

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan agama Islam sangat ditentukan oleh usaha dakwah yang dilakukan. Melalui dakwah, setiap individu atau kelompok diajak untuk mempelajari, memeluk, mengimani, dan mengamalkan ajaran Islam secara tenteram, penuh komitmen, dan konsisten. Berbagai langkah pun ditempuh para pendakwah untuk menarik minat publik sehingga materi syiar agama yang disampaikan dapat diterima sekaligus dipahami dengan benar dan baik. Adapun faktor yang memengaruhi keberhasilan penyampaian dakwah terutama mengenai pesannya ialah kemampuan retorika dakwah yang diikuti dengan ketepatan penggunaan strategi retorika di depan umum.

Dalam KBBI Daring V (2018) retorika didefinisikan sebagai keterampilan berbahasa secara efektif; studi tentang pemakaian bahasa secara efektif dalam karang-mengarang; dan seni berpidato yang muluk-muluk dan bombastis. Sementara, dakwah adalah penyiaran; propaganda; penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; juga seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama. Jika dilihat dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab *da'wah* yang mempunyai tiga huruf asal yaitu *dal*, *'ain*, dan *wau*. Ketiga huruf asal ini membentuk beberapa kata dengan beberapa makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong,

meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi (Munawwir dalam Aziz, 2017: 5).

Menurut Aristoteles (2018: 20), retorika adalah bagian dari dialektika dan ilmu etika. Baik retorika, maupun dialektika (diskusi dan debat), bukan merupakan kajian dari suatu subjek ilmu tertentu. Keduanya berkaitan dengan kemampuan membuat argumen. Retorika juga menjadi alat-alat persuasi yang tersedia dan penggunaan seluruh alat persuasi baginya bukanlah termasuk suap atau penyiksaan, tetapi suatu cara yang lazim digunakan pada masa Yunani Kuno. Dengan demikian, retorika dakwah secara sederhana dapat dijelaskan sebagai keterampilan bahasa yang efektif dalam penyiaran agama (dalam hal ini Islam) dan pengembangannya di kalangan masyarakat.

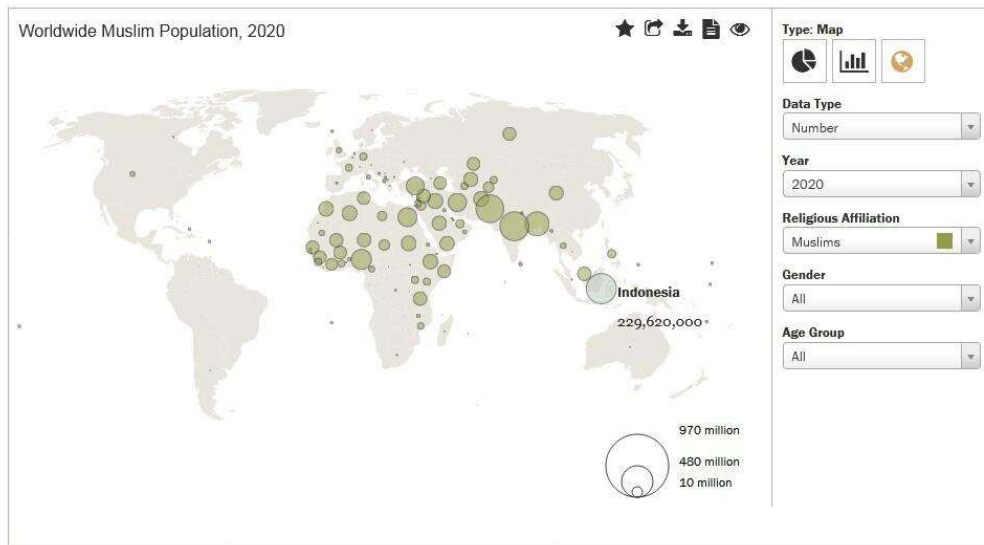
Seiring perkembangan zaman, retorika dakwah dengan memanfaatkan bahasa sebagai media komunikasi untuk bertukar informasi, berkirim pesan, dan berhubungan satu sama lain turut mengalami perubahan. Apalagi bahasa dari segi linguistik memang memiliki hakikat yang dinamis. Ada penggunaan kosakata, gaya bahasa, unsur gramatikal, dan unsur suprasegmental berbeda cenderung berubah ketika seseorang melangsungkan retorika dakwahnya.

Menilik kecepatan arus informasi sesuai kesempatan akses saat ini, sarana dakwah semakin mengalami perluasan. Jika dulu dakwah disampaikan hanya secara langsung oleh para pendakwah di aneka tempat, misalnya masjid atau musala. Dakwah sekarang mulai merambah ke arah penyampaian secara tidak langsung di beragam media massa, seperti radio, televisi, dan jejaring

internet. Media dakwah dengan saluran jejaring internet terdiri atas beberapa platform, yakni blog, media sosial Facebook, Twitter, Instagram, Spotify dengan konten *podcast*, dan YouTube sebagai media yang paling ramai diminati dengan banyak konten audio visual atau video.

Penelitian mengenai retorika dakwah begitu diperlukan demi mengembangkan konsep tertentu. Sesuatu yang harus dimaksimalkan dan sesuatu yang harus diminimalkan dalam menyampaikan retorika dakwah dapat lebih mudah diketahui. Selain memahami metode penyampaian retorika dakwah, jenis informasi yang dibutuhkan oleh para pendengar sebagai sasaran tentu lebih lanjut akan bisa dipertimbangkan.

Retorika dakwah menjadi topik penting dibahas dan dikaji bagi masyarakat Indonesia mengingat jumlah penganut agama Islam di negara ini terbanyak di dunia. Hal tersebut berdasarkan data yang dirilis oleh Global Religious Futures (2020) melalui laman resminya bahwa penduduk beragama Islam (muslim) di Indonesia tercatat sebanyak 229.620.000 jiwa atau setara 87% dari total populasi. Jumlah tersebut disusul kemudian oleh India dengan angka 213.340.000 jiwa.



**Gambar 1**  
**Pemetaan Populasi Muslim Sedunia**  
**(Sumber: Global Religious Futures, 2020)**

Di antara para pendakwah fenomenal di Indonesia, nama K.H. Abdullah Gymnastiar (selanjutnya ditulis Aa Gym) dan Habib Muhammad Rizieq bin Hussein Shihab (selanjutnya ditulis Habib Rizieq) muncul sebagai tokoh yang sering kali disebut. Keduanya memiliki karakteristik cukup bertolak belakang dilihat dari cara penyampaian dakwah. Aa Gym dalam pandangan Asmaya (2003: 98) diterangkan dapat mengemas materi-materi agama dalam bahasa sederhana dan mudah ditangkap, sesuai pola pikir para pendengar. Beliau selalu berbicara sesuai dengan kadar intelektual jemaah (*bi qadri 'uquulihim*).

Hal ini berbeda dengan citra Habib Rizieq, seorang pendakwah keturunan Arab yang menurut Muhammadi (2017: 10) sosoknya dikenal bagi sebagian orang sebagai pemimpin gerakan Islam dengan cara frontal dan tegas. Figur Habib Rizieq lewat bingkai media massa dinilai bergaya dakwah keras.

Meskipun demikian, antara Aa Gym dan Habib Rizieq tetap memiliki penggemarnya masing-masing dari berbagai tingkatan umur dan profesi. Anak-anak muda, orang tua, pekerja swasta, dan pejabat pemerintahan adalah beberapa kalangan yang menggemari kedua pendakwah tersebut. Artinya, terkenalnya kedua tokoh ini dalam masyarakat muslim Indonesia yang memiliki karakter majemuk sudah menjadi bukti bahwa model dakwah masing-masing cocok digunakan, tepat sasaran, dan dapat diterima.

Adapun contoh retorika dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq dapat diperhatikan melalui penyampaian pandangan terhadap pemimpin dan kepemimpinan berikut ini.

#### **Retorika dakwah Aa Gym**

*“Ternyata para pemimpin yang betul-betul monumental berhasil demi mencontoh ke Rasulullah adalah pemimpin itu harus diawali punya kemampuan memimpin dirinya sendiri. Jatuhnya setiap orang yang diberi jabatan kepemimpinan karena dia tidak berhasil memimpin dirinya sendiri. Tidak bisa berhasil memimpin keinginannya, korupsi. Tidak berhasil memimpin syahwatnya, zina. Tidak berhasil memimpin lisannya, amarahnya.”*

#### **Retorika dakwah Habib Rizieq**

*“Pemimpin ngebohong melulu. Punya akhlak nggak? Punya akhlak nggak? Nggak punya akhlak. Nggak punya akhlak. Pemimpin ingkar janji melulu. Punya akhlak nggak? Punya akhlak nggak? Punya akhlak nggak? Habaib, ulama dikriminalisasi hanya karena tidak sejalan dengan penguasa. Punya akhlak nggak? Kriminalisasi ulama, punya akhlak nggak?”*

Kedua pendakwah membahas topik pemimpin dan kepemimpinan dalam rangka peringatan maulid Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihi wasallam* pada 1442 H yang bertepatan dengan 29 Oktober 2020 dalam dua acara berbeda

dan ditayangkan lewat platform YouTube. Aa Gym hadir dalam acara Maulid Akbar Dai se-Indonesia, sedangkan Habib Rizieq hadir dalam acara maulid Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam*-DPP FPI di Petamburan, Jakarta. Melalui data tersebut, analisis akan dapat dilakukan dengan memanfaatkan kanon retorika oleh Aristoteles yang terdiri atas penemuan/*invention*; pengaturan/*arrangement*; gaya/*style*; penyampaian/*delivery*; dan ingatan/*memory*. Selanjutnya, akan dapat juga ditentukan ada atau tidaknya unsur muatan retorika forensik (*forensic rhetoric*), retorika epideiktik (*epideictic rhetoric*), dan retorika deliberatif (*deliberative rhetoric*) dalam dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq.

## 1.2 Rumusan Masalah

Retorika dakwah sering kali diaplikasikan dengan proses komunikasi dari satu orang terhadap orang banyak. Hal semacam ini tentu membutuhkan penerapan konsep dan cara yang sesuai sehingga peran pendakwah menjadi amat penting. Peneliti memilih untuk membandingkan retorika dakwah antara Aa Gym dengan Habib Rizieq karena para pendakwah ini dengan cara yang berbeda memberikan dampak dan pengaruh yang begitu luas kepada masyarakat sebagai jemaah. Aneka ragam latar belakang budaya dan lingkungan sosial dari Sabang sampai dengan Merauke pun mampu dipersatukan.

Pemahaman retorika dakwah perlu dimiliki oleh setiap pendakwah untuk bisa memilih ketepatan dan kesesuaian cara penyampaian. Sementara bagi masyarakat atau jemaah, pemahaman retorika dakwah diperlukan untuk menguasai berbagai jenis informasi. Oleh karena itu, penelitian mengenai

perbandingan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq penting untuk menjawab secara empiris berbagai perbedaan penggunaan bahasa dalam keperluan syiar agama Islam. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Bagaimana perbedaan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq dari segi ethos, phatos, dan logos?
- 2) Bagaimana perbedaan kanon retorika dakwah yang digunakan oleh Aa Gym dengan Habib Rizieq?
- 3) Apakah unsur muatan retorika yang ditemukan dalam dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini secara general dimaksudkan untuk menganalisis berbagai perbandingan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq. Baik dari segi ethos, phatos, dan logos, maupun kanon retorika, serta unsur muatan di dalamnya. Adapun berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini yakni

- 1) mendeskripsikan perbedaan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq dari segi ethos, phatos, dan logos;
- 2) mendeskripsikan perbedaan kanon retorika dakwah yang digunakan oleh Aa Gym dengan Habib Rizieq; dan
- 3) menentukan unsur muatan retorika yang terdapat dalam dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq.

#### 1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Demi memperoleh hasil penelitian yang maksimal dan efektif, perlu adanya ruang lingkup penelitian agar pembahasan dapat dipaparkan secara mendalam. Penelitian dengan judul “Perbandingan Retorika Dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq” akan dianalisis melalui disiplin ilmu linguistik sebagai ilmu bahasa, khususnya dengan memanfaatkan kajian retorika. Sesuai dengan tujuan masalah yang telah dikemukakan, maka penelitian ini akan berfokus terhadap perbandingan retorika dakwah, perbedaan kanon retorika dakwah, dan penentuan unsur muatan jenis retorika dakwah dari Aa Gym dengan Habib Rizieq.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis kepada para pendakwah, linguis, penyidik, hakim, jemaah, pembaca, dan masyarakat umum. Masing-masing manfaat tersebut sebagai berikut.

- 1) Masukan terhadap para pendakwah dalam upaya peningkatan retorika sehingga dapat menyesuaikan dengan beraneka ragam karakteristik jemaah. Pemilihan jenis retorika dakwah sekaligus wujud informasi yang tepat pun akan semakin memudahkan pemahaman. Betapa implementasi ketepatan tersebut akan memengaruhi keberhasilan penyiaran agama Islam.
- 2) Materi referensi dan informasi untuk memperkaya disiplin ilmu linguistik, terkhusus bidang retorika. Penelitian ini dapat dijadikan salah satu rujukan bagi penelitian mengenai perbandingan retorika dakwah selanjutnya.



- 3) Bahan pertimbangan dalam melakukan penyidikan bagi penyidik dan putusan perkara bagi hakim dengan memahami isi retorika dakwah apabila terdapat muatan kasus kebahasaan. Hal ini tentu selaras dengan dukungan penjelasan dari para linguis.
- 4) Acuan bagi para jemaah, pembaca, dan masyarakat umum untuk mampu menguasai informasi terkait agama Islam dalam bermacam-macam retorika dakwah.

