



# Retorika: Dari Filsafat Yunani Menuju Komunikasi Dakwah Modern

Naufal Rifqi Nasution<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*[naufalrif23@mail.com](mailto:naufalrif23@mail.com)

## ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan pengertian retorika, jauh daripada itu adalah menelusuri sejarah perkembangannya dari era klasik hingga modern. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah kualitatif studi pustaka dengan pendekatan historis dan analisis isi. Teori utama yang digunakan merujuk pada konsep retorika klasik dari Aristoteles yang terdiri atas ethos, pathos, dan logos. Hasil kajian akhir menunjukkan bahwa retorika klasik menjadi fondasi penting dalam pengembangan strategi komunikasi dakwah modern. Dalam praktik dakwah, retorika tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan, tetapi juga membentuk persepsi dan respons audiens. Dengan memahami prinsip-prinsip retorika, para da'i dapat menyampaikan pesan secara lebih efektif dan komunikatif. Implikasi dari kajian ini menegaskan pentingnya penguasaan retorika bagi para pelaku dakwah agar pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami, tetapi juga mampu menyentuh emosi dan membangkitkan kesadaran audiens secara mendalam.

**Kata Kunci :** retorika klasik, komunikasi dakwah, persuasi, Aristoteles.

## ABSTRACT

*This article aims to explain the definition of rhetoric, trace its historical development from the classical to the modern era, and examine the relationship between rhetoric and communication in the context of da'wah. The research method used is qualitative library research with a historical and content analysis approach. The main theoretical framework is based on Aristotle's classical rhetoric, which includes ethos, pathos, and logos. The findings indicate that classical rhetoric serves as a crucial foundation for developing effective communication strategies in modern Islamic preaching. In practice, rhetoric not only functions as a tool for delivering messages but also shapes audience perception and response. By mastering rhetorical principles, preachers can convey their messages more effectively and communicatively. The implications of this study highlight the importance of rhetorical skills for da'wah practitioners so that their messages are not only understood but also emotionally resonate and raise awareness among audiences in a meaningful way.*

**Keywords :** classical rhetoric, da'wah communication, persuasion, Aristotle.

## PENDAHULUAN

Retorika yang digunakan sebagai seni berbicara dan persuasi, telah menjadi bagian integral dari komunikasi manusia sejak zaman kuno. Dalam konteks dakwah Islam, retorika memainkan peran penting dalam menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat dengan cara yang menarik dan menyentuh hati. Perkembangan teknologi dan media massa di era modern menuntut para da'i untuk mengadaptasi teknik retorika klasik ke dalam format komunikasi yang lebih kontemporer, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, serta perubahan karakteristik audiens, para da'i dituntut tidak hanya memahami prinsip-prinsip retorika klasik seperti ethos, pathos, dan logos, tetapi juga mampu mengadaptasinya ke dalam strategi komunikasi dakwah yang sesuai dengan medium dan konteks kekinian. Hal ini bertujuan agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat melalui platform yang mereka gunakan sehari-hari, seperti media sosial, siaran daring, dan konten digital lainnya (Saleh & Listia, 2022).

Beberapa penelitian telah membahas mengenai peran retorika dalam komunikasi dakwah. Faridah et al. (2022) dalam artikelnya yang berjudul "*Solusi Dakwah di Era Teknologi Komunikasi dan Informasi*" menjelaskan bahwa dakwah di era digital memerlukan adaptasi terhadap kemajuan teknologi, termasuk penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Para da'i dituntut untuk memahami karakteristik medium digital dan menyusun pesan-pesan dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga bagaimana caranya bisa mengajak dan kontekstual sesuai dengan kebutuhan mad'u digital. Hal ini mengisyaratkan bahwa retorika modern tidak bisa dilepaskan dari penguasaan platform teknologi (Faridah et al., 2022).

Sementara itu, penelitian lainnya oleh Nafi'ah (2018) dalam skripsinya yang berjudul "*Retorika Dakwah Habib Ja'far Shodiq Al-Musanwa dalam Program Acara Kajian Petang Radio Dais 107.9 FM Semarang*" menekankan pentingnya retorika sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah yang efektif melalui media radio. Ia mengungkap bahwa pendekatan retorik Habib Ja'far yang komunikatif, personal, dan emosional menjadi kunci keberhasilan dalam menarik perhatian dan membentuk pemahaman audiens. Ini menunjukkan bahwa media tradisional seperti radio masih relevan, terutama ketika digunakan secara retorik dengan mempertimbangkan konteks budaya dan psikologis pendengar (Nafi'ah Diroyatun, 2018).

Di sisi lain, studi oleh Nurdin dan Syihabudin (2023) mengkaji gaya bahasa retorika dakwah melalui media sosial Instagram, khususnya pada figur publik seperti Ustaz Subhan Bawazier. Temuan mereka menunjukkan bahwa polihan

diksi, gaya tutur, serta unsur visual dalam penyampaian dakwah memiliki pengaruh signifikan terhadap keterlibatan audiens (engagement). Artinya dalam konteks media visual digital, retorika tidak hanya bergantung pada bahasa lisan saja tetapi juga pada narasi visual dan simbolik (Nurdin & Zakaria, 2024).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada aspek historis atau aplikatif dari retorika dalam dakwah, artikel ini bertujuan untuk mengintegrasikan teori retorika klasik dengan praktik komunikasi dakwah modern. Penelitian ini menganalisis bagaimana prinsip-prinsip retorika Aristoteles dapat diadaptasi dalam konteks dakwah masa kini, terutama dalam menghadapi tantangan di era digital dan multikultural ini. penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan da'i dalam memanfaatkan retorika sesuai dengan karakteristik media dan audiens yang dituju. Namun demikian, masih terdapat kekosongan dalam kajian yang mencoba mengaitkan langsung antara teori retorika klasik Aristoteles (*ethos, pathos, logos*) dengan penerapannya dalam konteks dakwah digital kontemporer secara komprehensif. Banyak studi hanya menyoroti aspek praktis, tanpa mengaitkan secara eksplisit kerangka teoritis retorika klasik sebagai fondasi strategis komunikasi dakwah.

Dengan demikian, tulisan ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan memadukan pendekatan teoritis klasik dan fenomena praktis dakwah modern, sehingga dapat memberikan kontribusi konseptual yang lebih utuh terhadap pengembangan strategi komunikasi dakwah berbasis retorika.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, pertanyaan penelitian akan dijawab dalam artikel ini adalah: 1. Bagaimana pengertian dan sejarah perkembangan retorika dari masa klasik hingga modern?; 2. Apa saja perbedaan antara retorika klasik dan modern dalam konteks komunikasi dakwah?; 3. Bagaimana hubungan antara retorika dan komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah yang efektif? Menjadi suatu hal yang penting menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, mengingat transformasi bentuk komunikasi dakwah tidak hanya terjadi pada tataran media, tetapi juga pada cara penyusunan pesan dan pendekatan terhadap audiens yang semakin beragam. Dalam masyarakat yang makin digital, pendekatan dakwah yang hanya mengandalkan penyampaian satu arah sering kali tidak mampu menjangkau pemahaman dan kesadaran audiens secara mendalam. Oleh karena itu, pendekatan retorika yang mempertimbangkan logika pesan, kredibilitas penyampai, dan juga sentuhan emosional sangat relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Selain itu juga bahwa pendekatan retorika klasik dapat menjadi alat evaluasi kritis bagi para komunikator dakwah dalam menyusun strategi penyampaian pesan yang lebih sistematis dan berdampak. Pemahaman terhadap struktur retorika juga

membantu para da'i untuk menghindari komunikasi yang bersifat dogmatis dan tidak dialogis. Sebaliknya, retorika yang terstruktur dan tepat guna justru dapat membangun hubungan timbal balik yang produktif antara penyampai pesan dan audiens. Dengan menempatkan teori retorika sebagai kerangka dasar, dakwah di era kontemporer dapat diarahkan bukan hanya untuk menyampaikan pesan agama, tetapi juga mendorong perubahan sosial yang konstruktif dan inklusif.

Sebagai bentuk upaya untuk menjembatani antara teori dan praktik, artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Data dikumpulkan melalui telaah berbagai sumber ilmiah seperti jurnal, buku, dan skripsi yang relevan dengan tema retorika dan komunikasi dakwah. Analisis dilakukan dengan pendekatan wacana, serta menggunakan teori retorika klasik Aristoteles sebagai kerangka analisis utama, khususnya dalam menelaah unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam praktik dakwah kontemporer.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Retorika dalam dakwah Islam memainkan peran sentral dalam menyampaikan pesan keagamaan secara efektif kepada audiens yang beragam. Penelitian oleh Romdoniah (2022) menunjukkan bahwa Ustadz Taupan Firdaus menyesuaikan pilihan kata, gaya bahasa, dan gerak tubuhnya sesuai dengan karakteristik audiensnya, baik pemuda maupun orang tua. Penyesuaian ini membuat materi dakwah lebih mudah diterima dan dipahami oleh jamaah (Romdoniah, 2022). Masih sama dalam hal ini penelitian lain oleh Falah dan Hidayati (2021) menunjukkan bahwa Lulung Mumtazah menyesuaikan pilihan kata, gaya, bahasa, dan juga gerak tubuhnya sesuai dengan karakteristik audiensnya dalam ceramah di kanal YouTube "Islam itu Indah Official". Penyesuaian ini membuat materi dakwah lebih mudah diterima dan dipahami juga oleh jamaah, sama halnya dengan penelitian oleh Romdoniah (Falah & Hidayati, 2021).

Dalam konteks media sosial, Gus Miftah dikenal menggunakan gaya bahasa informal dan struktur kalimat yang beragam dalam ceramahnya di YouTube. Penelitian oleh Nandiastuti (2020) mengungkapkan bahwa Gus Miftah sering menggunakan gaya bahasa tidak resmi, klimaks, dan gradasi untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan dakwah secara efektif (Nandiastuti, 2020). Aspek nonverbal dalam retorika dakwah juga menjadi penting, elemen Nonverbal seperti kinesik (gerak tubuh) dan proksemik (jarak fisik) merupakan bagian integral dari komunikasi dakwah. Integrasi komunikasi verbal dan nonverbal menciptakan dinamika dalam penyampaian pesan dakwah yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Melihat berbagai praktik dakwah di atas, terlihat bahwa efektivitas penyampaian pesan keagamaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan penyesuaian

bahasa, media, serta pendekatan komunikasi yang digunakan oleh para dai. Dakwah yang berhasil bukan semata ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, melainkan juga oleh bagaimana pesan tersebut dikemas secara menarik, disesuaikan dengan karakteristik audiens, dan dikontekstualisasikan dalam perkembangan zaman. Berangkat dari pemahaman tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menelaah lebih dalam konsep retorika dan perkembangannya dari masa klasik hingga modern, serta bagaimana perbedaannya tercermin dalam konteks komunikasi dakwah. Pembahasan ini juga diarahkan untuk memahami sejauh mana retorika dapat mendukung efektivitas komunikasi dalam dakwah Islam, berdasarkan temuan-temuan pustaka yang telah dihimpun.

### **Pegertian dan Sejarah Perkembangan Retorika dari Masa Klasik hingga Modern**

Retorika berasal dari bahasa Yunani *Rhetorike*, yang artinya seni berbicara atau kemampuan untuk berbicara secara efektif. Menurut seorang Filsuf Aristoteles mengatakan bahwa retorika adalah kemampuan untuk melihat apa yang mungkin menjadi persuasif dalam setiap kasus tertentu (Aisyah, 2022). Dalam konteks dakwah Islam, retorika merupakan seni menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang menarik dan menyentuh hati, sehingga dapat mempengaruhi audiens untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam. Dalam persepektif Aristoteles, retorika merupakan bagian dari filsafat praktis yang berfokus pada persuasi melalui bahasa. Ia mengklasifikasikan retorika menjadi tiga jenis: deliberatif (berkaitan dengan masa depan), forensik (berkaitan dengan masa lalu), dan demonstratif (berkaitan dengan masa kini). Setiap jenis retorika memiliki tujuan dan strategi yang berbeda dalam mempengaruhi audiens (Tohir, 2021).

Dalam konteks dakwah Islam yang lain, retorika memainkan peranan penting dalam menyampaikan ajaran agama dengan cara yang menarik dan mudah untuk dipahami. Seorang dai harus mampu menyesuaikan gaya bahasa, intonasi, dan ekspresi tubuh sesuai dengan karakteristik audiensnya. Penggunaan retorika yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan pesan dakwah oleh masyarakat (Abdullah, 2009). Retorika dalam dakwah tidak hanya terbatas pada kemampuan berbicara saja, tetapi juga hal lainnya seperti pemahaman mendalam tentang isi pesan, konteks sosial budaya audiens, dan penggunaan media yang tepat harus diperhatikan. Dalam era digital, dai dituntut untuk menguasai berbagai platform komunikasi, seperti media sosial, untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif.

Retorika telah mengalami perjalanan panjang sejak masa Yunani Kuno hingga era modern, berkembang seiring dengan perubahan sosial, politik, dan teknologi. Sebagai seni berbicara yang bertujuan untuk mempengaruhi audiens, retorika memainkan peran penting dalam berbagai konteks komunikasi, termasuk

dalam dakwah Islam. Pada masa Yunani Kuno, sekitar abad ke-5 SM, retorika muncul sebagai respon terhadap kebutuhan masyarakat dalam sistem demokrasi yang berkembang di polis-polis Yunani. Tokoh-tokoh seperti Gorgias dan Protagoras, yang dikenal sebagai sofis, mengajarkan seni berbicara kepada warga negara untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik. Mereka menekankan pentingnya kemampuan berbicara yang meyakinkan untuk mempengaruhi pendapat publik. Aristoteles kemudian mengembangkan teori retorika yang lebih sistematis, dengan menekankan tiga elemen utama dalam retorika seperti yang telah dijelaskan di bagian pendahuluan.

Retorika berkembang lebih lanjut lagi di Romawi Kuno dengan tokoh-tokoh seperti Cicero dan Quintilian. Mereka menekankan pada pentingnya moralitas dan etika dalam berpidato, serta mengembangkan lima kanon retorika: *Inventio* (penemuan argumen), *depositio* (penyusunan argumen), *ecutio* (gaya bahasa), *memoria* (hafalan), dan *pronuntiatio* (penyampaian). Retorika menjadi bagian integral dari pendidikan dan kehidupan publik di Romawi, digunakan dalam berbagai forum seperti pengadilan, senar, dan acara-acara publik. Selama abad pertengahan, retorika menjadi bagian dari trivium dalam pendidikan klasik, bersama dengan gramatika dan logika. Retorika digunakan terutama dalam konteks keagamaan untuk menyampaikan khotbah dan ajaran gereja. Namun, fokus retorika pada masa ini lebih kepada interpretasi teks-teks suci dan penyampaian doktrin keagamaan, dengan penekanan pada otoritas dan tradisi (Sulistyarini & Zainal, 2020).

Pada era modern saat ini, retorika mengalami transformasi seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi. Retorika tidak hanya terbatas pada pidato lisan, tetapi juga mencakup komunikasi tertulis dan visual. Dalam konteks dakwah Islam, retorika modern melibatkan penggunaan media massa dan digital untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif kepada audiens yang lebih luas. Penggunaan platform seperti YouTube, media sosial, dan podcast memungkinkan para da'i untuk menjangkau berbagai kalangan masyarakat dengan pendekatan yang lebih interaktif dan kontekstual. Dengan perkembangan retorika kontemporer, terdapat penekanan adaptasi pesan sesuai dengan karakteristik audiens, penggunaan narasi yang kuat, dan integrasi antara komunikasi verbal dan nonverbal. Retorika tidak lagi hanya dilihat sebagai teknik persuasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan, membentuk identitas, dan memfasilitasi dialog antarbudaya. Dalam dakwah Islam, pendekatan retorika yang inklusif dan empatik menjadi kunci utama untuk menyampaikan pesan yang relevan dan dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat (Nabila et al., 2024).

Secara keseluruhannya, bahwa sejarah perkembangan retorika menunjukkan bahwa seni berbicara ini terus beradaptasi dengan perubahan zaman dan

kebutuhan komunikasi masyarakat. Dalam konteks dakwah Islam, pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip retorika yang efektif dapat meningkatkan kualitas penyampaian pesan keagamaan, memperkuat hubungan antara da'i dan jamaah, serta memperluas jangkauan dakwah di era digital.

### **Perbedaan Retorika Klasik dan Modern dalam Konteks Komunikasi Dakwah**

Retorika sebagai seni berkomunikasi persuasif telah mengalami transformasi signifikan dari era klasik hingga era modern saat ini, dalam konteks komunikasi dakwah, perubahan ini mencerminkan dinamika zaman serta perkembangan media dan psikologi audiens. Retorika klasik, sebagaimana dikembangkan oleh Aristoteles, lebih berorientasi pada teknik berbicara yang sistematis dengan penekanan pada tiga elemen utama: *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Sementara itu, retorika modern berkembang seiring kemajuan teknologi dan munculnya media digital, sehingga tidak hanya mencakup pidato lisan, tetapi juga komunikasi visual, audiovisual, dan interaktif (Surizkika, 2019). Dalam pendekatan yang klasik bahwa dakwah disampaikan secara langsung pada khalayak melalui mimbar, majelis, dan forum keagamaan. Strategi komunikasinya sangat bergantung pada struktur logika yang kuat dan daya persuasi lisan. Seorang da'i di masa lalu, seperti halnya orator klasik, dituntut untuk fasih dalam berbicara, memiliki hafalan yang kuat, dan mampu mengatur isi dakwah secara berurutan. Retorika klasik juga lebih bersifat satu arah: da'i berbicara, audiens mendengarkan. Dalam jurnalnya, Darma Agung Universty (2022) menjelaskan bahwa kerangka retorika klasik menempatkan pembicara sebagai pusat alat komunikasi, dengan penekanan kuat pada aspek moralitas pembicara (*ethos*) dan susunan argumen (*logos*) dalam pidato (Aisyah, 2022).

Sementara itu, dalam retorika modern, komunikasi dakwah menuntut pendekatan yang lebih dinamis dan dialogis. Perubahan ini dipicu oleh munculnya media sosial dan platform digital yang memungkinkan interaksi dua arah antara da'i dan audiens. Seorang pendakwah tidak hanya berbicara, tetapi juga menanggapi komentar, menjawab pertanyaan secara langsung di ruang digital. Bahkan membentuk komunitas virtual. Strategi ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tohir (2021), yang menyatakan bahwa retorika dakwah modern menekankan pada inklusivitas, keterbukaan, dan pendekatan empatik dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan (Tohir, 2021).

Selain itu, bahwa retorika klasik menitikberatkan pada estetika bahasa dan kesempurnaan struktur narasi. Dalam dakwah modern, aspek tersebut cenderung diimbangi dengan kreativitas visual, penggunaan metafora yang kontekstual, serta kemampuan membangun narasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens digital. Seperti dijelaskan di dalam penelitian STISNQ (2024), Komunikasi

dakwah saat ini menuntut dai untuk menguasai public speaking berbasis teknologi, termasuk teknik visualisasi, penggunaan platform seperti YouTube dan TikTok, serta penyesuaian gaya komunikasi yang ramah bagi generasi muda (Nabila et al., 2024).

Transformasi retorik ini juga menyentuh cara penguatan pesan. Jika dalam retorika klasik penekanan logika dan kredibilitas dominan, maka dalam retorika modern justru emosi audiens sering dijadikan titik sentral. Dai modern seperti Gus Miftah dan Habib Jindan sering menggunakan pendekatan naratif personal, kisah inspiratif, dan sentuhan emosional dalam menyampaikan ceramah, sebagaimana ditemukan oleh Maratua et al. (2024) dalam analisis terhadap komunikasi dakwah di media sosial (Maratua et al., 2024). Dengan demikian, bahwa perbedaan yang paling mendasar antara retorika klasik dan modern dalam konteks dakwah terletak pada medium penyampaian, pola interaksi, bentuk persuasi, serta tuntutan terhadap adaptasi dengan adanya perkembangan zaman. Retorika klasik bersifat struktural dan satu arah, sedangkan retorika modern lebih fleksibel, dialogis, dan multialuran. Keduanya tetap relevan, namun aplikasinya bergantung pada konteks sosial, karakteristik audiens, serta tujuan dakwah yang ingin dicapai.

### **Hubungan antara Retorika dan Komunikasi dalam Menyampaikan Pesan Dakwah yang Efektif**

Retorika dan komunikasi adalah dua hal yang memiliki hubungan yang erat dalam penyampaian pesan dakwah. Retorika adalah bagian dari strategi komunikasi yang bertujuan untuk meyakinkan dan mempengaruhi audiens. Dalam konteks dakwah Islam, keberhasilan penyampaian pesan tidak hanya ditentukan oleh isi materi yang disampaikan, tetapi juga oleh cara penyampaiannya. Kemampuan seorang dai untuk menggunakan gaya bahasa yang tepat, ekspresi wajah, intonasi suara, serta kemampuan membaca situasi sosial menjadi aspek yang penting dalam menciptakan komunikasi dakwah yang efektif. Seperti dijelaskan oleh Musliadi dan Muhlis (2022), retorika bukan hanya alat penyampai pesan, tetapi juga penguat nilai pesan dakwah itu sendiri, sehingga mampu menggerakkan audiens dari sekedar mendengar menjadi memahami dan menginternalisasi pesan tersebut (Musliadi & Muhlis, 2023). Dalam praktiknya, retorika dakwah melibatkan teknik-teknik komunikasi yang bersifat persuasif dan adaptif terhadap konteks audiens. Hal ini menjadi penting mengingat karakteristik jamaah yang semakin heterogen di era digital. Retorika memungkinkan seorang dai untuk membungkus pesan keagamaan sesuai dengan kondisi psikologis, sosial, dan budaya audiens. Uyun (2023) menemukan bahwa dakwah yang disampaikan melalui media sosial seperti TikTok menjadi lebih efektif ketika disampaikan dengan gaya retorika yang ringan, relevan dengan keseharian audiens, dan menyentuh sisi emosional. Ini



menandakan bahwa retorika bukan hanya menyampaikan “apa” yang disampaikan, tetapi “bagaimana” penyampaiannya membentuk efektivitas komunikasi itu sendiri (Unsiyatul Uyun, 2023).

Keterampilan komunikasi dalam dakwah juga tidak bisa dilepaskan dari perkembangan teknologi informasi. Media sosial, YouTube dan berbagai platform digital telah memperluas ruang dakwah menjadi lebih interaktif dan partisipatif. Dalam konteks ini, retorika berkembang dari sekadar teknik berbicara menjadi strategi membangun relasi, menciptakan keterlibatan, dan memperkuat kepercayaan antara da'i dan jamaah. Maratua et al. (2024) menunjukkan bahwa pendekatan retorika yang empatik, personal, dan dialogis mampu membangun kelekatan emosional antara pendakwah dan audiens digital. Ini menjadi fondasi penting dalam membangun komunikasi dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif (Maratua et al., 2024).

Retorika juga memungkinkan terjadinya komunikasi yang kontekstual, dalam dakwah modern, seorang pendakwah menghubungkan ajaran agama dengan persoalan-persoalan aktual seperti toleransi beragama, pergaulan remaja, ekonomi syariah, hingga etika bermedia sosial. Penyampaian pesan keagamaan yang disesuaikan dengan dinamika sosial tersebut akan lebih mudah diterima jika disampaikan dengan strategi retorika yang menyentuh kebutuhan aktual audiens. Menurut Trilaksono et al. (2021), keberhasilan dakwah tidak hanya diukur dari jumlah pendengar, tetapi dari sejauh mana pesan yang disampaikan dapat membentuk sikap dan perilaku audiens secara nyata (Trilaksono et al., 2021). Retorika dan komunikasi dalam dakwah ini bukanlah dua hal entitas yang terpisah, melainkan ini saling terhubung. Retorika menyediakan perangkat strategis untuk memaksimalkan efektivitas komunikasi dakwah, sedangkan komunikasi menjadi medium utama bagi retorika untuk menjalankan fungsinya. Keduanya bekerja sama untuk memastikan bahwa pesan keagamaan tidak hanya disampaikan, tetapi juga dipahami, diterima, dan diinternalisasi oleh audiens dengan cara yang menyentuh akal dan hati.

## **PENUTUP**

Retorika memiliki posisi penting dalam komunikasi dakwah Islam karena berfungsi bukan hanya sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai pendekatan strategis dalam membentuk pemahaman, penerimaan, dan perubahan sikap audiens. Kajian ini telah menelusuri bagaimana retorika berkembang dari masa klasik hingga modern, serta bagaimana teori-teori lama seperti milik Aristoteles dapat disesuaikan dalam konteks dakwah digital saat ini. Dalam proses tersebut ditemukan bahwa prinsip-prinsip dasar retorika tetap relevan, namun perlu dielaborasi ulang agar sesuai dengan karakteristik media baru dan perilaku

komunikasi khalayak modern. Penelusuran terhadap pengertian dan sejarah perkembangan retorika menunjukkan bahwa sejak awal kemunculannya di Yunani Kuno, retorika telah dimaknai sebagai seni mempengaruhi dengan kata-kata. Namun dalam konteks dakwah, retorika tidak berhenti sebagai sarana persuasi semata, tetapi juga sebagai jembatan komunikasi antara dai dan audiens. Perkembangan zaman, terutama di era digital, menjadikan retorika bertransformasi menjadi sesuatu yang multidimensional, menggabungkan unsur verbal, visual, dan bahkan interaksi digital secara langsung. Perubahan ini mengindikasikan pentingnya kemampuan da'i dalam menyesuaikan teknik penyampaian dengan audiens yang semakin dinamis.

Kajian terhadap perbedaan antara retorika klasik dan modern menegaskan bahwa pendekatan dakwah yang semula bersifat satu arah, kini berkembang menjadi lebih dialogis dan partisipatif. Dalam retorika klasik, kekuatan logika dan susunan pesan menjadi titik tekan. Sedangkan dalam retorika modern, efektivitas lebih banyak ditentukan oleh keterhubungan emosional, penyesuaian konteks sosial, dan kemampuan menggunakan teknologi komunikasi secara tepat. Perbedaan ini tidak menghapus nilai dari pendekatan lama, namun justru memberi ruang untuk mengintegrasikan keduanya dalam strategi dakwah yang lebih inklusif dan relevan dengan perkembangan zaman. Hubungan antara retorika dan komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah juga menjadi sorotan penting dalam kajian ini. Ditemukan bahwa kemampuan retorikis bukan hanya mendukung efektivitas komunikasi, tetapi juga memperkuat hubungan antara penyampai dan penerima pesan. Ketika retorika digunakan secara tepat, menggabungkan kredibilitas, logika, dan sentuhan emosional, maka pesan dakwah tidak hanya sampai di telinga, tetapi juga menyentuh hati. Ini menjadi sangat penting di tengah realitas sosial yang penuh dengan distraksi informasi dan keberagaman latar belakang audiens.

Sebagai simpulan umum, dapat dikatakan bahwa penguasaan retorika yang baik, disesuaikan dengan konteks kekinian, merupakan prasyarat penting bagi da'i di era digital. Adapun untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar pendekatan retorika dalam dakwah dikaji lebih spesifik berdasarkan jenis media atau platform tertentu seperti podcast, TikTok, atau metaverse. Selain itu, pendekatan retorika juga dapat dieksplorasi lebih jauh dalam konteks dakwah lintas budaya atau komunitas non-Muslim, sehingga fungsi strategisnya dalam membangun dialog dan perubahan sosial lebih optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah. (2009). Retorika dan Dakwah Islam. *Jurnal Dakwah*, 10(1), 107–117. <https://ejournal.uinsuka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/2009.10107/393>

- Aisyah, M. (2022). ETHOS, PATHOS, LOGOS DAN KOMUNIKASI PUBLIK: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442–469. <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/download/2066/2028>
- Falah, R., & Hidayati, S. (2021). Retorika Dakwah (Studi Retorika Dakwah Lulung Mumtazah). *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam LAIN Kudus*, 8(2). <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>
- Faridah, F., Utami, A. I. P., & Sunatri, S. (2022). Solusi Dakwah Di Era Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 57–68. <https://doi.org/10.47435/retorika.v4i1.879>
- Maratua, H., Zen, M., & Fatmawati. (2024). Strategi Dakwah Habib Jindan Dan Kyai Faiz Syukron. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 214–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.59585/jimad>
- Musliadi, M., & Muhlis, M. (2023). Perkembangan Komunikasi Islam Di Era Moderen. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 45–65. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2247>
- Nabila, W., Fadhilatunnisa, S., & Suryandari, M. (2024). Sejarah Dan Perkembangan Public Speaking Dalam Komunikasi Dakwah andari. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum, Dan Humaniora*, 2(2). <https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/ALADALAH/article/download/779/793>
- Nafi'ah Diroyatun. (2018). *RETORIKA DAKWAH HABIB JAFAR SHODIQ AL MUSAWWA DALAM PROGRAM ACARA KAJIAN PETANG RADIO DAIS 107.9 FM SEMARANG*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Nandiasuti, S. (2020). *RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI YOUTUBE*, Fakultas Dakwah, IAIN Purwokerto. [SEPTI NANDIASTUTI RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI YOUTUBE.pdf](https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/ALADALAH/article/download/779/793)
- Nurdin, N., & Zakaria. (2024). ANALISIS KRITIS TERHADAP PENERAPAN GAYA BAHASA PADA RETORIKA DAKWAH USTAZ SUBHAN BAWAZIER DI INSTAGRAM. *Journal.Uinjkt.Ac.Id*, 1–20. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi/article/viewFile/25528/10419>
- Romdoniah, N. (2022). *RETORIKA DAKWAH USTAZ TAUPAN FIRDAUS DALAM PENGAJIAN MINGGUAN*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- Saleh, M., & Listia, R. (2022). Urgensi Retorika dalam Perspektif Komunikasi Islami. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 12(1), 61–71.

Nasution N.R.

- Sulistiyarini, D., & Zainal, A. (2020). *Buku Ajar Retorika* (K. Ikhwan (ed.); pertama). CV. AA. RIZKY. [https://repository.lppm.unila.ac.id/20318/1/Buku Ajar Retorika.pdf](https://repository.lppm.unila.ac.id/20318/1/Buku_Ajar_Retorika.pdf)
- Tohir, S. (2021). Retorika Da'Wah Periode Madinah. *Jurnal Da'wah Risalah Merintis*, 4(2), 103–121.
- Trilaksono, B. H., Prasetyawan, W., Amirudin, A., & Rizky, K. (2021). Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.18073>
- Unsiyatul Uyun. (2023). Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 125–143. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v4i2.993>
- Surizkika, A. (2019). Digitalisasi Dakwah melalui Media Sosial dan Urgensi Logistik Dakwah. *Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(2), 119–126.