptu*)

³ Ibid,hal. 26.

⁴ Ibid,hal. 29.

⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika modern: pendekatan praktis* (Bandung: Rosdakarya, 2012),hal. 17.

Yaitu disampaikan secara mendadak tanpa persiapan apa yang dikemukakan, meskipun sudah direncanakan pokok pembicaraannya. Maksudnya pembicara tidak menyiapkan catatan atau teks pidato yang berisi bahan-bahan yang akan diucapkan pada saat berpidato.⁶

b. 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.⁷

c. Tanpa teks yang dipersiapkan (*extemporaneous*)

Metode seperti ini adalah berpidato tanpa teks yang dipersiapkan, biasanya karena pembicara telah menguasai materi pesan yang akan disampaikan pada audiennya.⁸

d. 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

⁶ Ibid,hal. 17.

⁷ Ibid,hal. 17.

⁸ Ibid,hal. 18.

kekakuan berbicaranya, bahkan tidak mustahil jika terjadi demam panggung.⁹

3. 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 yang baik, yaitu sebagai berikut.¹⁰

- a. 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.
- b. 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.
- c. 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

⁹ Ibid,hal. 19.

¹⁰ Ibid,hal. 19-22.

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*¹¹, *human interest*, dll.

- d. Topik harus sesuai dengan pengetahuan pendengar. Betapa pun baiknya topik bila tidak dapat diterima dan dicerna oleh khalayak akan menjadi tidak menarik bahkan akan menjadi salah pemahaman.
- e. Topik harus jelas ruang lingkup dan batasannya, sehingga tidak terlalu luas, tetap fokus dan tidak ngawur dalam menyampaikan ulasannya.
- f. Topik harus sesuai dengan waktu dan situasi.
- g. 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.

4. Mengembangkan Bahasan

Bila topik yang sesuai sudah dapat ditemukan, anda memerlukan penunjang untuk topik tersebut. Keterangan penunjang (*supporting points*), dipergunakan untuk memperjelas sebuah uraian, memperkuat kesan,

¹¹ Memiliki daya tarik khas (istimewa) karena belum banyak dikenal umum.

menambah daya tarik dan mempermudah pengertian.

Dalam buku Retorika modern pendekatan praktis Jalaluddin Rakhmat terkait Teknik pengembangan bahasan dapat dikelompokkan dalam 6 (enam) macam, yaitu¹² :

a. Penjelasan

Sebenarnya penjelasan yang sempurna selalu menyertakan keterangan penunjang lainnya. Dalam pidato informatif, seluruh uraian merupakan penjelasan. Dalam arti terbatas, disini penjelasan berarti keterangan yang sederhana dan tidak terinci. Penjelasan mempersiapkan pendengar pada keterangan penunjang lainnya.¹³

b. 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

¹² Jalaluddin Rakhmat, *Retorika modern: pendekatan praktis* (Bandung: Rosdakarya, 2012), hal. 27.

¹³ Ibid, hal. 27.

pemisahan (*specific instances*). Pemisahan adalah ilustrasi faktual yang dipadatkan.¹⁴

c. Analogi

Analogi adalah perbandingan antara dua hal atau lebih untuk menunjukkan persamaannya atau perbedaannya. 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.¹⁵

d. 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.¹⁶

e. Statistik

Statistik adalah angka-angka yang digunakan untuk menunjukkan perbandingan kasus dalam jenis tertentu. Statistik diambil untuk menimbulkan kesan yang kuat, memperjelas dan

¹⁴ Ibid.hal. 27.

¹⁵ Ibid. hal. 28.

¹⁶ Ibid. hal. 28.

meyakinkan. Tetapi karena angka sebenarnya adalah hal yang abstrak, statistik baru baik dipergunakan bila statistik dibikin kongkrit dan tidak membosankan dan hubungkan dengan sesuatu yang mudah di mengerti oleh khalayak.¹⁷

f. 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.

5. 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.¹⁸

Penutup pidato harus dapat memfokuskan pikiran dan perasaan khalayak pada gagasan utama atau kesimpulan penting. Oleh karena itu

¹⁷ Ibid. hal. 29.

¹⁸ Ibid. hal. 52.

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.¹⁹

6. Prinsip Komposisi

Di dalam retorika, sebagaimana Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya 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.²⁰

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”*.²¹ Ketiga prinsip itu adalah: kesatuan (*unity*), pertautan (*coherence*), dan titik berat (*emphasis*).²²

a. Kesatuan

Aristoteles pernah membandingkan komposisi sebagai satu tubuh. Suatu gubahan harus merupakan kesatuan yang tidak dapat

¹⁹ Ibid. hal. 59.

²⁰ Ibid. hal. 32.

²¹ Arti: Ketiga prinsip besar retorika memiliki bantalan yang mendalam pada bagaimana kita harus mengatur pesan.

²² Rahmat, Jalaludin *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 1999), hal. 32

diceraiberaikan karena semuanya saling melengkapi. Komposisi yang baik harus merupakan kesatuan yang utuh. Hal ini meliputi kesatuan dalam isi, tujuan dan sifat.²³

b. Pertautan

Pertautan menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan satu dengan yang 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 pembicaraan. Sedangkan Gema²⁴ dapat berupa sinonim, perulangan kata, dan kata ganti.²⁵

c. Titik berat

Bila kesatuan dan pertautan membantu pendengar 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.²⁶

²³ Ibid. hal. 32.

²⁴ Gema berarti gagasan dalam kalimat terdahulu di ulang kembali pada kalimat yang baru.

²⁵ Rahmat, Jalaludin *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya, 1999), hal. 33.

²⁶ Ibid. hal. 43.

7. Organisasi Pesan

Terdiri dari enam macam urutan: *deduktif*, *induktif*, *kronologis*, *logis*, *spasial* dan *topikal*.²⁷

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 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.²⁸

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.²⁹

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

²⁸ Ibid. hal. 295.

²⁹ Ibid. hal. 295.

Sistem susunan pesan menurut Alan H. Monroe terbagi 5 tahap³⁰, 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 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.

8. Struktur pesan

Struktur pesan yaitu susunan pokok-pokok gagasan yang menyatu menjadi satu kesatuan pesan yang utuh. Sehingga untuk merancang struktur pesan harus memperhatikan sikap khalayak sasaran terhadap pesan dan tujuan komunikator.³¹

1. Bila pembicara menyajikan dua sisi persoalan (yang pro dan kontra), tidak ada keuntungan untuk berbicara yang pertama, karena berbagai

³⁰ Ibid . hal. 30-41.

³¹ Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Rosdakarya, 2008), Cet Ke-27, hal. 297-298.

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 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 jangka waktu cukup lama di antara dua pesan, dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua.

9. Imbauan Pesan

Bila pesan-pesan kita dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain maka kita harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunikan.³²

³² Ibid.hal. 298-300.

- a. *Imbauan rasional* didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan emosional, bila imbauan rasional tidak ada.
- b. *Imbauan emosional* menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikan.
- c. *Imbauan takut* menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam, atau meresahkan.
- d. *Imbauan ganjaran* menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikate sesuatu yang mereka perlukan atau yang mereka inginkan.
- e. *Imbauan motivasional* menggunakan imbauan motif (*motive appeals*) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia.³³

10. 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.³⁴

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,

³³ Ibid.hal. 298-300.

³⁴ Rahmat, Jalaludin *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosdakarya,1999), hal. 73.

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 dimiliki pembicara akan dinilai bodoh bila berbicara terbata-bata, sistematika yang kacau dan penyampaian yang membosankan.³⁵

B. Dakwah

1. Definisi Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa “Dakwah” berarti: panggilan seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut *masdhar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*)nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da'a<*, *Yad'u<*, *Da'watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan *da'i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *mad'u*. Ada beberapa pengertian dakwah secara istilah dalam pandangan para pakar ilmu dakwah antara lain :

- a. Dakwah menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah adalah mengajak manusia agar beriman kepada Allah dan Rasulullah SAW dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan.³⁶
- b. Dakwah menurut M. Quraish Shihab adalah seruan atau ajakan kepada jalan keinsyafan atau mengubah situasi yang kurang baik

³⁵ Ibid.hal. 74.

³⁶ Said Muhammad Nuh, Dakwah Fardiyah : *Pendekatan Personal dalam Dakwah*, (Surakarta: Era Intermedia, 2000), Cet, Ke-2. hal. 13-14.

menjadi lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.³⁷

- c. Dakwah menurut Abu Risman 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 kehidupan.³⁸

Sedangkan ditinjau dari segi epistemologi, dakwah berasal dari Bahasa Arab dari kata *ad-add* dan *al-ain* serta salah satu huruf mu'tal yang bermakna condongnya sesuatu kepadamu dengan suara atau ucapan.³⁹ Sedangkan dakwah secara terminology mempunyai beragam makna dan pendapat tentang hal itu, diantaranya adalah menurut Departemen Agama RI dalam buku “Metologi Dakwah kepada Suku Terasing”, yaitu dakwah adalah setiap usaha yang mengarah untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak, sesuai dengan kehendak dan tuntutan kebenaran. Pendapat ini dapat dikatakan dakwah bukan hanya milik suatu komunitas agama tetapi milik semua komunitas yang ada untuk menciptakan kehidupan yang damai.⁴⁰

Dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula.

³⁷ Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an Fungsi Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Mizan, 1999), hal. 194.

³⁸ Abu Risma, *Dakwah Islam Praktis dalam Pembangunan Suatu Pendekatan Sosiologis*, (Yogyakarta: PLP2M, 1985), hal. 12.

³⁹ Khusniati Rofiah, *Dakwah Jamaah Tabligh & Eksistensinya Di Mata Masyarakat*, (Ponorogo: STAIN Press Ponorogo, 2010), hal. 22.

⁴⁰ *Ibid*, hal 22-23.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِي

Artinya: “ Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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. ”

Dakwah menurut para ahli dalam buku pengantar ilmu dakwah karangan Wahidin Saputra diantaranya ialah: Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat. Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai berikut: dakwah Islam yaitu; mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Menurut Prof. Dr. Hamka dakwah adalah seruan panggilan menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi mungkar.

2. Unsur- Unsur Dakwah

Pengertian unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Adapun unsur-unsur dakwah sebagai berikut:

a. Subyek Dakwah (Komunikator/Da'i)

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, mengajak orang ke jalan Allah.⁴¹ Yakni orang yang melaksanakan dakwah baik lisan tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.

Seorang *da'i* harus memiliki keahlian dalam kapasitas keilmuan, metode dan strategi dakwah, agar mampu memotivasi dan menggerakkan hati orang lain untuk beriman.

Sementara menurut helmi masdar seseorang juru dakwah harus memiliki pandangan jauh kedepan. Wawasan yang luas dan nalar yang kuat. Selain itu, dia harus memiliki kecerdasan dan ilmu, sesuai dengan perkembangan ilmu yang banyak dimiliki oleh masyarakat penerima dakwah.

Datuk tombak alam menggaris bawahi beberapa sifat yang

⁴¹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hal. 34.

penting dimiliki seseorang dai yang digali dari sifat-sifat Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW sebelum ditugaskan berdakwah terlebih dahulu membina kepribadiannya dengan sifat-sifat:

- 1) Sidiq: Benar dalam berkata, berbuat dengan niat hatinya.
- 2) Amanah: Lurus dan jujur lahir batin.
- 3) Fathanah: Certas, tegas, dan pantas.
- 4) Tabligh: Mampu menyampaikan amal dakwah dengan lisan dan berbuat.

b. Materi Dakwah

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*.⁴² Materi dakwah yang biasa di sebut juga dengan idiologi dakwah ialah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari al Qur'an dan as-Sunnah. Berbijak dari hal diatas, maka dai sebagai subjek (pelaku) dakwah perlu mempersiapkan materi dakwahnya dengan memahami isi kandungan Al-Qur'an yang mencakup ibadah, aqidah, syariah, dan muamalah yang meliputi seluruh aspek kehidupan di dunia ini baik yang berkaiadan sengan kehidupan duniawi maupun ukhrowi.

⁴² Munzier Saputra dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2006), Cet. Ke2. ed.rev, hal. 106.

Karena luasnya ajaran Islam maka setiap da'i harus selalu berusaha dan terus menerus, mempelajari dan menggali ajaran islam serta mencermati tentang situasi dan kondisi sosial masyarakat, sehingga materi dakwah dapat di terima oleh objek dakwah dengan baik. Aktivitas dakwah harus terlebih dahulu mengetahui problematika yang di hadapi penerima dakwah.⁴³

- 1) Aktivitas da'wah harus mengetahui adat dan tradisi penerima da'wah.
- 2) Aktivitas da'wah harus mampu menyesuaikan materi da'wah dengan masalah kontemporer yang dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat.
- 3) Aktivitas da'wah harus meninggalkan materi yang bersifat emosional dan penamaan fanatisme golongan
- 4) Aktivitas dakwah harus mengabaikan budaya golongan.
- 5) Aktivitas dakwah harus menghayati ajaran islam dengan seluruh pesannya dengan cara yang amat dalam dan cerdas, serta menguasai masalah-masalah yang berkembang dalam masyarakat agar antara ajaran agama normatif yang ideal dan masalah-masalah empiris yang aktual dapat dikaitkan.
- 6) Aktivitas dakwah harus menyesuaikan tingkah lakunya dengan materi dakwah yang di sampaikan, karena ia merupakan penentuan bagi penerima dakwah.

⁴³ Khusniati Rofiah, *Dakwah Jamaah Tabligh & Eksistensinya Di Mata Masyarakat*, (Ponorogo: STAIN Press Ponorogo, 2010).

c. *Mad'u* (Mitra Dakwah Atau Penerima Dakwah)

Mad'u atau penerima dakwah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai manusia individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia keseluruhan. Tujuan dakwah kepada manusia yang belum masuk agama Islam adalah untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang yang sudah beragama Islam dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, Islam dan Ihsan.

Penggolongan *mad'u* berdasarkan response mereka ada 4:

- 1) Golongan simpatik aktif, yaitu *mad'u* yang menaruh simpati dan secara aktif memberi dukungan moril dan materil terhadap kesuksesan dakwah.
- 2) Golongan simpatik pasif, yaitu *mad'u* (penerima dakwah) yang menaruh simpati tetapi tidak aktif memberikan dukungan terhadap kesuksesan dakwah, dan juga tidak merintangi dakwah.
- 3) Golongan pasif, yaitu *mad'u* yang masa bodoh terhadap dakwah, tetapi tidak merintangi dakwah.
- 4) Golongan antipasti, yaitu *mad'u* yang tidak rela atau tidak suka akan terlaksananya dakwah. Mereka berusaha dengan berbagai cara untuk merintangi atau meninggalkan dakwah.

d. Metode Dakwah

Metode dalam dakwah adalah suatu cara yang dipergunakan oleh subjek dakwah dalam menyampaikan materi atau pesan-pesan dakwah. Metode

dakwah disini adalah rencana yang tersusun dan teratur yang berhubungan dengan cara penyajiannya. Metode dakwah secara global dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) Dakwah bi *al-kitabah* yaitu berupa buku, majalah, surat kabar, spanduk, pamphlet, lukisan dan sebagainya.
- 2) Dakwah bi *al-lisan*, meliputi ceramah, seminar, simposium, diskusi, khutbah, sarasehan, brain storming, obrolan dan sebagainya.
- 3) Dakwah bi *al-hal*, yaitu berupa perilaku yang sopan sesuai ajaran islam, memelihara lingkungan, tolong menolong sesama, membantu faqir miskin, memberikan pelayanan sosial dan sebagainya.

Selain itu dakwah juga dapat dilaksanakan dengan cara:

- 1) Dakwah *fardiah* merupakan metode dakwah yang dilakukan seseorang kepada orang lain (satu orang) atau kepada beberapa orang dalam jumlah yang kecil dan terbatas.
- 2) Dakwah *amah* merupakan jenis dakwah yang dilakukan oleh seseorang dengan media lisan yang di tujukan kepada orang banyak dengan maksud menanamkan pengaruh pada mereka. Media yang dipakai biasanya khutbah (pidato).
- 3) Dakwah bil *hikmah* yaitu menyampaikan dakwah dengan arif bijaksana, yaitu melakukan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak objek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauwannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, tekanan maupun konflik.

e. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan media dengan umat. Media dakwah merupakan urat nadi di dalam proses dakwah dan merupakan faktor yang dapat menentukan dan menetralsir proses dakwah. Pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah mengakibatkan komunikasi antar *da'i mad'u* atau saran dakwahnya akan lebih dekat dan mudah di terima. Oleh karena itu, aspek dakwah sangat erat kaitanya dengan sasaran dakwah, artinya keberagaman alat dakwah harus sesuai dengan kondisi sasaran dakwah (*mad'u*) nya.

Dalam kaitanya dengan penggunaan media dalam proses dakwah dapat dibagi dua bagian:

Pertama, proses dakwah yang secara primer merupakan proses penyampaian materi dakwah dari da'i kepada mad'u dalam menggunakan lambing (simbol), misalnya Bahasa sebahagi media pertama yang menghungkan anantara da'i dan mad'u.

Kedua, Proses dakwah secara skunder yang merupakan proses penyampaian pesan oleh subjek dakwah kepada objek dakwah dengan menggunakan alat atau sasaran sebagai media kedua setelah memakai lambang (Bahasa) sebagai media pertama.

Penggunaan media di dalam proses dakwah terdapat dalam Surat Ibrahim Ayat 4:

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Artinya: Kami tidak mengutus seorang rasulpun, melainkan dengan bahasa kaumnya, supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan Dialah Tuhan Yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana.

Ayat diatas menunjukkan perlunya subjek dakwah menguasai bahasa objek dakwah karena bahasa adalah sebagai media komunikasi untuk menyampaikan materi dakwah, dan yang paling pokok dalam berdakwah adalah bahasa yang sesuai dengan masyarakat yang menjadi objek dakwah.

f. Efek Dakwah

Setiap aksi dakwah menimbulkan reaksi. Demikian, jika dakwah telah dilakukan seseorang *da'i* dengan materi dakwah dan metode tertentu, maka akan timbul respond an efek pada penerima dakwah atau sering di sebut dengan feed back (umpan balik). Kegiatan dakwah diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan dari obyeknya, yakni perubahan pada aspek pengetahuannya (knowledge/kognitif), aspek sikap (attitude/afektif) dan aspek perilakunya (behavioral).

1) Efek Kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, mitra dakwah akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berfikir, dan efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh *jama'ah* tentang isi pesan yang di terimanya.

2) Efek Afektif

Efek ini berupa pengaruh dakwah berupa perubahan sikap komunikasi (mitra dakwah) setelah menerima pesan. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjangnya perhatian, pengertian dan penerimaan.

3) Efek Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan materi dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif dan efektif. Dengan demikian seseorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahui itu kemudian masuk ke dalam perasaannya dan kemudian timbulah keinginan untuk bertindak atau bertingkah laku. Jika dakwah telah dapat menyentuh aspek behavioral yaitu telah dapat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran-ajaran Islam yang telah dipesankan dalam dakwah.

C. 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 dalam pergaulan sehari-hari yang disertai dengan misi agama yaitu agama Islam.⁴⁴

⁴⁴ Rafi'uddin, dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hal. 24.

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 dan lain-lain.⁴⁵

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).⁴⁶

D. Retotika Dakwah

Pada dasarnya dakwah merupakan proses komunikasi dalam rangka mengembangkan ajaran Islam, dalam arti mengajak orang untuk menganut agama Islam. Dalam istilah “mengajak” tersebut, sudah tentu selalu terkandung makna mempengaruhi orang lain agar orang lain itu mau dan mampu mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku sesuai dengan apa yang dikehendaki orang yang mengajaknya. Dalam konteks dakwah, para *da'i* akan selalu memengaruhi *mad'unya*.⁴⁷

⁴⁵ Ibid,hal. 24.

⁴⁶ Ibid,hal. 24.

⁴⁷ Kustandi Suhandang, *Ilmu Dakwah*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 24.

Namun demikian, *mad'u* atau komunikan yang dipengaruhi *da'i* pun tiada lain adalah manusia juga, manusia yang memiliki akal pikiran dan kepentingan seperti halnya para *da'i*. Oleh karena itu, sesuai dengan bentuk komunikasi pada umumnya, bila ada dua orang atau dua pihak yang berkomunikasi, maka akan terjadi suatu proses saling pengaruh-mempengaruhi, sebab para *da'i* akan selalu berusaha memenangkan pengaruhnya, dan sebaliknya, para *mad'u* pun akan mempertahankan sikap, sifat, pendapat, dan perilakunya.⁴⁸

Dalam kondisi demikian, tidak mustahil terjadi saling pengaruh mempengaruhi, dan berjalan terus sampai kedua belah pihak (*da'i* dan *mad'u*) merasakan telah memiliki pesan yang sama. Dengan kata lain, mereka telah mencari kesamaan pengertian atau kesetaraan makna terhadap pesan dakwah yang dilontarkan para oleh *da'i*.⁴⁹

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 di mana ada dakwah di situ ada retorika.⁵⁰

⁴⁸ Ibid,hal. 24.

⁴⁹ Ibid,hal. 25.

⁵⁰ Efendi M Siregar, *Teknik Berpidato dan Menguasai Massa* (Jakarta: Yayasan Mari Belajar, 1992). Cet. Ke-2, hal. 94.

Di dalam Islam istilah retorika mempunyai kesamaan dengan istilah *qowlan balighan*, kata tersebut dapat di temui dalam Al-qur'an surat An Nisa' ayat 63:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. (QS. An-nisa': 63)⁵¹

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* dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif atau dalam Ilmu Komunikasi disebut retorika.⁵²

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,

⁵¹ Dept Agama R.I, *Al-Qur'an dan terjemahannya* (Bandung : CV J-ART).

⁵² Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual*, (Bandung: Mizan, Anggota IKAPI. 1993) Cet. 5, hal. 82.

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 penyampaianya.⁵³

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 gaya bahasa yang digunakan oleh seorang *da'i* dalam menyampaikan dakwahnya.

Ceramah adalah suatu teknik atau metode dakwah yang banyak diwarnai oleh karakteristik bicara oleh seseorang *da'i* atau mubaligh pada suatu aktivitas dakwah. Ceramah juga dapat pula bersifat propaganda, kampanye, berpidato (*rhetorika*), khutbah, sambutan, mengajar dan sebagainya.⁵⁴

Ceramah di zaman mutakhir ini sedang ramai-ramainya dipergunakan instansi pemerintah ataupun swasta, organisasi (*jam'iyah*), baik melalui televisi, radio maupun ceramah secara langsung. Pada sebagian orang yang menamakan ceramah atau pidato ini dengan sebutan retorika dakwah, sehingga ada retorika dakwah, retorika sambutan, peresmian dan sebagainya.⁵⁵

Dengan demikian retorika merupakan ilmu yang membicarakan tentang cara-cara berbicara di depan massa (orang banyak), dengan tutur wicara yang baik agar mampu mempengaruhi para pendengar (*audiens*) untuk mengikuti faham

⁵³ Efendi M Siregar, *Teknik Berpidato dan Menguasai Massa* (Jakarta: Yayasan Mari Belajar, 1992). Cet. Ke-2, hal. 95.

⁵⁴ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya: Al-Ikhlash, tanpa tahun) hal. 104.

⁵⁵ *Ibid*, hal. 104.

atau ajaran yang dipeluknya. Oleh karena itu antara metode ceramah dengan retorika tak ada perbedaan yang prinsipil namun hanyalah perbedaan istilah belaka (*synonim*).⁵⁶

⁵⁶ Ibid, hal. 105.