

KONTRIBUSI RETORIKA DALAM KOMUNIKASI DAKWAH (*RELASI ATAS PENDEKATAN STELISTIKA BAHASA*)

Oleh : Isina Rakhmawati

(Guru Bhs Indonesia SMP Negeri 1 Undaan Kudus)

Abstraksi

Retorika adalah suatu istilah yang secara tradisional diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik. Ada dua aspek yang perlu diketahui seseorang dalam retorika, yaitu pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan bahasa yang baik, dan kedua pengetahuan mengenai objek tertentu yang akan disampaikan dalam hal ini adalah melalui pendekatan Stelistika atau Gaya Bahasa. Oleh karena itu, retorika harus dipelajari oleh mereka yang ingin menggunakan bahasa dengan cara yang sebaik-baiknya untuk tujuan tertentu.

Selanjutnya kontribusi retorika dalam komunikasi dakwah memiliki peran yang sangat penting. Urgensitas dakwah itu dapat dibuktikan dengan semakin berkembangnya pesan-pesan dakwah dalam berbagai bentuk baik lewat media maupun dalam bentuk cerita novel. Ajaran-ajaran Islam yang luhur hingga hari ini tak dapat dilepaskan dari peran ummat Islam sendiri khususnya para da'i yang memiliki keahlian retorika dengan (Stelistika) gaya bahasa tertentu untuk menyebarkan Islam sesuai dengan konteksnya. Pada waktu ditemukan media komunikasi, khususnya radio, peranan bahasa lisan muncul kembali. Komunikasi melalui radio, televisi mempunyai peranan yang sama penting dengan komunikasi melalui media tulis. Dengan demikian, sejak awal munculnya retorika hingga saat ini retorika senantiasa mengalami perkembangan, maka dari itu kehadiran retorika dalam dunia dakwah dan komunikasi sangat kita perhatikan, dan harus disampaikan dengan gaya bahasa yang baik atau dengan istilah

stelistika bahasa yang efektif sehingga dapat diterima oleh para mad'u dan tidak terjadi kesalah fahaman dalam menerima isi dari pesan dakwah tersebut.

Kata Kunci : Retorika, Komunikasi Dakwah, Stelistika Bahasa

A. Pendahuluan

Sejarah pertumbuhan retorika dari jaman Yunani kuno menunjukkan bahwa tekanan seni wacana diletakkan pada *oratori* atau seni berpidato. Hal ini dapat dimengerti karena publikasi secara meluas atas suatu hasil pikiran tidak dapat dilakukan dengan tulisan, karena belum ada percetakan. Tindakan yang diandalkan untuk memecahkan suatu persoalan dengan melibatkan banyak orang, atau menyampaikan suatu gagasan pada suatu massa pendengar, hanya bisa dilakukan pada bahasa lisan, atau dengan kata lain melalui pidato. Karena itu, pengertian retorika pada awalnya juga bertumpang tindih dengan seni berpidato atau oratori. Tetapi, setelah penemuan mesin cetak dan mesin uap, maka retorika sebagai seni berpidato mulai merosot peranannya, dan digantikan dengan seni menggunakan bahasa secara tertulis. Dengan publikasi tertulis, gagasan atau ide seseorang dapat lebih luas tersebar daripada jika disampaikan melalui pidato. Sebab itu, tekanan utamapun beralih kepada kemampuan untuk menyampaikan pikiran dalam bentuk bahasa tulis agar dapat dibaca oleh banyak orang. Dengan pergeseran ini, pengertian retorika juga turut bergeser dari bahasa lisan ke bahasa tulis, dari seni berpidato, sebagai titik sentral, bergeser ke kemampuan menulis.

Komunikasi dakwah menyampaikan pesan-pesan keagamaan dalam berbagai tatanan agar jamaahnya terpenggil dan merasakan pentingnya nilai Islam dalam kehidupan. Di antara tatanan komunikasi dakwah adalah interpersonal, publik, dan bermedia. Pada tataran interpersonal, komunikator dakwah (da'i) mengajak orang perorang mengamalkan Islam. Pada tataran publik, dai memasyarakatkan nilai Islam di berbagai majelis taklim, pesantren dan masjid. Sedangkan pada tataran media, da'i menyebarluaskan ajaran agama dengan

menggunakan media. Penyebarluaskan ajaran Islam dilaksanakan oleh siapa saja, baik di desa maupun di kota secara bijak dan damai. Jamaah “tergugah, tanpa melalui tekanan fisik, untuk berubah”.

Mengadakan perubahan melalui kesadaran, bukan paksaan, itulah salah satu fungsi komunikasi dakwah. Oleh karenanya, dakwah Islam dilakukan dengan cara persuasif. Pesannya dipahami dan diamalkan oleh umat. Komunikasi dakwah berlangsung dengan menggunakan simbol dan lambang-lambang, karena manusia adalah makhluk bersimbol (*symbolicum animale*). Lambang adalah ekspresi dari manusia.

Dakwah Islam berupaya untuk menegakkan kepribadian yang berakhlakul karimah. Herman Soewardi (2003: 26) mengajukan 3 (tiga) tujuan operasional dakwah, yaitu: menjadikan orang lurus dan benar dengan melakukan kebaikan dan menghilangkan kemungkar (amar ma'ruf dan nahi munkar); melahirkan kekuatan pada diri seseorang melalui karya-karyanya; karsa; tinggi profesionalisme di bidang masing-masing. Dakwah Islam diarahkan pada terbinanya kesalehan pribadi.

B. Retorika sebagai Seni Berbicara

Retorika berasal dari bahasa Yunani “*Rhetor*” atau bahasa Inggris “*Orator*” yang berarti kemahiran dalam berbicara dihadapan umum. I Gusti Ngurah Oka, memberikan definisi sebagai berikut :*Ilmu yang mengajarkan tindak dan usaha yang untuk dalam persiapan, kerjasama, serta kedamaian ditengah masyarakat.* Dengan demikian termasuk dalam cakupan pengertian retorika adalah: seni berbicara atau kemahiran dan kelancaran berbicara serta kemampuan memproduksi gagasan, Kemampuan mensosialisasikan sehingga mampu mempengaruhi audience. Dari cakupan pengertian diatas, maka ada dua hal yang perlu ditarik dan diperhatikan, yaitu kemahiran atau seni dan ilmu.

Retorika sebagai kemahiran atau seni sudah barang tentu mengandung unsur bakat (*nativisme*), kemudian retorika sebagai ilmu akan mengandung unsur pengalaman (*empirisme*), yang bisa

digali, dipelajari dan diinventarisasikan. Hanya sedikit perbedaan bagi mereka yang sudah mempunyai bakat akan berkembang lebih cepat, sedangkan bagi yang tidak mempunyai bakat akan berjalan dengan lamban. Dari sini kemudian lahirlah suatu anggapan bahwa Retorika merupakan *artistic science* (ilmu pengetahuan yang mengandung seni), dan *scientivicart* (seni yang ilmiah). Sementara menurut yang lain, retorika (*rbetoric*) secara harfiah artinya berpidato atau kepandaian berbicara Dan kini lebih dikenal dengan nama *Public Speaking*. Dewasa ini retorika cenderung dipahami sebagai “omong kosong” atau “permainan kata-kata” (“*words games*”), juga bermakna propaganda (memengaruhi atau mengendalikan pemikiran-perilaku orang lain). Teknik propaganda “*Words Games*” terdiri dari *Name Calling* (pemberian julukan buruk, *labelling theory*), *Glittering Generalities* (kebalikan dari *name calling*, yakni penjulukan dengan label asosiatif bercitra baik), dan *Eufemism* (penghalusan kata untuk menghindari kesan buruk atau menyembunyikan fakta sesungguhnya). Menurut *Kenneth Burke*, bahwa setiap bentuk-bentuk komunikasi adalah sebuah drama. Karenanya seorang pembicara hendaknya mampu mendramatisir (membuat jama’ah merasa tertarik) terhadap pembicara, sedangkan menurut *Walter Fisher* bahwa setiap komunikasi adalah bentuk dari cerita (*storytelling*). Karenanya, jika kita mampu bercerita sesungguhnya kita punya potensi untuk berceramah dan untuk menjadi muballigh.

C. Retorika atau Gaya Bahasa (*Stelistika*)

Diantara retorika dalam komunikasi dakwah menurut pendekatan stelistika seni gaya bahasa meliputi :

1. *Metafora* (menerangkan sesuatu yang sebelumnya tidak dikenal dengan mengidentifikasinya dengan sesuatu yang dapat disadari secara langsung, jelas dan dikenal, tamsil);
2. *Monopoli Semantik* (penafsir tunggal yang memaksakan kehendak atas teks yang multi-interpretatif);
3. *Fantasy Themes* (tema-tema yang dimunculkan oleh penggunaan kata/istilah bisa memukau khalayak);

4. *Labelling* (penjulukan, audiens diarahkan untuk menyalahkan orang lain),
5. *Kreasi Citra* (mencitrakan positif pada satu pihak, biasanya si subjek yang berbicara);
6. *Kata Topeng* (kosakata untuk mengaburkan makna harfiahnya/realitas sesungguhnya);
7. *Kategorisasi* (menyudutkan pihak lain atau skenario menghadapi musuh yang terlalu kuat, dengan memecah-belah kelompok lawan);
8. *Gobbledygook* (menggunakan kata berbelit-belit, abstrak dan tidak secara langsung menunjuk kepada tema, jawaban normatif);
9. *Apostrof* (pengalihan amanat dengan menggunakan proses/kondisi/pihak lain yang tidak hadir sebagai kambing hitam yang bertanggung jawab kepada suatu masalah).

D. Kontribusi retorika dalam komunikasi dakwah

1. Retorika (Dakwah) Islam

Retorika dakwah sendiri berarti berbicara soal ajaran Islam. Dalam hal ini, Dr. Yusuf Al-Qaradhawi dalam bukunya, *Retorika Islam* menyebutkan prinsip-prinsip retorika Islam sebagai berikut:

- a. Dakwah Islam adalah kewajiban setiap Muslim.
- b. Dakwah Rabbaniyah ke Jalan Allah.
- c. Mengajak manusia dengan cara hikmah dan pelajaran yang baik.
- d. Cara hikmah artinya berbicara kepada seseorang sesuai dengan bahasanya, ramah memperhatikan tingkatan pekerjaan dan kedudukan, serta gerakan bertahap.

Secara ideal, masih menurut Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, karakteristik retorika Islam adalah sebagai berikut :

- a. Menyeru kepada spiritual dan tidak meremehkan material.
- b. Memikat dengan Idealisme dan Mempedulikan Realita.
- c. Mengajak pada keseriusan dan konsistensi, dan tidak melupakan istirahat dan berhibur.

- d. Berorientasi futuristik dan tidak memungkiri masa lalu.
- e. Memudahkan dalam berfatwa dan menggembirakan dalam berdakwah.
- f. Menolak aksi teror yang terlarang dan mendukung jihad yang disyariatkan.

2. Pentingnya Retorika dalam Dakwah

Retorika dalam hal ini mencakup ceramah, pidato, atau khutbah merupakan salah satu bentuk kegiatan dakwah yang sangat sering dilakukan di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Bahkan khutbah pada hari Jumat adalah merupakan kegiatan wajib yang harus dijalankan saat melaksanakan sholat Jum'at. Agar ceramah atau khutbah dapat berlangsung dengan baik, memikat dan menyentuh akal dan hati para jamaah, maka pemahaman tentang retorika menjadi perkara yang penting.

Dengan demikian, disamping penguasaan konsepsi Islam dan pengamalannya, keberhasilan dakwah juga sangat ditentukan oleh kemampuan komunikasi antara sang muballigh atau khatib dengan jama'ah yang menjadi obyek dakwah. Menurut Syaikh Muhammad Abduh, ayat tersebut menunjukkan, dalam garis besarnya, umat yang dihadapi seorang da'i (objek dakwah) dapat dibagi atas tiga golongan, yang masing-masingnya dihadapi dengan cara yang berbeda-beda sesuai hadits: *"Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan kadar (takaran kemampuan) akal mereka"*.

- a. Ada golongan cerdik-cendekiawan yang cinta kebenaran, berpikir kritis, dan cepat tanggap. Mereka ini harus dihadapi dengan *hikmah*, yakni dengan alasan-alasan, dalil dan hujjah yang dapat diterima oleh kekuatan akal mereka.
- b. Ada golongan awam, orang kebanyakan yang belum dapat berpikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian tinggi-tinggi. Mereka ini dipanggil dengan *mau'idzatul basanah*, dengan ajaran dan didikan, yang baik-baik, dengan ajaran-ajaran yang mudah dipahami.

- c. Ada golongan yang tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan tersebut. Mereka ini dipanggil dengan *mujadalah billati biya absan*, yakni dengan bertukar pikiran, guna mendorong supaya berpikir secara sehat.

Berikut ini ada beberapa kiat agar ceramah atau komunikasi dakwah dapat berhasil bisa dengan menggunakan retorika yang baik:

- a. Pahami dan kuasai pembahasan secara baik. Perlu setiap da'i menyiapkan kisi materi pembicaraan dan rujukan yang diperlukan agar ketika berbicara tidak kehilangan kontrol.
- b. Amalkan ilmu yang disampaikan dan diajarkan. Beri contoh dari diri sendiri tentang apa yang hendak disampaikan, hal ini untuk menutup prasangka orang lain bahwa kita "omong kosong".
- c. Pilih pembicaraan yang sesuai dengan keadaan dan kebutuhan, pandai melihat fenomena yang berkembang di tengah hadirin, juga latar belakang *social cultural* mereka. Hal ini agar lebih mendekati kebutuhan audiens dan membangkitkan spirit keagamaan mereka.
- d. Sampaikan informasi segar sesuai dengan perkembangan yang berlangsung. Fenomena kekinian yang terjadi bisa menjadi informasi menarik bagi hadirin. karenanya perlu disampaikan sesuai kebutuhan dan bisa menjadi penambah materi yang disampaikan.
- e. Gaya atau cara penyampaiannya hendaknya yang variatif, tekanan suara, turun naik nada, penggalan kalimat, hingga bunyi suara (tenor, bariton, dsb), merupakan bagian dari retorika yang amat penting.
- f. Diantara bagian-bagian retorika itu, sekali-kali perlu diselipkan humor untuk lebih menekankan minat dan perhatian pendengar. Namun demikian, hindari jenis humor yang justru bertentangan dengan esensi dakwah. Janganlah humor yang "esek-esek", walaupun memang humor jenis demikian sangat digemari orang banyak.
- g. Dalam ceramah seringkali ada kalimat-kalimat yang amat penting untuk dipertegas kepada pendengar. Kalimat itu harus diberi

penekanan dengan cara mengulang-ulang, karena dengan begitu jama'ah mendapat kejelasan yang memadai. Bahkan hal ini bisa dibantu dengan menggunakan gerakan tangan seperti menunjukkan atau memperlihatkan jumlah jari sebagai isyarat dari jumlah masalah yang menjadi pembahasan. Ini berarti diperlukan penggunaan bahasa badan untuk memperjelas, memudahkan pemahaman dan meningkatkan daya tarik ceramah agar lebih komunikatif.

- h. 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.
- i. Disiplin dengan waktu yang telah disepakati. Sebaik-baik pembicaraan adalah yang pendek namun efektif, sedang seburuk-buruk pembicaraan adalah yang panjang bertele-tele tapi menyesatkan. Karena itu alangkah bijaknya da'i menepati waktu yang telah ditetapkan untuk berceramah baginya.
- j. Dan yang tidak kalah pentingnya dari semua kiat di atas, adalah landasi dakwah kita ini semata-mata untuk mencari ridlo Allah SWT. Bukan karena mencari ketenaran, dipuji orang, atau hal-hal yang bersifat duniawi, namun semata-mata demi meninggikan kalimah Allah (Ma'arif, 2010: 17)

3. Dakwah Islam Adalah Kewajiban bagi Setiap Muslim

Prinsip pertama yaitu, mengetahui dakwah islam adalah kewajiban bagi setiap muslim. Hal ini merupakan perintah langsung dari Allah Ta'ala untuk berdakwah, maka setiap individu muslim tertuntut untuk melakukannya dengan bentuk dan cara tertentu. Perintah-Nya, *"Aku berdakwah kepada Allah,aku dan orang-orang yang mengikutiku dengan hujjah yang nyata."*

Sudah tentu, bentuk dakwah dapat berbeda-beda dari satu orang ke orang lainnya, sesuai dengan kemampuan dan potensi masing-masing. Dakwah kepada Allah dapat dilakukan dengan menulis

buku-bukku, mempresentasikan ceramah-ceramah di perguruan tinggi atau pusat keilmuan, atau menyampaikan khutbah jum'at, pengajian dan pengajaran agama, di masjid dan tempat-tempat lain. Ada juga yang melakukan dakwah dengan kalimat thayibah pergaulan yang baik dan keteladanan. Dan ada lagi orang berdakwah dengan menyediakan fasilitas-fasilitas material demi kemaslahatan dakwah; memberi infak untuk para dai, atau menyebarkan produktivitas dakwah, atau membangun pusat aktivitasnya, sesuai dengan pernyataan Nabi, *"Barang siapa mempersiapkan tentara fi sabilillah maka sesungguhnya ia telah ikut berperang"*. Substansi hadits ini memberi peluang kepada kita untuk mengungkapkan pernyataan analogis, yaitu, *"Barang siapa mempersiapkan dai fi sabilillah maka sesungguhnya dia telah berdakwah."*

4. Dakwah Rabbaniyah Ke Jalan Allah

Prinsip kedua, seorang ahli dakwah harus benar-benar memahami, bahwa dia menyeru ke *Sabilillah*, atau jalan Allah, untuk menunjukkan manusia ke jalan yang telah digariskan-Nya, sehingga mampu melakukan ibadah kepada-Nya semata dan bermuamalah sesama manusia dengan baik dan benar. Dengan begitu, akan mendapatkan kebahagiaan di dunia, dan di akhirat kelak memperoleh imbalan yang terbaik.

Seorang dai tidak mengajak orang lain untuk ikut menuju jalannya sendiri, atau kelompoknya. Tetapi harus mengajak mereka ke jalan Tuhan-Nya semata. Perhatikan firman Allah, *Tidak wajar bagi seseorang manusia bahwa Allah berikan kepadanya Al-Kitab, hikmah dan kenabian, lalu ia berkata kepada manusia: "Hendaklah kamu menjadi penyembah-penyembahku bukan menyembah Allah."* (Ali Imran:79)

Sangat jelas, untuk tidak mengajak kepada tatanan manusia, filsafat duniawi, dan hukum buatan manusia. Tidak juga, melaksanakan perintah sultan, raja, presiden, atau amir. Sebaliknya, mengajak kepada kebebasan manusia dari penghambaan kepada manusia sendiri. Karena manusia dalam pandangan Islam tidak memiliki kekuasaan untuk membuat hukum yang mutlak, menghalalkan atau mengharamkan kehendaknya sendiri. Seperti yang terjadi dalam suatu fase sejarah, sehingga dicela oleh Al-Qur'an dengan firman-Nya:

اتَّخَذُوا أَحْبَارَهُمْ وَرُهْبَانَهُمْ أَرْبَابًا مِّن دُونِ اللَّهِ وَالْمَسِيحَ
ابْنَ مَرْيَمَ وَمَا أُمُورُهُمْ إِلَّا لِيُعْبَدُوا بِإِذْنِ اللَّهِ وَحَدًّا لَّا إِلَهَ إِلَّا هُوَ
سُبْحٰنَهُ عَمَّا يُشْرِكُونَ

“Mereka menjadikan orang-orang alimny, rahib-rahib mereka sebagai tuhan selain Allah, dan (juga mereka mempertabahkan) Al-Masih putra maryam; padahal mereka hanya disuruh menyembah Tuhan yang maha Esa; tidak ada tuhan (yang berhak disembah) selain Dia. Maha suci Allah dari apa yang mereka persekutukan. “(At-Taubah: 31).

Tiba saatnya kepada seluruh manusia untuk membebaskan diri dari belenggu penghambaan dan penuhunan antar sesama. Mereka semua harus bergegas menuju penyembahan kepada Allah semata, Tuhan yang menciptakan mereka, dan menciptakan langit dan bumi beserta isinya, serta menyempurnakan kenikmatan lahir dan batin untuk mereka.

5. Mengajak manusia dengan cara Hikmah dan Pelajaran yang baik

Ada beberapa prinsip ajakan kepada manusia secara umum, dan kaum muslimin secara khusus, menuju jalan Allah dengan dua cara; hikmah dan mau'idzah hasanah (pelajaran yang baik):

Pertama Cara Hikmah atau Bersikap Ramah

Pengertian hikmah di sini ialah mengajak bicara kepada akal manusia dengan dalil-dalil ilmiah yang memuaskan, dan dengan bukti-bukti logika yang cemerlang. Semua itu dimaksudkan untuk mengikis keragu-raguan dengan argumentasi dan penjelasan-penjelasan, menolak hal-hal yang *syubhat* dan mengalihkan kepada hal-hal yang jelas, tegas dan mudah dipahami, dan menghindari permasalahan *dzanni* menuju permasalahan yang *qath'i*, permasalahan parsial menuju universal, dan permasalahan *furu'* menuju permasalahan pokok (ushul).

Termasuk cara hikmah, berbicara terhadap orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahaminya dan diterima oleh akalnya. Bukan dengan sesuatu yang sulit dimengerti. *Ali Radhiyallahu Anhu* menuturkan

nasehat berharga, seraya berkata, "Ajaklah manusia berbicara dengan sesuatu yang mereka pungkiri (susah dipahami), apakah kamu menghendaki apabila Allah dan Rasul-Nya didustakan?"

Termasuk hikmah pula, untuk bersikap ramah dan lemah lembut dalam menyampaikan perintah dan larangan. Menyiapkan diri terhadap orang-orang yang didakwahi sebelum menyampaikan risalah kepada mereka, serta berpegang teguh kepada metode Nabi dalam dakwah dan pengajaran, sebagaimana perintah beliau, "*permudahlah dan janganlah mempersulit, berilah berita gembira dan janganlah menyusahkan.*"

Diriwayatkan secara *mu'allaq* oleh Al-Bukhari dalam shahihnya pada kitab Al-Ilmi. (Atsar ini mengandung pelajaran tentang pendalaman suatu ilmu, memperhatikan kondisi orang yang diajak bicara, dan kewajiban yang menyampaikan ilmu. Hendaknya menghindari berbicara kepada masyarakat awam tentang hal-hal yang mengandung syubhat, demikian dalam Fath Al-Bari. (penj.)

Oleh sebab itu, kita tidak membebani seseorang dengan suatu urusan yang tidak kuat dipikulnya. Dengan begitu, dia tidak menolak seruan kita, atau mengatakan kepada kita, "*apabila aku menyuruh kamu sekalian untuk melakukan sesuatu, maka kerjakan sesuai dengan kemampuanmu.*" Muttafaq Alaih, dari Abu Hurairah, di dalam *Al-Lu'lu' wa Al-Marjan*.

Cara *hikmah* lainnya yang harus diperhatikan dalam berdakwah, yaitu mengajak manusia secara *tadarruj* (gradual/bertahap), karena *tadarruj* sendiri merupakan hukum alam, sebagaimana ia merupakan hukum syariat. Dikatakan hukum alam, sebab dalam penciptaan manusia sendiri misalnya, melalui proses gradual dari satu tahapan ke tahapan berikutnya; mulai dari *nuthfah*, kemudian segumpal darah, kemudian segumpal daging, kemudian segumpal tulang-belulang yang berbungkus daging, kemudian menjadi satu bentuk yang lain. Mengenai proses penciptaan manusia dapat dilihat dalam Al-Qur'an, di antaranya pada surat-surat; *Al-Hajj: 5*, *Ghafir: 67*, *Al-Mukminun: 14*, *Al-Qiyamah: 37-38*, dan lainnya (penj).

Adapun dikatakan sebagai sunah syariat, karena Allah swt menyeru kepada Rasul-Nya, Muhammad saw untuk memperkuat akidah dan sendi-sendi akhlak terlebih dahulu. Hal ini tampak jelas di dalam surat-surat makiyyah. Kemudian berkesinambungan menuju dimensi praktis secara gradual. Sedikit demi sedikit, ayat-ayat yang menyeru kepada ibadah praktis diturunkan. Bermula dari mendirikan shalat, yang diwajibkan sebelum hijrah ke madinah. Kemudian perintah mengeluarkan zakat dan puasa Ramadhan pada tahun kedua dari hijrah Nabi. Dilanjutkan dengan perintah wajib haji bagi orang-orang yang mampu.

Denga demikian sangat membutuhkan penerangan secara bertahap, dimulai dari unsur-unsur yang *muttaqaf* dalam tubuh umat Islam, bukan dari permasalahan khilafiah dalam akidah maupun hukum.

Kedua Mau'idzah Hasanah

Jika cara hikmah mengajak berbicara kepada akal agar memaklumi pesan-pesan, maka dakwah dengan cara *mau'idzah hasanah* (pelajaran yang baik) adalah mengajak berbicara kepada hati dan perasaan agar menyadari dan tergerak untuk bertindak. Karena manusia memiliki dua instrumen vital yang harus kita perhatikan dengan seksama demi meraih hasil yang sempurna, yaitu akal dan hati. Akal untuk memahami dan mendalami, sehingga mencapai pengetahuan. Adapun hati untuk merasakan dan menghayati, sehingga timbul kemauan dan emosional, rasa suka atau rasa benci.

Semua manusia pada dasarnya membutuhkan dua metode dakwah ini. Suatu saat cara hikmah lebih tepat dan disaat lain cara *mau'idzah hasanah* lebih efektif. Meskipun mayoritas orang awam lebih membutuhkan *mau'idzah hasanah* yang menggerakkan perasaan dan menggugah emosional untuk melakukan kebaikan, sedangkan mayoritas kaum intelektual (elite) lebih cenderung kepada cara hikmah yang menstimulasi akal mereka untuk menerima kebenaran dari statemen-statemen ilmiah-logis, pada gilirannya tergerak untuk melakukan kebaikan dan kebenaran itu.

Terkadang juga, kebaikan itu terletak pada cara yang luwes antara pemberian ancaman dengan pemberitaan gembira, antara peringatan dan nasehat. Kita tidak boleh menakut-nakuti seseorang sampai-sampai dia putus harapan dari kenikmatan Allah swt. Karena sesungguhnya Dia telah berfirman dalam QS. Yusuf : 87.

يَبْنِي أَذْهَبُوا فَتَحَسَبُوا مِنْ يُوْسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَأْتِسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَأْتِسُ
مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ

“Hai anak-anakku, pergilah kamu, Maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”.(QS. Yusuf: 87)

6. Strategi Retorika dalam komunikasi dakwah

a. Pentingnya strategi dalam dakwah

Sejarah menunjukkan bahwa mengajak orang kepada kebaikan, dan berbuat kebajikan serta mencegah kemunkaran (*al-kebayr, amr maruf, dan nahyi munkar*) tidak mudah, apalagi dakwah masa kini (kontemporer). Dakwah *kontemporer* menghadapi berbagai tantangan, terutama banyaknya informasi atau pesan media massa yang tidak sejalan dengan dakwah seperti manipulasi informasi dalam periklanan dan tayangan kekerasan dan *pornografi* (gambar cabul). Demikian juga banyak konten dalam jejaring sosial atau internet (*international networking*) di dunia maya, yang justru langsung menentang dakwah terutama konten pornografi yang di dukung oleh *liberalisme, pragmatisme, materialisme, dan sekularisme* serta kebebasan informasi yang sedang melanda dunia melalui globalisasi.

Hal tersebut dapat disebut sebagai “lawan dakwah” yang harus di hadapi dan di ubah, agar tidak membawa manusia kepada derajat yang rendah. Lawan dakwah adalah semua bentuk kemunkaran yang berkaitan dengan studi komunikasi seperti pesan atau konten yang berisi kebohongan, manipulasi, fitnah, kekerasan, dan pornografi, serta citra dan Opini Publik yang tidak berpihak kepada dakwah.

Selain faktor eksternal tersebut, juga faktor internal manusia memang memiliki potensi dan kecenderungan membandel dari fitrah dan *kehanifaannya*, dengan melakukan sikap dan perilaku yang negatif yaitu zalim dan kafir, bakhil, membantah, membandel serta berbuat dosa, sebagaimana telah di jelaskan pada bab yang lalu. Hal ini dapat mempermudah penerimaan terhadap berbagai pesan dan konten yang berlawanan dengan dakwah.

Manusia sesungguhnya merupakan makhluk *paradoksal*, yang harus berjuang mengatasi konflik dari kekuatan yang saling bertentangan antara fitrah dan *kehanifaannya* dengan mengikuti kecenderungan negatif. Justru itu dakwah bertujuan mengembalikan manusia kepada fitrah dan *kehanifaannya*, karena akan membawa kepada kehidupan yang harmonis, selamat dan senang (*Islam*) yang merupakan idaman banyak orang. Kecenderungan kepada kebaikan, kesucian, kebenaran dan keadilan bersifat universal dan lebih dominan pada kebanyakan di dunia.

b. Perumusan Strategi Dakwah

Dalam proses dakwah sebagai salah satu jenis komunikasi manusia, sebagaimana telah dijelaskan, hanya dapat di kontrol atau dikendalikan beberapa aspek saja dari semua aspek yang kompleks, yaitu komunikator, pesan, dan metode. Sedangkan unsur khalayak dan media massa sangat sulit dikendalikan. Bahkan untuk sebuah komunikasi yang efektif khalayak dan media massa justru dapat menjadi pengendali, dalam arti bahwa dakwah harus menyesuaikan diri dengan unsur-unsur tersebut. Artinya isi pesan atau materi menyesuaikan diri dengan kondisi khalayak dan media (*wasilah*) massa atau media interaktif yang tersedia.

Dalam hal-hal tertentu media dapat di kendalikan terutama media individual dan media interaktif (*internet*), serta media massa yang memang didirikan sebagai media dakwah.

Sedangkan media massa yang didirikan sebagai industri informasi yang bersifat independen dan otonom, pada umumnya sukar dikendalikan, karena media massa justru menentukan berbagai kriteria tentang orang dan pesan yang akan ditampilkan. Bahkan media massa justru dapat tampil sebagai “lawan dakwah” yang amat terpaksa. Demikian juga media interaktif yang merupakan jaringan internasional (*internet*), jauh lebih sulit lagi dikendalikan, karena bersumber dari masyarakat nonmuslim atau penganut pragmatisme, sekularisme, atau atheisme, sehingga tampil sebagai “lawan dakwah” yang sangat tangguh.

Berdasarkan hal tersebut, maka langkah strategis yang harus dirumuskan ialah: (1) tersedianya komunikator dakwah dan organisasi dakwah yang terpercaya; (2) mengenal khalayak; (3) menyusun pesan; (4) menetapkan metode; (5) memilih dan memilih media serta mewarnai media massa dan media interaktif untuk membangun dan membina citra dan Opini Publik yang berpihak kepada dakwah dan islam secara berkesinambungan. Oleh karena itu strategi dakwah adalah kolaborasi yang tepat antara semua unsur dakwah mulai dari dai atau mubalig serta organisasi atau lembaganya, pesan, metode dan media yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak.

Dari semua unsur yang disajikan di muka, maka yang paling utama adalah unsur komunikator (orang dan lembaga), karena komunikatorlah yang membuat perencanaan dan perumusan strategi untuk lahirnya efektivitas dakwah. Dengan demikian komunikator memiliki peranan penting dan sangat strategis dalam perumusan strategi dan efektivitas dakwah (Arifin, Anwar, 1994 : 235-237).

c. Peranan Komunikator Dakwah

Langkah strategis yang pertama dalam dakwah sejak kehadiran islam yang harus tersedia adalah diantara ummat ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh

(berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar, dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (QS.3:104). Jelas, bahwa dalam melaksanakan dakwah, harus dimulai dengan hadirnya sejumlah dai atau mubalig yang terorganisasi dan orang-orang yang berdakwah itu adalah orang yang beruntung, karena melakukan amal saleh dengan terlebih dahulu beriman kepada Tuhan.

Dalam sejarah Islam, Nabi Muhammad SAW adalah orang pertama dalam Islam yang mengajarkan dan menyebarkan Islam yang kini telah tersebar di seluruh penjuru dunia termasuk di Indonesia. Beliau seorang komunikator dalam Islam yang diangkat oleh Tuhan sebagai nabi dan rasul-Nya menyampaikan risalah yang kemudian dilanjutkan dengan dakwah oleh ummatnya. Muhammad SAW adalah contoh komunikator yang patut diteladani, karena beliau sejak muda telah memiliki gelar *al-amin* (terpercaya) dari masyarakat.

Kualitas *al-amin* itu sangat penting dan strategis dalam komunikasi, terutama dalam dakwah. Gelar *al-amin* itu berkaitan dengan akhlak yang baik, yaitu jujur, adil, berkata benar dan jika diberi amanah tidak ingkar. Muhammad saw, telah dicatat dalam sejarah ummat manusia sebagai tokoh nomor satu dari 100 tokoh dunia yang berhasil menggerakkan perubahan dengan pendukung yang sangat besar.

d. Dai atau Mubalig Al-Amin

Peranan dai atau mubalig sangat penting dan strategis karena dai atau mubalig yang harus memahami dan melaksanakan semua langkah strategis yang diuraikan di muka yaitu mengenal khalayak, merencanakan pesan, menetapkan metode dan memilih media dan mewarnai media massa dan media interaktif sesuai kondisi khalayak yang dijadikan sasaran (publik). Dai atau mubalig adalah komunikator dakwah yang terdiri atas individu atau individu-individu yang terorganisasi

dalam suatu lembaga dakwah (organisasi sosial). Dai atau mubalig dapat juga merupakan orang-orang yang terlembagakan seperti dalam media massa (pers, film, radio dan televisi).

Hal ini menghendaki dai atau mubalig yang *al-amin* (terpercaya) karena berakhlak mulia, cakap, cerdas, terampil, visioner, dan berani serta memiliki keulamaan, ketokohan dan kepemimpinan.

Telah dijelaskan bahwa strategi itu adalah keseluruhan keputusan kondisional pada saat ini tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan pada masa depan. Oleh sebab itu, membina kepercayaan publik dan memantapkan “kelembagaan” dalam melakukan dakwah, akan merupakan keputusan yang paling tepat saat ini bagi dai atau mubalig untuk mencapai tujuan ke depan yaitu melakukan rekayasa sosial untuk terwujudnya kehidupan Islami. Justru itu dakwah harus dimuali pada diri para dai atau mubalig, agar terpercaya dalam masyarakat. Hal ini di sebut *kredibilitas* komunikator dalam ilmu komunikasi.

Kredibilitas atau *al-amin* seorang komunikator menurut Jasmes McCroskey (1966) dapat dimiliki oleh seseorang karena: (1) *competence* yaitu kompetensi atau penguasaan terhadap substansi yang disampaikan, (2) *attitude* yaitu sikap tegas pada prinsip, (3) *intention*, yaitu tujuan yang baik, (4) *persolity*, yaitu kepribadian yang hangat dan bersahabat, dan (5) *dynamism*, yaitu dinamika yang menunjukkan cara penyajian yang menarik dan tidak membosankan.

e. Mengajak diri dan Membangun Kredibilitas

Dalam upaya membangun kredibilitas atau kepercayaan publik, maka para dai atau mubalig harus selalu mengajak diri sendiri berbuat baik, melakukan makruf dan mencegah kemunkaran, serta menguasai bidang agama. Atau para dai atau mubalig harus menjadi contoh dan teladan sebagai manusia

yang terpercaya (*al-amin*) karena mencapai puncak kemanusiaan yang tertinggi, dengan beriman, berilmu dan beramal saleh. Mengajak diri sendiri atau “mendakwahi” diri sendiri di sebut dakwah *nafsiyah*, sebagai kewajiban seorang mukmin dan muslim dalam memelihara diri agar terhindar dari api neraka. Hal ini sangat penting dan strategis bagi para dai atau mubalig dalam membina kepercayaan *mad'u* atau khalayak, untuk mencapai efektivitas dakwah sebagai sebuah upaya rekayasa sosial ke arah terwujudnya kehidupan Islami.

Selain itu dalam *tadzkiir* dan *tambih*, yang dapat diartikan sebagai “penyadaran” bukan saja dialamatkan kepada orang jahil, melainkan juga kepada diri sendiri dan kepada sesama dai atau mubalig. Proses penyadaran dan “mendakwahi” diri sendiri adalah proses internalisasi individu, yang telah di kembangkan dalam paradigma *psikologis* dengan lokus pada terbentuknya *filter konseptual*, yang kemudian sangat mewarnai kepribadian seseorang dalam bersikap, berpendapat dan berperilaku. dalam paradigma psikologis di jelaskan bahwa berpikir untuk kebaikan dan mencegah kemunkaran bagi diri sendiri sama dengan berdakwah.

Penyadaran pada diri sendiri sebagai upaya “mendakwahi” diri sendiri merupakan juga upaya untuk menjaga, merawat dan membina diri, agar tetap terpercaya sebagai komunikator, dai atau mubalig. Orang yang terpercaya itu dalam dakwah selain memiliki keulamaan, pada umumnya memiliki juga “ketokohan” dan “kepemimpinan” dalam masyarakat, yang harus selalu dijaga, dirawat dan dibinanya. Ketokohan dan kepemimpinan itu melekat pada diri seseorang karena memiliki kredibilitas (terpercaya), daya tarik fisik, kharisma, kepakaran atau kekuasaan. Secara khusus, ketokohan dalam Islam dan dakwah itu sangat terkait dengan keulamaan, yaitu kepakaran dalam bidang agama. Hal ini sangat penting karena pada umumnya khalayak atau publik, lebih memberi

perhatian kepada seorang tokoh atau mubaligh yang di kenal keulamaanya dan kemampuannya dalam berdakwah serta dedikasinya terhadap pengembangan Islam.

“ketokohan” dapat disamakan juga dengan istilah *ethos*, yaitu gabungan antara kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan. Pada dasarnya *ethos* menurut Aristoteles adalah kekuatan yang dimiliki oleh seorang tokoh karena karakter personanya sehingga ucapan dan perilakunya di percaya oleh masyarakat. Selain *ethos*, aristoteles juga menyebut syarat seorang retor atau pembicara dalam retorika, yaitu *pathos* dan *logos*. *Pathos* ialah kekuatan yang dimiliki oleh seorang tokoh dalam mengendalikan emosi khalayak. Sedangkan *logos* ialah kekuatan yang dimiliki oleh seorang karena argumentasinya dalam berbicara kepada orang lain dan kepada khalayak (orang banyak).

Dai atau mubalig yang memiliki “ketokohan” karena keulamaannya, pada umumnya disenangi oleh khalayak (*mad'u*) dakwah karena sesuai dengan citra dai atau mubalig ideal baginya. Citra mubalig atau dai ideal yang dimaksud itu ialah dai atau mubalig yang memiliki “ketokohan” karena keulamaannya, karena mempunyai sifat-sifat utama seperti kecakapan, kedewasaan, kejujuran, kebenaran, kepantasan dan sebagainya. Hal ini harus dijaga, dibina dan dirawat terus oleh dai atau mubalig yang bersangkutan dengan melakukan penyadaran diri atau mengajak dan membina dirinya sendiri secara berkesinambungan.

Seorang tokoh dakwah pada dasarnya dan pada umumnya adalah seorang *pemimpin* formal maupun informal, yang mendapat kepercayaan (*al-amin*) dari publik. Dalam retorika atau pidato dakwah (*tabligh atau khotbah*) di hadapan massa, pada umumnya khalayak atau jamaah akan lebih memerhatikan *siapa* (tokoh dakwah), ketimbang *apa* (pesan dakwah) yang akan disampaikan. Publik atau jamaah akan tertarik bukan saja kepada *isi* pidato, tetapi terutama tertarik kepada *siapa* yang berpidato.

Hal ini menunjukkan bahwa ketokohan adalah hal yang sangat utama dalam dakwah terutama dalam upaya pencitraan dan pembinaan Opini Publik serta efektivitas dakwah.

Daya tarik fisik tubuh, busana dan dukungan fisik lainnya, yang bersifat *nonverbal* dalam komunikasi dapat juga memperkuat ketokohan. Beberapa hasil studi menunjukkan bahwa *laki-laki* yang tampan atau *perempuan* yang cantik, memiliki daya tarik tersendiri sebagai komunikator yang efektif. Demikian juga faktor suara, yaitu volume suara yang merdu bagi perempuan atau serak-serak basah bagi laki-laki, sangat kuat daya persuasifnya bagi khalayak. Di samping itu perkenalan yang lama dan sudah melakukan kerjasama (*familiarity*) atau tempat tinggal mereka berdekatan (bertetangga) atau menjadi anggota dalam suatu organisasi yang sama dan menjadi alumni perguruan yang sama, juga memperkuat “ketokohan” seorang da’i atau mubaligh. Ketokohan dapat juga terbangun karena sukses dalam suatu bidang atau beberapa bidang, sehingga pada umumnya mendapat simpati khalayak dan mengundang kekaguman (Rahmad Jalaluddin, 1982 : 139-145)

Dalam upaya membina ketokohan sebagai da’i atau mubaligh yang efektif, perlu menciptakan atau memelihara kebersamaan dengan khalayak (jamaah). Hal ini merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan. Persamaan-persamaan yang dimiliki antara para mitra dakwah, akan memudahkan interaksi dan akan menimbulkan efek yang positif. Keakraban atau hubungan baik dai atau mubaligh dengan khalayak (mad’u) merupakan hal yang penting dalam proses dan efektivitas dakwah dan dapat juga berfungsi sebagai upaya penyadaran diri sendiri.

Selain itu, keakraban tersebut dapat tercipta jika dai atau mubaligh dengan khalayak dapat hidup dalam suatu komunitas yang sama, dengan bekerjasama dan “bermain” (OLAH RAGA) bersama. Hal ini dapat terjadi jika dai atau mubaligh

dengan mad'u (khalayak) banyak terjadi persamaan terutama dalam hal nilai-nilai, pendidikan, status dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari, memang pemindahan paling banyak terjadi pada sumber dan penerima (komunikasi) yang serupa, sama dan seragam, terutama dalam hal bahasa, nilai-nilai, watak, pendidikan dan sebagainya.

Dalam ilmu komunikasi diajarkan bahwa persamaan komunikator dengan khalayak seperti dikemukakan di atas, oleh Rogers dan Shoemaker (1971) disebut istilah *homofili*. Sedangkan jika komunikator dengan istilah *heterofili*. Komunikasi akan lebih efektif jika sumber (komunikator) dengan penerima adalah homofili. Artinya antara komunikator dan khalayak memiliki pengertian yang sama, pendidikan yang sama, pekerjaan yang sama dan sebagainya, sebaliknya komunikasi akan mengalami hambatan jika antara komunikator dengan khalayak terdapat banyak perbedaan.

Kepakaran, keahlian, kekuasaan informal, kekuasaan rujukan dan kekuasaan rujukan dan kekuasaan legal yang dimiliki oleh dai atau mubaligh, juga memiliki ketokohan dan kepemimpinan (*leadership*) di mana keseluruhan syarat yang dikemukakan di atas, di penuhi. Kepemimpinan berarti kemampuan menggerakkan dan memengaruhi orang banyak. Dai atau mubaligh yang memiliki kepemimpinan akan mudah dan cepat yang memiliki kepemimpinan akan mudah dan cepat memengaruhi khalayak melalui pencitraan yang optimal.

f. Memantapkan lembaga

Allah menghendaki ada segolongan orang dari umat Islam yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (QS.3;104). Dengan kata lain dakwah hendaknya dilakukan secara organisasi atau lembaga, karena citra diri dai atau mubaligh bagi khalayak itu dapat juga terbentuk melalui dukungan lembaga tempat mereka berkiprah.

Demikian juga dukungan lembaga lain yang sudah memiliki nama atau citra yang baik sangat diperlukan.

Berdasarkan hal tersebut maka upaya membina ketokohan karena keulamaan sebagai langkah strategis utama harus dibarengi juga dengan upaya memantapkan kelambagaan atau membesarkan lembaga, karena ketokohan seorang dai atau mubaligh akan meningkat, jika di dukung oleh lembaga yang ternama atau berkiprah dalam lembaga tersebut. lembaga merupakan sebuah kekuatan yang besar dalam membantu proses dakwah efektif.

g. Menyusun Pesan dan Materi Dakwah

Sebuah pesan dalam dakwah dapat bersifat verbal dan non verbal. Pesan yang bersifat verbal dapat disebut sebagai isi pesan atau materi (*maddab*) dakwah. Perencanaan pesan dakwah (*verbal dan non verbal*) dapat dilakukan dengan menggunakan tradisi retorika, yang telah berkembang jauh sebelum masehi. Fokus perhatian dalam tradisi retorika itu yang dikenal dengan “karya agung” retorika, yaitu penemuan (*invention*), penyusunan (*arrangement*), gaya (*style*), penyampaian (*delivery*) dan ingatan (*memory*). (Karen, 2008:247)

Karya agung retorika itu merupakan unsur penting dalam merencanakan pesan. Oleh karena itu perencanaan pesan diawali dengan ide-ide penemuan, pengaturan ide, memilih cara membingkai ide-ide penemuan, pengaturan ide, memilih cara membingkai ide-ide itu dengan bahasa yang kesemuanya dapat disebut konseptualisasi. Kemudian menyusun simbol-simbol terutama yang terkait dengan orang dan konteks. Demikian juga dengan gaya yang berkaitan dengan penyajian dari semua simbol tersebut, yang diteruskan dengan penyampaian, yaitu perwujudan dari simbol-simbol yang mencakup pilihan non verbal untuk berbicara, menulis atau memediasi pesan. Terakhir adalah daya ingat, yang berarti tidak lagi hanya mengacu pada

penghafalan, tetapi bagaimana menyimpan dan mengolah informasi.

h. Mengutamakan Etika

Jika perspektif komunikasi Islam (islami) harus dikaitkan dengan ajaran agama Islam (Al-Qur'an dan Hadist Nabi) maka salah satu sifat khas komunikasi Islam (islami) tentulah faktor etika (*akhlakul karimah*). Berarti teori (perspektif) komunikasi Islam (islami) memang memiliki perbedaan dengan yang non-islam. Dengan sendirinya pula unsur *content* mengikut unsur komunikator. Artinya, komunikator harus menjunjung tinggi etika. Ia harus memiliki nilai-nilai etika yang tinggi dalam menyampaikan pesan berbicara, berpidato, berkhotbah, berceramah, menyiarkan berita, menulis berita, menulis artikel, mewawancara, mengkritik, melukis, menyanyi, bermain film, bermain sandiwara dipanggung pertunjukan, menari, berolah raga, dan sebagainya dimuka umum.

Komunikator tidak boleh menggunakan simbol-simbol atau kata-kata yang kasar, yang menyinggung perasaan komunikan atau khalayak. Juga komunikator tidak boleh memperlihatkan gerak-gerik, perilaku, cara pakaian yang menyalahi kaidah-kaidah agama. (Muis, 2001:72)

E. Kesimpulan

Tujuan retorika dalam kaitannya dengan Ilmu komunikasi dakwah yang paling urgen adalah: "Mempengaruhi *Audien*". Ini karena dalam berdakwah itu sendiri dibutuhkan teknik-teknik yang mampu memberikan pengaruh efektif kepada khalayak masyarakat sebagai objek dakwah (*al-mad'un*). Yang diantaranya dengan menggunakan retorika-retorika ampuh untuk mempengaruhi orang lain agar mengiyakan apa yang dikatakannya dan mengikuti apa yang diserunya. Sebagaimana dakwah adalah sarana komunikasi menghubungkan, memberikan dan menyerahkan segala gagasan, cita cita dan rencana kepada orang lain dengan motif menyebarkan kebenaran sejati.

Uraian singkat diatas kiranya telah cukup untuk dijadikan bahan pegangan dan pelajaran dalam rangka memahami retorika dihadapan umum, sekaligus dapat disimpulkan bahwa : a). Kemahiran berbicara dihadapan umum dapat dipelajari sebagaimana ilmu pengetahuan asalkan disertai dengan latihan-latihan, walaupun unsur nativisme (bakat) maupun Stelistika gaya bahasa juga ikut menunjang, b). Semua pedoman diatas pada akhirnya kembali kepada para penutur itu sendiri untuk diolah, divariasikan dengan berbagai cara sesuai dengan pengalaman-pengalaman yang diperolehnya, c). Kunci suksesnya terpantul kembali pada pribadi pembicara melalui pendekatan gaya bahasa yang baik dan benar, baik intonasinya maupun maupun pemenggalan kalaimah yang tepat.

Apabila pembicara adalah orang yang telah Mempunyai reputasi baik, pandangannya, loyalitas, integritas dan semangatnya serta sifat-sifat lain yang terpercaya maka jaminan kesuksesan pembicara untuk mempengaruhi orang lain atau mereka yang diajak berbicara. Sukses dalam mempengaruhi dengan jalan pendekatan persuasip agar yang diajak bicara, tertarik, faham kemudian tergerak pada tindakan yang dikehendaki. Mengadakan perubahan melalui kesadaran, bukan paksaan, itulah salah satu fungsi komunikasi dakwah. Oleh karenanya, dakwah Islam dilakukan dengan cara persuasif. Pesannya dipahami dan diamalkan oleh umat. Komunikasi dakwah berlangsung dengan menggunakan simbol dan lambang-lambang, karena manusia adalah makhluk bersimbol (*symbolicum animale*). Lambang adalah ekspresi dari manusia.

Keberlangsungan ajaran-ajaran Islam yang luhur dan bijaksana hingga hari ini tak dapat dilepaskan dari peran ummat Islam sendiri khususnya para da'i yang memiliki keahlian retorika dengan *Stelistika* bahasa atau gaya bahasa tertentu untuk menyebarkan Islam sesuai dengan konteksnya sehingga peranan bahasa lisan muncul kembali ditengah-tengah peradaban sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer Sebuah Study Komunikasi*, Armico, Bandung, 1994.
- Andi Abdul Muis, *Komunikasi Islam*, PT. REMAJA POSDAKARYA, Bandung, 2001.
- Bambang Ma'arif, *Pola Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2010.
- Dwi, Condro Triono, *Ilmu retorika untuk mengguncang dunia*, Irtikaz, Yogyakarta, 2009.
- Littlejohn, Stephen W, dan Karen A, Foss, *Teori Komunikasi-Theories of Human Communication*, Salemba Humanika, Jakarta, 2008.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Rhetorika Modern*, Academika, Bandung, 1982.
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Amzah, Jakarta, 2009.
- Yusuf Al-Qaradhawi, *Retorika Islam*, Khalifa, Jakarta, 2004.
- <http://www.scribd.com/doc/51773935/RETORIKA-DAKWAH>