

Integrasi Retorika Klasik dan Prinsip Qur’ani dalam Strategi Dakwah Islam Kontemporer

Rokibullah

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

Email: rokibullah06@gmail.com

Kata Kunci	Abstrak
retorika Islam; komunikasi dakwah; ethos; pathos; logos; qaulan	Retorika memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan keagamaan secara efektif. Dalam tradisi Islam, retorika bukan sekadar seni berbicara, melainkan bagian dari strategi dakwah yang menggabungkan kekuatan moral, emosional, dan intelektual. Di era digital yang penuh distraksi dan tuntutan viralitas, banyak pesan dakwah kehilangan kedalaman karena lebih menekankan bentuk daripada isi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep retorika dan teori pesan dalam Islam, terutama dengan menelaah elemen ethos, pathos, dan logos serta prinsip komunikasi Al-Qur’an seperti qaulan sadida, qaulan baligha, dan qaulan layyina. Dengan pendekatan integratif yang memadukan teori retorika klasik dengan prinsip komunikasi Qur’ani dalam menghadapi tantangan dakwah kontemporer. Metode yang digunakan adalah literature review dengan pendekatan kualitatif-deskriptif, melalui analisis isi terhadap literatur dari jurnal ilmiah, buku, dan sumber keislaman klasik dan modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika Islam menekankan keseimbangan antara logika, emosi, dan kredibilitas penyampai pesan, serta pentingnya kejelasan, kebijaksanaan, dan etika dalam komunikasi dakwah. Penerapan prinsip-prinsip ini sangat relevan dalam menjawab kebutuhan dakwah di masyarakat multikultural dan generasi digital saat ini. Kesimpulannya, retorika Islam memiliki potensi besar untuk memperkuat efektivitas dakwah dengan mengedepankan pesan yang persuasif, etis, dan kontekstual sesuai dengan nilai-nilai Islam.
Keywords	Abstract
Islamic rhetoric; da’wah communication; ethos; pathos; logos; qaulan	<i>Rhetoric has an important role in conveying religious messages effectively. In the Islamic tradition, rhetoric is not just the art of speaking, but part of a da’wah strategy that combines moral, emotional, and intellectual strength. In the digital era full of distractions and the demands of virality, many da’wah messages lose depth because they emphasize form rather than content. This research aims to examine the concepts of rhetoric and message theory in Islam, especially by examining the elements of ethos, pathos, and logos as well as the principles of communication of the Qur’an such as qaulan sadida, qaulan baligha, and qaulan layyina. With an integrative approach that combines classical rhetorical theory with Qur’anic communication principles in facing the challenges of contemporary da’wah. The method used is literature review with a qualitative-descriptive approach, through content analysis of literature from scientific journals, books, and classical and modern Islamic sources. The results of the study show that Islamic rhetoric emphasizes the balance between logic, emotion, and credibility of the message conveyor, as well as the importance of clarity, wisdom, and ethics in da’wah communication. The application of these principles is very relevant in answering the needs of da’wah in today’s multicultural society and digital generation. In conclusion, Islamic rhetoric has great potential to strengthen the effectiveness of da’wah by prioritizing persuasive, ethical, and contextual messages in accordance with Islamic values.</i>

Corresponding Author: Rokibullah

E-mail: rokibullah06@gmail.com



PENDAHULUAN

Retorika telah menjadi komponen esensial dalam perkembangan peradaban, tidak hanya sebagai seni berkomunikasi, tetapi juga sebagai alat transformasi sosial dan ideologis. Dalam sejarahnya, retorika memainkan peran sentral di berbagai peradaban besar seperti Yunani dan Romawi, di mana tokoh-tokoh seperti Aristoteles, Cicero, hingga Quintilian mengembangkan kerangka teoritis yang masih digunakan hingga kini. Perkembangan zaman kemudian mendorong retorika masuk ke ranah keilmuan yang lebih luas, mencakup bidang pendidikan, politik, bahkan media massa modern yang menggunakan strategi persuasi untuk memengaruhi opini publik secara masif.

Di era digital, komunikasi publik mengalami pergeseran dari komunikasi lisan tradisional menuju interaksi multimodal yang mengandalkan media sosial, video streaming, dan platform digital lainnya (Maharani et al., 2025). Transformasi ini menciptakan tantangan baru dalam penyampaian pesan etis dan spiritual, khususnya dalam konteks keberagaman (Rokibullah, 2025). Konten dakwah, misalnya, sering kali terseret dalam komodifikasi visual dan tuntutan viralitas, mengaburkan substansi pesan yang seharusnya menggugah iman dan kesadaran sosial. Akibatnya, banyak pesan dakwah kehilangan daya transformatifnya karena terlalu terfokus pada gaya penyampaian yang dangkal.

Di tengah fragmentasi sosial dan polarisasi nilai akibat arus globalisasi dan informasi, masyarakat menghadapi kebingungan dalam menyerap kebenaran (Habermas, 2014). Narasi keagamaan yang seharusnya membangun harmoni dan toleransi sering kali dibajak oleh retorika populis yang bersifat eksklusif dan provokatif. Kondisi ini menunjukkan urgensi pembaruan dalam strategi komunikasi dakwah yang tidak hanya menekankan teknik persuasi, tetapi juga mengakar kuat pada nilai-nilai etika, rasionalitas, dan spiritualitas sebagaimana tertuang dalam prinsip *balaghah* dan *khitâbah* dalam tradisi Islam.

Di Indonesia, dakwah Islam kontemporer menghadapi persoalan serius terkait penurunan kualitas retorika dalam tabligh. Banyak pendakwah lebih menekankan aspek hiburan dan viralitas dibandingkan dengan kedalaman pesan. Padahal, dalam tradisi klasik Islam, retorika tabligh menekankan keseimbangan antara ethos, pathos, dan logos. Minimnya literasi retorik di kalangan dai muda juga menyebabkan penyampaian dakwah menjadi normatif dan kurang menggugah transformasi iman praktis di tengah masyarakat urban yang kritis dan pluralistik (Ridho, 2024).

Meskipun terdapat banyak penelitian mengenai sejarah dan teori retorika Islam, masih sedikit kajian yang secara spesifik membahas model monologika dalam tabligh sebagai pendekatan strategis untuk membudayakan nilai-nilai keislaman dalam konteks sosial modern. Kebanyakan studi fokus pada aspek teknis atau psikologis retorika, tanpa menelusuri akar historis dan potensi model monologika sebagai medium transformatif. Oleh karena itu, kajian mendalam yang merekonstruksi retorika monologika dari sisi filosofis, historis, dan aplikatif sangat diperlukan untuk memberikan arah baru dalam strategi dakwah Islam yang lebih efektif dan kontekstual. Minimnya literasi retorika yang mendalam di kalangan dai kontemporer menyebabkan pesan dakwah sering kali hanya menyentuh permukaan tanpa menimbulkan perubahan sikap dan perilaku yang signifikan di masyarakat. Padahal, dakwah yang efektif menuntut kemampuan menyampaikan pesan keagamaan secara persuasif, logis, dan etis, dengan mempertimbangkan kondisi psikososial audiens yang semakin kompleks di era digital.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya strategi retorika dalam efektivitas dakwah Islam. Rafila Ufairah (2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam membangun kredibilitas (*ethos*), menyentuh emosi audiens (*pathos*), dan menyampaikan argumen logis (*logos*). Ia menyoroti bahwa pendekatan monolog tetap relevan dalam konteks dakwah masjid maupun media elektronik, selama diiringi pemahaman terhadap konteks audiens. Sementara

itu, Nur Arifah Alfiyatul et al. (2025) dalam penelitiannya menekankan pentingnya retorika yang tidak hanya menekankan pada bentuk, tetapi juga isi dan tujuan dakwah yang transformatif.

Berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menyoroti aspek teknis atau psikologis dalam komunikasi dakwah, penelitian ini menyajikan sintesis antara prinsip retorika klasik (*ethos*, *pathos*, *logos*) dan nilai-nilai komunikatif dalam Al-Qur'an seperti *qaulan sadida*, *qaulan baligha*, dan *qaulan layyina* sebagai fondasi etis dan spiritual komunikasi dakwah. Adapun teori retorika klasik Aristoteles, yang mengklasifikasikan retorika ke dalam tiga komponen utama: *ethos*, *pathos*, dan *logos* merupakan dasar teori yang digunakan untuk penelitian ini. *Ethos* merujuk pada kredibilitas dan karakter moral pembicara; *pathos* berkaitan dengan kemampuan membangkitkan emosi audiens; dan *logos* adalah penyusunan argumen yang logis dan rasional (Saputra et al., 2024). Ketiga elemen ini sangat penting dalam konteks tabligh Islam, di mana pesan dakwah tidak hanya harus benar secara substansi, tetapi juga mampu menyentuh hati dan menggugah akal audiens agar terjadi perubahan sikap dan perilaku.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam konsep retorika dan teori pesan dalam Islam, termasuk unsur-unsur, sejarah perkembangan, serta penerapannya dalam praktik dakwah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip retorika seperti *ethos*, *pathos*, dan *logos* berpadu dalam komunikasi dakwah Islam yang berlandaskan nilai-nilai Al-Qur'an dan sunnah. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi dakwah dan komunikasi Islam dengan memperkaya pemahaman tentang struktur dan fungsi retorika dalam penyampaian pesan keagamaan. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para dai, pendidik, dan komunikator Muslim dalam menyusun strategi penyampaian pesan yang efektif, etis, dan kontekstual sesuai dengan karakteristik audiens. Penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat kapasitas retorik dalam berdakwah yang tidak hanya menyentuh logika, tetapi juga membangkitkan kesadaran emosional dan moral umat.

METODE

Pendekatan kualitatif dengan metode *literature review* merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk menelaah secara mendalam konsep, sejarah, serta implementasi retorika dalam perspektif Islam. Metode ini dipilih karena memungkinkan penelusuran terhadap perkembangan pemikiran dan praktik retorika dari masa klasik hingga kontemporer, serta relevansinya dalam strategi komunikasi dakwah. Literatur yang dikaji mencakup karya-karya akademik seperti jurnal ilmiah, buku referensi, artikel akademik, hingga dokumen keislaman klasik dan modern yang berkaitan dengan teori retorika, dakwah Islam, serta pendekatan komunikasi persuasif dalam konteks keagamaan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan menelusuri, mencatat, dan mengumpulkan dokumen dari database ilmiah seperti Google Scholar, ResearchGate, DOAJ, dan repository perguruan tinggi, serta pustaka digital lembaga pendidikan Islam. Literatur yang dipilih memenuhi kriteria: relevan dengan tema retorika Islam, tabligh, dan dakwah; memiliki bobot teoritis dan aplikatif; serta dipublikasikan dalam dua dekade terakhir, kecuali referensi klasik yang dipertahankan karena nilai historisnya. Analisis data menggunakan *content analysis* secara deskriptif-kualitatif dengan mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Retorika dalam Islam

Retorika dalam Islam merupakan bagian integral dari seni komunikasi dakwah yang tidak hanya berorientasi pada aspek teknis penyampaian, tetapi juga pada keselarasan antara pesan, etika, dan karakter pembicara. Dalam perspektif keilmuan Islam, retorika biasa dikenal dengan istilah *balāghah*, yang mencakup tiga aspek utama: *ma'ānī* (makna), *bayān* (gaya bahasa), dan

badī' (keindahan) (Suisyanto, 2020). Tiga aspek ini tidak hanya menyusun pesan secara estetis, tetapi juga mendalam secara makna dan menggugah secara emosional. Retorika dalam Islam berangkat dari keyakinan bahwa kata-kata bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga memiliki nilai spiritual dan tanggung jawab moral. Oleh karena itu, setiap pesan yang disampaikan seorang dai, ustaz, atau pemuka agama, harus memperhatikan kebenaran (*ḥaqq*), kejelasan, serta niat baik dalam menyampaikannya.

Dalam kerangka ini, retorika Islam tidak dapat dipisahkan dari wahyu ilahi, khususnya Al-Qur'an yang menjadi puncak seni retorik dalam Islam. Al-Qur'an bukan hanya kitab petunjuk, tetapi juga sebuah teks komunikatif yang dibangun dengan kekuatan retorika luar biasa. Struktur ayat-ayatnya, pilihan diksi, pengulangan, metafora, ritme, hingga pertanyaan retorik, menunjukkan bahwa komunikasi dalam Islam selalu memperhatikan aspek bentuk dan fungsi sekaligus (Hidayatullah, 2025). Oleh karena itu, retorika dalam Islam tidak hanya digunakan untuk menyampaikan pesan agama, tetapi juga untuk membentuk karakter, membangkitkan kesadaran, dan mengubah perilaku masyarakat secara berkelanjutan.

Jika dibandingkan dengan retorika klasik Barat, terutama retorika yang dikembangkan oleh Aristoteles, terdapat kesamaan maupun perbedaan penting. Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai "kemampuan untuk melihat segala cara yang mungkin dilakukan dalam persuasi" (*the faculty of observing in any given case the available means of persuasion*) (Ridwan, 2009). Dalam konsepsinya, Aristoteles membagi retorika ke dalam tiga elemen utama, yaitu *ethos* (kredibilitas pembicara), *pathos* (pengaruh emosi terhadap audiens), dan *logos* (logika argumen). Ketiga elemen ini digunakan untuk membangun pidato atau komunikasi persuasif yang efektif, terutama dalam konteks publik seperti pengadilan, parlemen, dan ruang pendidikan.

Retorika Islam mengadopsi unsur-unsur ini dalam kerangka keislaman (Umdatul Hasanah, 2020). Ethos dalam retorika Islam dapat dilihat dalam pentingnya kepribadian dai atau penyampai pesan. Seorang dai tidak hanya dituntut memiliki ilmu, tetapi juga akhlak dan integritas. Dalam Al-Qur'an, hal ini tercermin dalam firman Allah tentang Nabi Muhammad SAW:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya, "Sesungguhnya kamu benar-benar memiliki akhlak yang agung" (QS. Al-Qalam/68: 4).

Dengan demikian, ethos dalam Islam tidak semata-mata kredibilitas teknis, tetapi juga moral-spiritual. Kemudian, *pathos* dalam retorika Islam sangat berhubungan dengan bagaimana pesan disampaikan dengan kelembutan, kasih sayang, dan empati terhadap kondisi psikologis audiens. Hal ini sesuai dengan perintah Allah kepada Nabi Musa agar menyampaikan dakwah kepada Firaun dengan *qaulan layyinān* (ucapan yang lembut). Adapun *logos*, dalam konteks Islam, mengacu pada kejelasan argumen, ketepatan dalil, dan kohesi logis antara satu ayat dengan ayat lainnya, atau antara sabda Nabi dengan konteks sosial.

Meski terdapat titik temu, retorika Islam lebih menekankan aspek etika dan tanggung jawab moral dibandingkan retorika klasik. Jika dalam retorika Aristoteles tujuan utamanya adalah persuasi, maka dalam Islam, persuasi harus tunduk pada nilai-nilai kebenaran dan kebajikan. Artinya, tidak semua cara persuasif dibenarkan jika melanggar prinsip kebenaran atau menyimpang dari adab Islam. Oleh karena itu, dalam Islam, retorika tidak boleh menjadi alat manipulasi, melainkan sarana transformasi menuju kebaikan (*islāh*). Retorika yang baik adalah yang mampu menuntun hati dan pikiran pendengarnya untuk mendekat kepada Allah, memperbaiki akhlak, dan meningkatkan amal saleh (Sunarto, 2014).

Tujuan utama retorika dalam komunikasi keagamaan Islam adalah menyampaikan pesan ilahi dengan cara yang dapat dipahami, diterima, dan diamalkan oleh manusia. Proses ini tidak

hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan transformatif. Dalam konteks dakwah, retorika berfungsi untuk membangun pemahaman, menumbuhkan keimanan, dan menggerakkan tindakan. Dengan kata lain, retorika dalam Islam harus mampu membawa audiens dari kesadaran kognitif menuju kesadaran afektif dan akhirnya ke perubahan perilaku. Hal ini menuntut kemampuan penyampai pesan untuk memahami karakteristik audiens, konteks sosial-budaya, serta kondisi psikologis masyarakat sasaran.

Al-Qur'an memberikan banyak contoh bagaimana pesan-pesan disampaikan dengan struktur retorik yang kuat untuk menyentuh berbagai lapisan hati dan pikiran manusia. Misalnya, penggunaan pertanyaan retorik seperti dalam QS. Ar-Rahman yang berulang: "*Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?*" menegaskan pentingnya perenungan mendalam terhadap anugerah Allah. Struktur ini bukan hanya memperindah teks, tetapi juga berfungsi menggugah kesadaran spiritual dan moral. Begitu juga penggunaan perumpamaan (*amtsāl*) dalam Al-Qur'an, seperti dalam QS. Al-Baqarah: 17–20, yang menunjukkan betapa pentingnya pendekatan ilustratif dalam menyampaikan pesan kepada manusia.

Di samping itu, Islam juga mengenal konsep hikmah dalam menyampaikan dakwah. Allah SWT memerintahkan untuk berdakwah dengan hikmah, *mau'izhah hasanah*, dan berdialog dengan cara yang terbaik. Konsep hikmah ini menunjukkan bahwa retorika dalam Islam harus mempertimbangkan konteks dan menggunakan pendekatan yang paling sesuai untuk mencapai penerimaan pesan. Tidak ada satu gaya komunikasi yang cocok untuk semua audiens; oleh karena itu, kepekaan retorik menjadi sangat penting. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa dalam Islam, retorika tidak hanya seni berbicara, tetapi juga seni membaca situasi dan manusia.

Retorika Islam juga memiliki dimensi estetis yang kuat. Penggunaan rima, irama, serta keindahan susunan kata dalam Al-Qur'an menjadi bukti bahwa pesan yang indah lebih mudah diterima. Dalam tradisi dakwah lisan, penggunaan syair, pantun, atau bentuk retorika budaya lainnya sering kali digunakan untuk mendekatkan pesan kepada masyarakat tanpa kehilangan nilai substansial.

Elemen Retorika Dalam Islam: Ethos, Pathos, Dan Logos

Retorika sebagai seni berbicara dan menyampaikan pesan secara persuasif tidak terlepas dari tiga pilar utama yang telah lama dikenal sejak zaman Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga elemen ini menjadi instrumen penting dalam membangun daya pengaruh pesan terhadap audiens. Dalam konteks Islam, elemen-elemen ini memiliki padanan dan implementasi yang khas serta terintegrasi dengan prinsip-prinsip keagamaan. Retorika dalam Islam bukan hanya bertujuan meyakinkan audiens, tetapi juga menyampaikan kebenaran dengan cara yang tepat, bijaksana, dan penuh hikmah. Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana *ethos*, *pathos*, dan *logos* diterapkan dalam dakwah Islam menjadi penting untuk merumuskan strategi komunikasi keagamaan yang efektif sekaligus etis (Zaenuri, 2013).

1. Ethos dalam Dakwah Islam

Ethos mengacu pada karakter atau kredibilitas pembicara. Dalam Islam, dimensi ini tidak hanya mencakup kemampuan retorik, tetapi juga mencerminkan integritas moral dan spiritual dari penyampai pesan. Seorang dai atau mubaligh tidak hanya dinilai dari kefasihannya, tetapi dari akhlaknya, kejujurannya, dan keistiqamahannya dalam menjalankan nilai-nilai Islam. Kredibilitas personal sangat berpengaruh terhadap efektivitas pesan dakwah yang disampaikan.

Dalam Al-Qur'an, Allah memuji Rasulullah SAW sebagai teladan utama dalam akhlak:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya, "Sesungguhnya engkau (Muhammad) benar-benar memiliki budi pekerti yang agung" (QS. Al-Qalam: 4).

Ayat ini menegaskan bahwa otoritas moral Rasulullah menjadi fondasi utama dalam penyampaian risalah Islam. Beliau tidak hanya berkata, tetapi juga menjadi cermin nyata dari isi dakwah yang disampaikan. Keteladanan ini menjadi dasar pembentukan ethos dalam retorika Islam, di mana pembicara harus menjadi representasi dari pesan yang dibawanya.

Contoh lain dari ethos dalam dakwah Islam dapat ditemukan dalam sejarah dakwah para sahabat dan ulama. Umar bin Khattab, misalnya, dikenal sebagai sosok yang tegas, jujur, dan adil. Ketika beliau berbicara di hadapan umat, wibawa pribadinya menambah kekuatan pada setiap kata yang diucapkan. Begitu pula dengan Imam Al-Ghazali, yang menulis karya-karya besar dalam ilmu tasawuf dan etika, yang keberhasilannya tidak terlepas dari konsistensi antara ilmu dan amalnya. Dalam konteks ini, *ethos* dalam Islam selalu dikaitkan dengan nilai keteladanan (*uswah hasanah*), yang menjadi rujukan dalam menyampaikan dakwah.

2. Pathos dalam Dakwah Islam

Pathos merujuk pada daya tarik emosional dalam menyampaikan pesan. Dalam dakwah Islam, pendekatan emosional digunakan untuk menyentuh hati dan menyadarkan jiwa audiens terhadap makna ajaran Islam. Tujuannya bukan untuk mengeksploitasi emosi, tetapi untuk membangkitkan kesadaran spiritual, empati, dan rasa tanggung jawab terhadap ajaran agama.

Al-Qur'an sering kali menggunakan pendekatan emosional untuk menggugah perasaan manusia. Contohnya terdapat dalam QS. Az-Zumar: 53:

قُلْ يُبَادِي الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ ﴿٥٣﴾
Artinya, “Katakanlah: Wahai hamba-hamba-Ku yang melampaui batas terhadap diri mereka sendiri, janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah mengampuni dosa-dosa semuanya.” (Q.S. az-Zumar/39: 53)

Ayat ini merupakan seruan yang sangat menyentuh, menyampaikan harapan kepada para pendosa dengan penuh kelembutan dan kasih sayang. Emosi haru, takut, harapan, dan cinta menjadi bagian dari dinamika retorika dalam Al-Qur'an.

Dalam praktik dakwah, banyak dai yang memanfaatkan kisah-kisah inspiratif dari kehidupan Nabi dan para sahabat sebagai medium untuk membangkitkan pathos. Misalnya, kisah ketabahan Nabi Ayyub AS dalam menghadapi ujian penyakit yang berat sering digunakan untuk menguatkan umat dalam menghadapi penderitaan hidup. Kisah ini mampu menimbulkan simpati dan menggugah emosi audiens sehingga mereka merasa terhubung secara emosional dengan nilai-nilai yang disampaikan.

Penggunaan gaya bahasa juga memainkan peran penting dalam membangun pathos. Ungkapan metafora, pertanyaan retorik, hiperbola, dan repetisi sering digunakan dalam Al-Qur'an dan ceramah Islam untuk memperkuat dampak emosional dari pesan. Dakwah yang mampu menyentuh perasaan biasanya lebih membekas dan menggugah audiens untuk melakukan perubahan positif dalam hidupnya.

3. Logos dalam Dakwah Islam

Logos berhubungan dengan logika, argumen, dan bukti dalam penyampaian pesan. Dalam retorika Islam, logos menjadi bagian penting karena Islam sendiri adalah agama yang menekankan penggunaan akal dan rasionalitas. Setiap argumen dalam dakwah harus disusun secara sistematis, berlandaskan pada dalil naqli (Al-Qur'an dan hadis) maupun aqli (logika dan pemikiran).

Al-Qur'an sendiri banyak mengandung argumen-argumen logis yang mendorong manusia untuk berpikir. Salah satu contohnya adalah QS. Al-Baqarah: 164, yang

menjelaskan berbagai fenomena alam sebagai bukti keberadaan dan kekuasaan Allah SWT:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمُوتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفَلَاحِ وَالْغَلَاكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَع النَّاسَ

Artinya, “*Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang, bahtera yang berlayar di laut membawa apa yang berguna bagi manusia...*” (Q.S. Al-Baqarah/2: 164)

Ayat ini memancing manusia untuk menggunakan daya nalar dalam memahami keesaan dan kebesaran Tuhan. Dakwah Islam yang berbasis pada logos menuntut dai untuk mampu menjelaskan konsep-konsep agama dengan logis dan mudah dipahami. Misalnya, menjelaskan keadilan zakat bukan hanya sebagai kewajiban agama, tetapi sebagai mekanisme sosial untuk mengatasi kesenjangan ekonomi. Begitu pula dalam menjawab isu-isu kontemporer seperti lingkungan hidup, etika bisnis, dan hak asasi manusia, dai dituntut untuk memberikan argumen rasional yang dapat diterima oleh akal sehat masyarakat modern.

Logos juga berperan dalam membangun kepercayaan terhadap isi dakwah. Ketika suatu argumen disusun secara logis, lengkap dengan rujukan ayat, hadis, serta pandangan ulama yang kredibel, audiens akan lebih mudah menerima dan mempercayainya. Oleh karena itu, penguasaan terhadap ilmu-ilmu keislaman, kemampuan menyusun argumen, serta pemahaman terhadap konteks sosial menjadi syarat mutlak bagi dai yang ingin membangun retorika berbasis *logos* yang kuat.

4. Integrasi Ethos, Pathos, dan Logos dalam Dakwah Islam

Ketiga elemen ini tidak berjalan sendiri-sendiri dalam retorika Islam, melainkan saling melengkapi dan membentuk satu kesatuan strategi komunikasi yang utuh. Seorang dai yang memiliki *ethos* tinggi, namun tidak menyentuh sisi emosional atau tidak mampu menjelaskan secara logis, akan kehilangan daya pengaruhnya. Sebaliknya, penyampaian yang emosional dan logis tanpa kepribadian yang dapat dipercaya juga akan kehilangan integritas.

Integrasi ini tercermin jelas dalam metode dakwah Nabi Muhammad SAW. Keteladanan pribadi beliau membangun *ethos*, kelembutan dan kasih sayangnya menyentuh *pathos*, dan argumen-argumen beliau yang merujuk pada wahyu dan realitas sosial menegaskan kekuatan *logos*. Kombinasi ini membuat dakwah beliau diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, dari kalangan miskin hingga bangsawan, dari anak-anak hingga pemimpin suku.

Di era modern, integrasi ini menjadi semakin penting. Masyarakat kini semakin kritis terhadap sumber informasi dan tidak mudah terpengaruh hanya oleh gaya bicara atau penampilan luar. Oleh karena itu, penguatan *ethos* melalui kredibilitas dan moralitas, pengembangan *pathos* melalui empati dan narasi menyentuh, serta pematangan *logos* melalui argumen yang kuat dan kontekstual, menjadi tantangan sekaligus peluang bagi para dai dan komunikator Islam (Umdatul Hasanah, 2020).

Prinsip-Prinsip Pesan dalam Islam

Komunikasi dalam Islam bukan sekadar transmisi informasi, tetapi juga merupakan proses transformasi moral dan spiritual. Oleh karena itu, Al-Qur'an tidak hanya memberikan pedoman mengenai apa yang harus disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan itu disampaikan dengan penuh hikmah dan keteladanan. Salah satu kekayaan komunikasi dalam Islam tercermin dalam istilah-istilah Al-Qur'an yang menggambarkan prinsip penyampaian pesan, seperti *qaulan baligha*, *qaulan sadida*, *qaulan ma'rufa*, *qaulan karima*, dan *qaulan layyina*. Istilah-istilah ini menjadi pilar dalam teori pesan Islam yang menekankan kejelasan, ketepatan, kelembutan, serta etika dalam komunikasi (Suisyanto, 2020).

1. *Qaulan Baligha*: Kejelasan dan Kedalaman Pesan

Qaulan baligha disebut dalam QS. An-Nisa: 63, yang berarti “perkataan yang sampai (mengena)”. Istilah ini menggambarkan pesan yang tidak hanya jelas secara bahasa, tetapi juga mendalam dan tepat sasaran secara psikologis dan spiritual. Dalam konteks dakwah, qaulan baligha menekankan pentingnya pesan yang dirancang dengan strategi retorik yang efektif, mampu menembus kesadaran audiens, serta menyentuh hati dan akal mereka.

Dalam praktiknya, qaulan baligha mengharuskan dai atau komunikator Islam untuk memahami konteks audiens, memilih kata yang sesuai, dan menyusun argumen yang logis. Pesan yang disampaikan harus relevan, tajam, dan mampu menimbulkan efek pemahaman dan perubahan. Misalnya, ketika Nabi Muhammad SAW menyampaikan dakwah kepada para pembesar Quraisy, beliau menggunakan bahasa yang halus namun bermakna dalam, menyentuh sisi emosional sekaligus intelektual. Hal ini menunjukkan bahwa qaulan baligha bukanlah retorika kosong, melainkan komunikasi yang berisi makna mendalam dan membawa misi perubahan.

2. *Qaulan Sadida*: Ketepatan dan Kebenaran Ucapan

Qaulan sadida berarti “perkataan yang benar, tepat, dan lurus”. Dalam QS. Al-Ahzab: 70, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya, “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar (*qaulan sadida*)”. (Q.S. Al-Ahzab/33: 70)

Konsep ini menggarisbawahi prinsip integritas dalam komunikasi. Seorang dai tidak boleh berkata bohong, melebih-lebihkan, atau menyesatkan. Kebenaran menjadi ruh dari setiap pesan yang disampaikan.

Ketepatan dalam qaulan sadida juga mencakup keakuratan informasi, konsistensi argumen, dan keterpautan pesan dengan dalil yang sahih. Dalam konteks dakwah dan komunikasi publik, penyampaian pesan yang tepat sangat penting agar tidak menimbulkan kesalahpahaman, provokasi, atau fitnah. Oleh karena itu, dai dan komunikator Islam wajib melakukan verifikasi, menggunakan referensi otoritatif, serta menghindari hoaks atau asumsi yang tidak berdasar.

Selain itu, qaulan sadida juga berarti keberanian dalam berkata benar. Dalam sejarah Islam, kita melihat bagaimana Nabi Musa AS diperintahkan Allah untuk berkata benar kepada Firaun, walau risikonya tinggi. Dalam konteks ini, prinsip *qaulan sadida* juga menjadi simbol keberanian moral untuk menyuarakan kebenaran di tengah tantangan.

3. *Qaulan Ma'rufa*: Kesantunan dan Kepantasan Bahasa

Qaulan ma'rufa berarti “perkataan yang baik dan pantas”, sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Baqarah: 263:

قَوْلٍ مَّعْرُوفٍ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذًى....

Artinya, “Perkataan yang baik (*qaulan ma'rufa*) dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan.” (Q.S. Al-Baqarah/2: 263)

Prinsip ini menunjukkan bahwa dalam Islam, penyampaian pesan harus disertai dengan etika kesopanan dan penghormatan terhadap lawan bicara. Dalam praktik dakwah, qaulan ma'rufa berarti menghindari kata-kata kasar, menyakitkan, atau merendahkan. Walau pesan yang disampaikan benar, cara penyampaiannya tetap harus penuh kesantunan. Misalnya, ketika Nabi berdialog dengan masyarakat awam atau musuhnya sekalipun, beliau tetap menunjukkan sopan santun dan kelembutan dalam ucapan. Ini menjadi pelajaran penting bahwa bentuk pesan tidak kalah penting dari isinya.

Komunikasi yang berpegang pada qaulan ma'rufa juga memperkuat hubungan sosial

dan mencegah konflik. Dalam dakwah kontemporer, prinsip ini sangat relevan ketika menghadapi audiens dengan latar belakang yang berbeda-beda. Ucapan yang ramah, sopan, dan menghargai pendapat orang lain akan lebih mudah diterima dan menciptakan suasana dialog yang produktif.

4. *Qaulan Karima dan Qaulan Layyina*: Kelembutan dan Kehormatan dalam Bertutur

Prinsip *qaulan karima* muncul dalam QS. Al-Isra: 23, dalam konteks komunikasi dengan orang tua:

وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا...

Artinya, "...katakanlah kepada mereka perkataan yang mulia (*qaulan karima*)". (Q.S. Al-Isra'/17: 23)

Sementara *qaulan layyina* terdapat dalam QS. Thaha: 44, ketika Allah memerintahkan Nabi Musa dan Harun untuk berkata lembut kepada Firaun:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya, "...maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut (*qaulan layyina*), mudah-mudahan ia ingat atau takut." (QS. Thaha/20: 44)

Kedua prinsip ini mengajarkan bahwa kelembutan dan penghormatan adalah bagian dari strategi dakwah. *Qaulan karima* mencerminkan penghormatan terhadap status sosial atau psikologis orang yang diajak bicara. Dalam konteks dakwah, hal ini sangat penting, terutama ketika berkomunikasi dengan tokoh masyarakat, orang tua, atau audiens yang lebih senior.

Sementara itu, *qaulan layyina* menunjukkan bahwa bahkan kepada penentang kebenaran, kata-kata harus tetap dijaga kelembutannya. Tujuan dari pendekatan ini bukan untuk melemahkan pesan, tetapi justru untuk membuka hati dan mencairkan kebekuan komunikasi. Kelembutan dalam ucapan menjadi jembatan yang efektif dalam menembus dinding resistensi.

Dalam kehidupan Nabi Muhammad SAW, kita melihat bagaimana beliau mencontohkan prinsip *qaulan layyina* dan *karima* dalam berbagai situasi. Ketika menghadapi cemoohan atau serangan dari musuh, beliau tidak membalas dengan kata-kata kasar, tetapi tetap sabar dan memilih bahasa yang lembut. Inilah seni komunikasi Islam yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menunjukkan adab.

5. Konstruksi Etis dan Strategis Pesan Dakwah

Kelima prinsip tersebut bukan sekadar tuntunan linguistik, tetapi juga kerangka etis dan strategis dalam penyampaian pesan Islam. Pesan yang disampaikan bukan hanya harus benar, tetapi juga harus dikemas dengan cara yang bijaksana, menghargai lawan bicara, dan menyentuh sisi emosional serta rasional audiens.

Dalam komunikasi dakwah, keberhasilan tidak hanya diukur dari seberapa banyak orang yang mendengarkan, tetapi juga seberapa besar perubahan yang ditimbulkan oleh pesan tersebut (Sunarto, 2014). Oleh karena itu, kualitas pesan dari sisi baligh, sadid, ma'ruf, karim, dan layyin menjadi penentu efektivitas dan keberlanjutan pesan dakwah dalam jangka panjang.

Di era kontemporer, ketika komunikasi berlangsung cepat melalui media sosial dan teknologi digital, prinsip-prinsip ini tetap relevan dan bahkan semakin penting. Dalam ruang publik digital yang sering kali dipenuhi ujaran kebencian dan konflik opini, penerapan prinsip komunikasi Qur'ani ini menjadi solusi etis dan strategis untuk menciptakan komunikasi yang sehat, membangun, dan berkeadaban

Peran Bahasa dan Gaya Komunikasi dalam Dakwah Islam

Bahasa merupakan alat utama dalam proses komunikasi dakwah Islam (Rumra & Hakis, 2023). Sebagai media penyampaian nilai, ajaran, dan tuntunan hidup, bahasa tidak hanya berfungsi menyampaikan pesan secara literal, tetapi juga memuat makna simbolis, emosional, dan spiritual yang dapat memengaruhi persepsi dan respons audiens. Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang tepat, efektif, dan estetik menjadi hal yang sangat penting dalam kegiatan dakwah. Dalam kerangka retorika Islam, bahasa bukan sekadar alat komunikasi, melainkan representasi dari etika, keindahan, dan kebenaran ajaran Islam itu sendiri.

Salah satu aspek terpenting dalam bahasa dakwah adalah pemilihan diksi (Dewantara, 2020). Pemilihan kata yang sesuai sangat menentukan apakah pesan akan diterima, dipahami, atau bahkan ditolak oleh pendengarnya. Dalam Al-Qur'an, kita melihat bagaimana Allah menggunakan kata-kata yang kuat, indah, dan penuh makna dalam menyampaikan wahyu-Nya. Kata-kata seperti *rahmah* (kasih sayang), *hikmah* (kebijaksanaan), *iman* (keimanan), dan *taqwa* (ketakwa-an) tidak hanya memiliki kekuatan semantik, tetapi juga resonansi spiritual yang mendalam. Seorang pendakwah yang mampu memilih diksi dengan tepat akan lebih mudah menyentuh hati, menenangkan jiwa, dan menggerakkan tindakan audiens.

Dalam konteks dakwah Islam, diksi yang dipilih harus mempertimbangkan konteks budaya, tingkat pendidikan, dan psikologi audiens. Misalnya, penggunaan istilah-istilah Arab dalam dakwah kepada masyarakat awam yang belum terbiasa dengan bahasa Arab harus disertai dengan penjelasan sederhana dalam bahasa lokal. Ini bukan hanya soal bahasa, tetapi juga tentang sensitivitas dakwah. Ketika seorang dai menyampaikan pesan dengan bahasa yang membumi, tidak kaku, dan komunikatif, pesan dakwah akan terasa lebih dekat dan relevan.

Selain diksi, struktur kalimat juga memainkan peran penting dalam efektivitas dakwah. Struktur kalimat yang runtut, logis, dan mudah diikuti akan membantu audiens menangkap maksud dan inti pesan dengan cepat. Dalam Al-Qur'an, struktur ayat-ayat yang singkat namun padat makna; sering kali disusun dalam bentuk simetri, repetisi, dan paralelisme; menjadi contoh nyata bagaimana struktur bahasa dapat memperkuat daya ingat dan daya sugesti (Suisyanto, 2020). Misalnya, ayat-ayat pendek dalam juz amma yang sering dibaca dalam salat memiliki kekuatan retorika yang tinggi karena struktur dan ritmenya yang kuat.

Dalam dakwah lisan maupun tulisan, pendakwah harus menghindari struktur kalimat yang terlalu rumit, berbelit-belit, atau ambigu. Kalimat yang panjang tanpa jeda dapat membuat audiens kehilangan konsentrasi. Sebaliknya, kalimat yang padat, mengalir, dan logis akan meningkatkan daya serap dan pemahaman. Teknik repetisi (pengulangan kata atau frasa) dapat digunakan untuk menekankan ide pokok (Rahman, 2024), sementara teknik klimaks dapat digunakan untuk membangun urgensi dan kedalaman makna pesan.

Fungsi keindahan bahasa dalam dakwah juga sangat penting (Tahir et al., 2020). Dalam Islam, estetika bukan hanya aspek tambahan, tetapi bagian integral dari kebenaran. Keindahan bahasa menunjukkan kesungguhan, penghormatan, dan kemuliaan terhadap ajaran yang disampaikan. Oleh karena itu, retorika Islam sering kali dipenuhi dengan metafora, analogi, kisah, dan perumpamaan yang memperkaya pengalaman religius audiens. Al-Qur'an sendiri menggunakan banyak sekali perumpamaan, seperti perumpamaan orang munafik dalam QS. Al-Baqarah:17-18 atau perumpamaan amal saleh dalam QS. Ibrahim:24-25. Gaya bahasa ini bukan hanya memperjelas konsep abstrak, tetapi juga membangkitkan imajinasi dan emosi.

Dalam praktik dakwah Nabi Muhammad SAW, keindahan bahasa sangat terasa dalam khutbah-khutbah beliau. Beliau dikenal sebagai fashihul lisan, yakni orang yang fasih bertutur kata. Beliau menggunakan bahasa yang sederhana namun mendalam, mengandung hikmah, dan menggugah hati. Salah satu khutbah beliau yang terkenal, Khutbah Wada', memperlihatkan betapa susunan kata, struktur kalimat, dan gaya bahasa yang digunakan mampu membekas di hati para sahabat hingga hari ini. Ketika bahasa digunakan dengan estetika dan keikhlasan, ia menjadi wasilah hidayah yang efektif.

Selain aspek estetika, bahasa dakwah juga harus memiliki kekuatan persuasi (Atabik,

2014). Persuasi dalam komunikasi Islam tidak berarti manipulasi atau pemaksaan, tetapi ajakan dengan argumentasi yang logis, etis, dan menyentuh hati. Pendakwah harus mampu mengembangkan argumen yang kuat berdasarkan Al-Qur'an, hadis, akal sehat, dan pengalaman sosial. Ia harus memahami bahwa setiap individu memiliki keragaman latar belakang dan tingkat penerimaan terhadap pesan keagamaan. Oleh karena itu, pendekatan argumentatif yang bersifat dialogis dan toleran lebih disukai dalam dakwah kontemporer dibanding pendekatan yang menghakimi atau konfrontatif.

Strategi persuasi dalam dakwah dapat menggunakan berbagai gaya bahasa, seperti gaya naratif (bercerita), gaya deskriptif (menggambarkan), gaya ekspositori (menjelaskan), dan gaya argumentatif (meyakinkan). Gaya naratif sangat efektif untuk membangun keterikatan emosional, terutama ketika disampaikan melalui kisah para nabi, sahabat, atau kisah kehidupan nyata. Gaya ekspositori dan argumentatif membantu memperkuat pemahaman dan rasionalitas audiens, sementara gaya deskriptif membangkitkan imajinasi dan empati.

Dalam era digital saat ini, peran bahasa dan gaya komunikasi semakin kompleks. Dakwah tidak lagi hanya berlangsung dalam mimbar masjid atau majelis taklim, tetapi juga di media sosial, podcast, video dakwah, dan berbagai platform digital lainnya. Di ruang ini, perhatian audiens sangat singkat dan kompetisi informasi sangat tinggi. Oleh karena itu, gaya bahasa dakwah harus adaptif, kreatif, dan relevan. Pendakwah perlu menguasai gaya visual-verbal, teknik storytelling digital, dan penggunaan bahasa yang lugas serta mudah viral namun tetap bermakna dan bertanggung jawab.

Fenomena Ustaz YouTube, Instagram dakwah, dan konten-konten TikTok Islami menunjukkan bagaimana gaya bahasa yang ringan, santai, bahkan kadang diselengi humor, mampu menarik perhatian generasi muda. Meskipun demikian, esensi keilmuan dan etika harus tetap menjadi prioritas. Gaya bahasa yang menarik tanpa substansi hanya akan menjadi hiburan sesaat, bukan dakwah yang mencerahkan.

Penggunaan bahasa visual dalam bentuk infografis, ilustrasi, dan video pendek juga menjadi bagian dari gaya komunikasi dakwah modern. Bahasa visual ini harus tetap menjunjung nilai estetika dan pesan substansial yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, dai di era ini harus menjadi komunikator multikanal yang tidak hanya memahami pesan yang disampaikan, tetapi juga medium dan gaya penyampaiannya.

Retorika Islam: *Khithabah* dan *Balaghah*

Retorika dalam Islam tidak hanya dipandang sebagai seni berbicara atau menyusun kata yang menarik, tetapi sebagai instrumen komunikasi ilahiah yang memiliki dimensi spiritual, sosial, dan kultural. Dua bentuk utama retorika dalam tradisi keilmuan Islam adalah *balaghah* dan *khithabah* (Umdatul Hasanah, 2020). Keduanya memiliki akar historis, metodologis, dan praktikal yang kuat dalam pengembangan dakwah Islam dari masa Nabi Muhammad SAW hingga era kontemporer. *Balaghah* dan *khithabah* menjadi dua sisi dari mata uang yang sama; yakni menekankan pada keindahan dan kekuatan pesan dalam teks, sementara yang lain menekankan pada penyampaian pesan secara langsung di hadapan audiens.

1. *Balaghah*

Balaghah berasal dari kata *balagha* yang berarti 'sampai' atau 'mencapai'. Dalam konteks ini, *balaghah* berarti kemampuan menyampaikan pesan secara efektif dan tepat sasaran kepada audiens, tidak hanya dari segi isi, tetapi juga dari keindahan gaya bahasanya. *Balaghah* terdiri atas tiga cabang utama: *ma'ani* (struktur kalimat), *bayan* (gaya bahasa/metafora), dan *badi'* (keindahan bahasa/retorika ornamen). Ketiga aspek ini tidak hanya memoles bentuk bahasa, tetapi memperkuat pesan dalam bentuknya yang paling halus dan dalam. Dengan kata lain, *balaghah* adalah jantung keindahan teks-teks Islam, khususnya Al-Qur'an dan hadis.

Salah satu keunggulan *balaghah* dalam konteks retorika Islam adalah kemampuannya mengangkat pesan agama menjadi seni yang menyentuh akal dan hati (May, 2022).

Contohnya terlihat jelas dalam Al-Qur'an, yang dikenal memiliki struktur *balaghah* yang sangat tinggi. Ayat-ayatnya penuh dengan perumpamaan, kontras, repetisi, metafora, dan irama yang selaras. QS. Ibrahim:24-25, misalnya, menggunakan analogi pohon yang baik sebagai gambaran iman yang kuat dan memberi manfaat. Metafora seperti ini bukan hanya bersifat estetik, tetapi juga didaktik; mengajarkan kebenaran dalam bentuk yang mudah dipahami dan diingat.

Dalam literatur tafsir klasik, seperti Tafsir al-Kashani atau Tafsir al-Razi, ilmu *balaghah* digunakan untuk menafsirkan keindahan struktur dan makna Al-Qur'an, menyingkap lapisan-lapisan makna yang tersembunyi di balik gaya bahasanya. Inilah mengapa penguasaan *balaghah* menjadi bagian penting dalam tradisi pesantren, madrasah, dan lembaga pendidikan Islam klasik. Seorang dai yang menguasai *balaghah* akan mampu menyusun pesan dakwah yang tidak hanya benar secara substansi, tetapi juga menggugah, memesona, dan menyentuh hati.

Balaghah juga memengaruhi perkembangan sastra Islam, termasuk syair-syair keagamaan, pidato keilmuan, dan karya adab. Dalam genre ini, kita menemukan bagaimana seni bahasa digunakan untuk menghidupkan nilai-nilai moral dan spiritual dalam kehidupan umat. Syair-syair Imam Syafi'i, puisi sufi Rumi dan Al-Hallaj, maupun maqalah para ulama klasik sering kali menggunakan struktur *balaghah* untuk menanamkan hikmah secara indah dan mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa retorika Islam melalui *balaghah* tidak hanya hidup dalam teks-teks normatif, tetapi juga dalam budaya dan ekspresi keagamaan umat Islam.

2. *Khithabah*

Khithabah merupakan dimensi praktikal dari retorika Islam yang menitikberatkan pada keterampilan berbicara langsung di hadapan publik. Berasal dari akar kata khutbah yang berarti 'pidato' atau 'ceramah', *khithabah* mengacu pada seni menyampaikan pesan agama secara lisan yang terstruktur, terarah, dan menyentuh. Dalam tradisi Islam, *khithabah* mencakup berbagai bentuk komunikasi publik seperti khutbah Jumat, ceramah di majelis taklim, tabligh akbar, maupun pidato keagamaan di media massa dan platform digital (Firmansyah, n.d.).

Khithabah memiliki struktur baku yang mencerminkan etika komunikasi Islam: pembukaan dengan pujian kepada Allah dan shalawat kepada Nabi, penyampaian isi yang berdasar pada ayat atau hadis, kemudian penutupan dengan doa atau ajakan bertindak. Struktur ini bukan sekadar formalitas, tetapi refleksi dari nilai-nilai adab (etika) dan makna dalam dakwah Islam. Dalam *khithabah*, kejujuran, keikhlasan, dan keteladanan menjadi elemen penting yang tidak dapat dipisahkan dari gaya bahasa yang digunakan.

Salah satu kekuatan utama *khithabah* adalah kemampuannya menciptakan keterhubungan emosional antara mubaligh dan audiens. Ketika disampaikan dengan intonasi yang tepat, ekspresi wajah yang tulus, dan bahasa tubuh yang mendukung, pesan dakwah dapat menyentuh batin pendengar secara langsung. Dalam hadis riwayat Abu Dawud disebutkan bahwa Nabi Muhammad SAW apabila berkhutbah, suaranya menggelegar seolah-olah beliau memperingatkan pasukan perang. Ini menunjukkan bahwa *khithabah* juga memiliki dimensi dramatik dan urgensi yang kuat dalam menyampaikan pesan.

Dalam praktiknya, *khithabah* tidak hanya berisi pengajaran agama, tetapi juga penyampaian nilai sosial, politik, dan moral. Banyak peristiwa penting dalam sejarah Islam yang diwarnai dengan khutbah inspiratif, seperti khutbah Nabi SAW saat hijrah, khutbah Umar bin al-Khattab saat mengangkat pemimpin, hingga khutbah Imam Ali bin Abi Thalib yang menggugah kesadaran umat akan keadilan. Dengan demikian, *khithabah* berfungsi sebagai alat transformasi sosial yang menyentuh realitas umat secara langsung.

Kombinasi antara *balaghah* dan *khithabah* menjadi kekuatan utama dalam membentuk

pesan dakwah yang utuh: indah secara bentuk, kuat secara makna, dan berdampak secara sosial. *Balaghah* memberikan kekuatan pada teks, sementara *khithabah* memberikan nyawa pada teks tersebut melalui penyampaian lisan. Dalam tradisi Islam, seorang dai yang ideal adalah mereka yang mampu menguasai keduanya: memahami seluk-beluk *balaghah* untuk menyusun materi dakwah, dan menguasai teknik *khithabah* untuk menyampaikannya dengan efektif.

Dalam konteks modern, pengembangan *balaghah* dan *khithabah* mengalami transformasi melalui media digital (Aswari, 2023). *Balaghah* tetap hidup dalam tulisan-tulisan artikel dakwah, cerpen religi, konten Instagram, dan caption edukatif yang menekankan estetika bahasa. Sementara itu, *khithabah* berkembang melalui kanal YouTube, podcast dakwah, hingga khutbah daring yang diakses jutaan orang. Di sini, tuntutan terhadap efektivitas retorika menjadi lebih tinggi karena audiens bersifat heterogen, multikultural, dan memiliki rentang perhatian yang sempit. Maka, pendakwah masa kini perlu memperkuat kompetensi *balaghah* dan *khithabah* secara kontekstual. Mereka tidak hanya dituntut untuk fasih dalam mengutip ayat dan hadis, tetapi juga cakap dalam mengemasnya secara menarik, ringkas, dan menyentuh dalam berbagai medium. Perlu pengembangan kurikulum dakwah yang memadukan antara ilmu *balaghah* klasik dan pelatihan komunikasi modern agar pesan Islam tetap relevan dan berdaya guna.

Dalam dakwah Islam yang penuh tantangan global dan lokal, *balaghah* dan *khithabah* berfungsi sebagai jembatan antara teks wahyu dan realitas umat. Ketika digunakan secara selaras dan etis, keduanya mampu mengubah informasi menjadi inspirasi, dan nasihat menjadi kekuatan transformasi. Keindahan bahasa dan kekuatan penyampaian bukan hanya pelengkap dakwah, tetapi bagian dari sunnah komunikasi Islam yang penuh hikmah dan kasih sayang.

Relevansi Retorika Islam dalam Konteks Kontemporer

Retorika Islam pada hakikatnya tidak hanya terbatas pada seni menyampaikan pesan keagamaan secara efektif dan indah, tetapi juga merupakan sarana transformasi moral dan sosial (Mahmudi & Bakar, 2025). Dalam konteks kontemporer yang ditandai oleh derasnya arus informasi digital, perubahan nilai sosial, serta kompleksitas masyarakat multikultural, peran retorika Islam menghadapi tantangan baru sekaligus membuka ruang inovasi. Komunikasi dakwah tidak lagi berlangsung dalam ruang konvensional seperti masjid atau majelis taklim semata, tetapi juga menjalar ke kanal-kanal media sosial, ruang virtual, dan komunitas global yang plural dan dinamis. Oleh karena itu, aktualisasi retorika Islam harus dipahami sebagai proses adaptif yang mempertahankan nilai-nilai luhur sekaligus mampu merespons perubahan zaman.

1. Tantangan Dakwah Kontemporer

- a. Fragmentasi perhatian masyarakat akibat media digital. Di era media sosial, audiens disuguhi berbagai informasi secara simultan dalam waktu singkat. Konten dakwah bersaing dengan hiburan, politik, gaya hidup, dan informasi viral lainnya (Sutrisno, 2022). Ini menuntut pendakwah untuk menyampaikan pesan secara ringkas, relevan, dan menarik tanpa kehilangan substansi. Di sinilah seni retorika Islam diperlukan: bagaimana menyampaikan pesan dengan struktur logis (*logos*), kredibilitas penyampai (*ethos*), dan sentuhan emosional (*pathos*) dalam format visual atau audio yang dapat menjangkau perhatian publik.

Kehadiran media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, hingga podcast telah melahirkan generasi baru digital da'i, yang mampu menjangkau jutaan umat melalui satu tayangan singkat. Namun, muncul pula fenomena "dakwah instan" yang lebih menekankan sensasi daripada substansi. Retorika Islam yang benar, dalam konteks ini, menjadi filter etis dan metodologis agar pesan keislaman tetap mengedepankan keilmuan, kelembutan, dan kebenaran, bukan sekadar mencari engagement atau popularitas. Ketika retorika digunakan dengan sadar dan bertanggung jawab, maka media sosial bukan menjadi penghalang dakwah, melainkan ladang baru

penyemaian nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin.

- b. Kompleksitas masyarakat multikultural dan multireligius. Dalam masyarakat yang plural, penyampaian dakwah harus dilakukan dengan sensitivitas budaya, bahasa, dan latar belakang audiens (Fauzan et al., 2025). Retorika Islam dalam konteks ini berperan sebagai jembatan dialog, bukan sekadar alat persuasi. Seorang da'i perlu memahami konteks sosial audiensnya; apakah mereka dari kalangan urban, minoritas, intelektual, atau masyarakat adat; agar pesan yang disampaikan tidak bersifat normatif semata, tetapi juga solutif dan kontekstual. Retorika Islam yang bijak akan menjauhi gaya konfrontatif dan eksklusif, serta menekankan pendekatan argumentatif yang rasional dan damai sebagaimana diperintahkan dalam QS. An-Nahl:125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَاتِي هِيَ أَحْسَنُ

Artinya, "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan nasihat yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik.*" (QS. An-Nahl/16: 125)

Komunikasi dakwah di era kontemporer juga menghadapi generasi muda yang semakin kritis dan *visual-oriented*. Generasi ini tidak cukup diyakinkan hanya dengan otoritas tradisional, melainkan dengan narasi yang rasional, relevan, dan inspiratif. Dalam konteks ini, retorika Islam perlu dikemas dalam bahasa yang komunikatif, visual yang menarik, dan gaya yang santai tanpa meninggalkan keseriusan nilai. Pesan moral dalam Islam perlu disampaikan dengan pendekatan storytelling, humor yang mendidik, atau analogi kehidupan sehari-hari yang dekat dengan dunia anak muda. Keberhasilan beberapa pendakwah muda seperti Felix Siauw, Ustaz Hanan Attaki, atau Habib Husein Ja'far menunjukkan bahwa kemampuan retorika yang kuat dan sesuai dengan karakter generasi Z menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah.

Retorika Islam juga relevan dalam menghadapi tantangan urbanisasi dan sekularisasi nilai. Di kota-kota besar, masyarakat cenderung pragmatis, sibuk, dan terjebak dalam rutinitas yang menipiskan kesadaran spiritual. Retorika dakwah yang statis dan normatif tidak lagi efektif menjangkau mereka. Diperlukan pendekatan yang lebih humanistik, berbasis problematika sehari-hari seperti stres kerja, keluarga, krisis identitas, atau pencarian makna hidup. Dalam hal ini, retorika Islam hadir sebagai solusi reflektif; membawa pesan agama bukan hanya untuk akhirat, tetapi juga memberi jawaban terhadap kegelisahan duniawi. Bahasa dakwah yang membumi, empatik, dan personal akan lebih diterima dibandingkan bahasa yang menghakimi atau menggurui.

2. Implementasi Retorika Islam dalam Konteks Kontemporer

Penerapan retorika Islam di ruang publik juga membutuhkan penguasaan etika komunikasi lintas platform. Di era kontemporer, seorang da'i dapat menyampaikan pesan lewat khutbah di masjid, ceramah di YouTube, dialog antariman di televisi, hingga konten edukatif di Instagram Reels. Masing-masing medium membutuhkan strategi retorika yang berbeda, namun tetap berlandaskan nilai Islam: kejujuran, adil dalam menyampaikan fakta, menjaga adab, dan menghindari fitnah serta hoaks. Di sinilah pentingnya pelatihan retorika Islam secara profesional, yang tidak hanya mengajarkan teknik berbicara atau menulis, tetapi juga membentuk karakter komunikator Muslim yang cerdas, berwawasan luas, dan berintegritas.

Membangun konten dakwah berbasis retorika Islam juga memerlukan kolaborasi antara ulama, akademisi, kreator konten, dan komunitas. Para akademisi dapat membantu menyediakan kerangka berpikir yang kuat, ulama memberikan validasi keilmuan, dan kreator konten membantu dalam produksi visual atau narasi menarik. Retorika Islam bukan sekadar ilmu individual, tetapi proses kolektif yang membutuhkan sinergi antareleman umat. Hal ini sesuai dengan semangat amar ma'ruf nahi munkar yang bersifat sosial, bukan

personalistik.

Penting pula dipahami bahwa retorika Islam tidak lepas dari nilai-nilai akhlak. Retorika yang indah akan sia-sia jika tidak disertai dengan keteladanan. Oleh karena itu, pembinaan da'i masa kini tidak cukup hanya melatih mereka berbicara, tetapi juga membentuk spiritualitas dan kepedulian sosial yang tinggi. Ketika dai menjadi teladan dalam kehidupan nyata, maka retorika mereka akan lebih diterima dan membekas. Inilah mengapa Nabi Muhammad SAW menjadi komunikator paling efektif: bukan karena gaya bicaranya semata, tetapi karena kesempurnaan akhlak yang melekat dalam seluruh perilakunya.

Dalam pandangan ini, retorika Islam tidak hanya instrumen komunikasi, tetapi juga refleksi kepribadian dakwah itu sendiri. Di era keterbukaan informasi dan disrupsi nilai, umat Islam perlu mengembangkan tradisi retorika yang kontekstual, transformatif, dan menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Hal ini mencakup kemampuan menyampaikan pesan agama di ruang virtual maupun fisik, dalam format pendek maupun panjang, kepada audiens yang homogen maupun heterogen.

Oleh karena itu, pendidikan Islam ke depan sebaiknya tidak hanya menekankan pada penguasaan teks dan hukum Islam, tetapi juga pada kecakapan retorika dan komunikasi publik. Program studi dakwah, komunikasi Islam, atau bahkan pesantren modern perlu memperkaya kurikulumnya dengan pelatihan keterampilan komunikasi berbasis teknologi, literasi media, dan strategi retorika yang adaptif. Ini penting agar para lulusan memiliki kesiapan menghadapi tantangan dakwah kontemporer dengan tetap menjaga nilai-nilai keislaman yang otentik.

PENUTUP

Retorika dalam Islam merupakan elemen penting dalam penyampaian pesan dakwah yang efektif, etis, dan menyentuh hati masyarakat. Dalam perspektif keilmuan Islam, retorika bukan hanya seni berbicara, tetapi juga sarana transformasi moral dan spiritual yang didasarkan pada nilai-nilai ilahiyah. Berbeda dari retorika klasik seperti yang dikembangkan Aristoteles, retorika Islam berpijak pada integritas pesan dan penyampaiannya yang berlandaskan wahyu dan akhlak. Elemen *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam retorika juga hadir dalam dakwah Islam melalui keteladanan Nabi, pesan yang menyentuh emosional, serta argumentasi yang rasional.

Prinsip-prinsip pesan dalam Al-Qur'an seperti *qaulan sadida*, *qaulan baligha*, *qaulan layyina*, dan *qaulan ma'rufa* menjadi landasan komunikasi dakwah yang menekankan kejelasan, kebenaran, kelembutan, dan kebijaksanaan. Keindahan bahasa (*balaghah*) dan seni berbicara langsung (*Khithabah*) memperkuat daya tarik pesan Islam, baik dalam konteks teks maupun praktik ceramah. Dalam era kontemporer yang ditandai oleh digitalisasi, masyarakat multikultural, serta perubahan gaya hidup, retorika Islam perlu direvitalisasi agar tetap relevan dan mampu menjawab tantangan komunikasi dakwah masa kini. Melalui kombinasi nilai-nilai tradisional dan pendekatan modern, retorika Islam dapat terus menjadi sarana efektif dalam menyebarkan pesan damai, humanis, dan transformatif di tengah masyarakat global.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyatul, N. A., Naqmal, S., Jenar, B. M., & Sswanto, A. H. (2025). Transformasi Hakikat Dakwah: Dari Komunitas Tradisional ke Masyarakat Multikultural. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 725–733.
- Aswari, N. N. (2023). Strategi Metode Dakwah Kontemporer Menurut Pespektif Al-Qur'an. *AL-MUNAWWIR: Jurnal Komunikasi, Pendidikan, & Syari'ah*, 1(1), 11–20.
- Atabik, A. (2014). Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Qur'an. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2), 117–136.
- Dewantara, M. I. (2020). Pemilihan Bahasa Dakwah Habib DR. Segaf Baharun, MHI Dalam

- Majelis al Hikam. *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 40–55.
- Fauzan, M., Admaja, S. T., & Andini, A. (2025). Implementasi Pengorganisasian Dakwah dalam Masyarakat Plural: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat*, 4(1), 191–203.
- Firmansyah, M. (n.d.). *Retorika Dakwah Ustadz Nurfadhilah Yusuf Di Youtube Bang Tile El-Bahir Official*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif
- Habermas, P. J. (2014). Ruang Publik, Civil Society, dan Digital Natives: Perspektif Jürgen Habermas. *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*, 37.
- Hidayatullah, A. A. (2025). Mengungkap Validitas Penafsiran Bi al-Ra'yi Tafsir al-Kasysyaf: Antara Retorika Bahasa dan Bias Teologi. *Al-Qadim-Jurnal Tafsir Dan Ilmu Tafsir*, 2(1), 1–13.
- Maharani, D., Simanjuntak, H. S., Cahyani, N., Hazizah, R., & Sari, Y. (2025). Makna dalam Era Digital: Kajian Semantik Terhadap Bahasa di Media Sosial Indonesia. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 841–862.
- Mahmudi, M. F., & Bakar, M. Y. A. (2025). Konstruksi Keilmuan Balaghoh: Sebuah Tinjauan Dari Perspektif Filsafat Ilmu. *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa*, 3(1), 228–249.
- May, A. (2022). *Retorika Dakwah*. Guepedia.
- Rahman, K. (2024). *Analisis Stilistika Pada Ceramah Ustadz Abdul Somad Di Channel You Tube Saung Doyong Unggahan Februari 2024*. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Ridho, A. (2024). *Dakwah dan Literasi Keagamaan Lintas Budaya: Peluang dan Tantangan di Kancah Lokal sampai Global*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ridwan, A. (2009). Monologika; Retorika untuk Tabligh Islam (Menelusuri sejarah menemukan arah). *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(14), 699–728.
- Rokibullah, R. (2025). Analysis Of The Concept Of Social Change In Islam And The Theory Of Social Change In The Modern Era. *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(3), 1168–1185.
- Rumra, M. Y., & Hakis, H. (2023). Bahasa sebagai Media Komunikasi Dakwah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 133–146.
- Saputra, R. A. V. W., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2024). *Retorika: Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. wawasan Ilmu.
- Suisyanto. (2020). *Retorika Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*. Samudra Biru.
- Sunarto, A. (2014). Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato). In *Jaudar Press*. Jaudar Press. <https://media.neliti.com/media/publications/101940-ID-kajian-retorika-untuk-pengembangan-penge.pdf>
- Sutrisno, E. (2022). *Dakwah Digital di Era Milenial*. GUEPEDIA.
- Tahir, A., Cangara, H., & Arianto, A. (2020). Komunikasi dakwah da'i dalam pembinaan komunitas muallaf di kawasan pegunungan Karomba kabupaten Pinrang. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 155–167.
- Ufairah, R. (2024). *Retorika Dakwah Para Da'i Dalam Program Acara Islam Itu Indah di Trans TV*. IAIN ParePare.
- Umdatul Hasanah. (2020). Retorika Dakwah Kontemporer. In *Media Madani*. Media Madani.
- Zaenuri, L. A. (2013). *Retorika Dakwah (Teori dan Praktek)*. Indie Book Corner.