Dr. M. Abdi Lubis, M.Si

PINTAR DAKWAH & PUBLIC SPEAKING

PENDEKATAN TEORI DAN APLIKASI

Perdana Publishing

PINTAR DAKWAH DAN *PUBLIC SPEAKING*

Pendekatan Teori dan Aplikasi

PINTAR DAKWAH & *PUBLIC SPEAKING*

Pendekatan Teori dan Aplikasi

Dr. M. Abdi Lubis, M.Si

Perdana Publishing

Kelompok Penerbit Perdana Mulya Sarana

PINTAR DAKWAH DAN PUBLIC SPEAKING
Pendekatan Teori dan Aplikasi

Penulis: Dr. M. Abdi Lubis, M.Si

Copyright © 2019, pada penulis
Hak cipta dilindungi undang-undang
All rights reserved

Penata letak: Samsidar
Perancang sampul: Aulia Grafika

Diterbitkan oleh:
PERDANA PUBLISHING
Kelompok Penerbit Perdana Mulya Sarana
(ANGGOTA IKAPI No. 022/SUT/11)
Jl. Sosro No. 16-A Medan 20224
Telp. 061-77151020, 7347756 Faks. 061-7347756
E-mail: perdanapublishing@gmail.com
Contact person: 08126516306

Cetakan pertama: Maret 2019

ISBN 978-623-7160-16-8

Dilarang memperbanyak, menyalin, merekam sebagian
atau seluruh bagian buku ini dalam bahasa atau
bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit atau penulis

KATA PENGANTAR

Dakwah adalah nafas dan denyut nadi agama Islam. Tanpa aktifitas dakwah maka syiar Islam bisa jalan di tempat. Kemampuan dakwah harus ditopang oleh keahlian berpidato dan kecakapan dalam mengolah kata-kata yang bijak, sejuk, mengena dan membekas. Skil dan keahlian tersebut dalam perkembangannya disebut dengan *public speaking* (retorika). Sejatinya kajian dakwah tidak lepas dari kajian *public speaking* (retorika) yang mengupas teknik-teknik cara berbicara di depan umum (massa).

Para ilmuan dakwah dan komunikasi terus berusaha membangun dan mengembangan kajian ini dari berbagai presfektif dan pendekatan, sehingga kita temukan karya-karya ilmuan dakwah dan komunikasi seperti Sosiologi Dakwah, Antropologi Dakwah, Psikologi Dakwah, Komunikasi Profetik, Kapita Selekta Komunikasi Islam, Komunikasi Transendental dan kajian-kajian komunikasi dakwah kontemporer lainnya.

Buku ini termasuk salah satu kajian komunikasi dakwah yang meng-kolaborasikan antara kajian dakwah dan juga kemampuan *public speaking* (retorika). Integrasi dakwah dan komunikasi interaktif kemampuan berbicara di depan umum (massa) sehingga diberi judul Pintar Dakwah dan Public Speaking dengan pendekatan teoritis sekaligus juga aflikatif. Konten buku ini terdiri dari delapan bagian. **Bagian satu**: Hakikat Dakwah: Ontologi Ilmu Dakwah. **Bagian dua**: Unsur-unsur, Prinsip Dakwah dan Metodologi Dakwah. **Bagian tiga:** Da'i Profesional: Karakteristik dan Kompetensi. **Bagian empat:** Problematika Dakwah: Kajian Anatomi Penyakit Dakwah di Era Modern. **Bagian lima:** Hakikat Retorika dan Urgensi Mempelajarinya. **Bagian enam:** Tabiat Massa (Dinamika dan Karakteristik). **Bagian tujuh:** Teknik Berpidato (Kajian Aplikasi Retorika

dalam Berpidato). **Bagian delapan :** Dakwah Kultural Muhammadiyah (Studi Dakwah Kultural Muhammadiyah di Gunungsitoli Nias).

Kehadiran buku ini dilatarbelakangi masih sedikitnya buku dan literasi dengan kajian-kajian yang mengintegrasikan aplikasi dakwah dan kemampuan *public speaking* (retorika) di era modern dengan tren digitalisasi. Diharapkan dengan hadirnya buku ini akan menambah khazanah kajian-kajian tentang dakwah dengan segala dimensinya dan komunikasi Islam secara khususnya. Kajian-kajian dalam konten buku ini juga diharapkan menjadi stimulant bagi para ilmuan dakwah dan komunikasi Islam untuk terus menciptakan karya-karya momumental dalam bingkai syiar Islam.

Tentu dalam proses penulisan buku ini mengalami berbagi kendala terutama kendala waktu, tenaga, ilmu pengetahun, literasi yang relevan dan mendukung serta berbagai kendala teknis lainnya. Buku ini tidaklah sempurna dengan berbagai keterbatasan tersebut, maka diharapkan kritik konstruktif dari para ilmuan dakwah dan komunikasi maupun para pembaca demi kesempurnaan konten dan keparipurnaan seluruh dimensi buku ini.

Akhirnya ucapan istimewa yang tidak ternilai kepada ayah dan bunda yang telah mendidik, isteri yang setia mendampingi (Nur Hamidah Harefa), terutama kepada para guru besar ilmuan dakwah dan komunikasi yang sumbangsihnyalah hingga karya kecil ini bisa menjadi "api penyuluh di kegelapan malam yang kelam". Semoga buku ini dapat memberi manfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang dakwah dan komunikasi.

Gunungsitoli, Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii

Bagian I:
HAKIKAT DAKWAH: ONTOLOGI ILMU DAKWAH 1

Bagian II:
UNSUR-UNSUR, PRINSIP DAKWAH DAN METODOLOGI DAKWAH 32

Bagian III:
DA'I PROFESIONAL: KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI 51

Bagian IV:
PROBLEMATIKA DAKWAH: KAJIAN ANATOMI PENYAKIT DAKWAH DI ERA MODERN 69

Bagian V:
HAKIKAT RETORIKA DAN URGENSI MEMPELAJARINYA 92

Bagian VI:
TABIAT MASSA: DINAMIKA DAN KARAKTERISTIK 110

Bagian VII:
TEKNIK BERPIDATO: KAJIAN APLIKASI RETORIKA DALAM BERPIDATO 127

Bagian VIII:
DAKWAH KULTURAL MUHAMMADIYAH: STUDI DAKWAH KULTURAL MUHAMMADIYAH DI GUNUNGSITOLI NIAS) 152

RIWAYAT PENULIS 173

Bagian Satu

HAKIKAT DAKWAH: ONTOLOGI ILMU DAKWAH

Pendahuluan

Dakwah itu merupakan kegiatan rutinitas da'i., dan da'i itu sendiri pada hakikatnya adalah *muhimmatu ar-Rasul* (profesi para nabi dan rasul), dimana setiap risalah yang disampaikan kepada mereka oleh Allah Swt melalui malaikat Jibril As wajib mereka sampaikan kepada ummatnya. Sehingga para nabi itu secara harfiah artinya "pemberi khabar besar (*ar-Risalah*)". Ketika para nabi telah tiada, dilanjutkan oleh para sahabat yang mulia, terus pata *tabi'in* dan selanjutnya para *tabi'tabi'in*, hingga kemudian diwarisi oleh para ulama yang dikenal dengan ungkapan *'ulama warasatu al-Anbiya*, bahwa para ulama itu adalah pewaris para nabi.

Dengan demikian jika ingin mulia bersama profesi para nabi dan rasul jangan ragu-ragu untuk menjadi da'i. Dan berdakwahlah sebagaimana yang telah dilakoni para nabi dan rasul sebelumnya. Sesungguhnya da'i itu harus menjadi profesi utama disamping pekerjaan-pekerjaan lainnya. Sebuah ungkapan yang indah, *Nahnu duat qabla kulli syai'*, maksudnya adalah bahwa kita sudah menjadi da'i (penyeru) sebelum menjadi apa saja profesi kita.

Dakwah itu adalah panggilan hati, tidak bisa dipaksakan dan memaksakan. Dakwah itu menyelematkan orang dari kesesatan dengan cinta. Maka jangan dakwahi ummat dengan rasa bensi, dakwahi ummat dengan cinta. Agar kelak orang-orang yang mencintai berkumpul bersama dalam FirdausNya.

Untuk memudahkan memahami dakwah, secara *ta'rif* (pengertian), *ahdhaf* (tujuan) dakwah akan dibahas dengan sistimatis di bawah ini.

Pengertian Dakwah

Kata dakwah adalah kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kata dakwah merupakan suatu istilah dari kata kerja bahasa Arab yaitu:

Asal katanya يدعو دعا menjadi bentuk masdar دعوة yang berarti seruan, panggilan dan ajakan.[1]

Sedangkan pengertian dakwah secara istilah ada beberapa pendapat yang berbeda yang telah banyak didefinisikan oleh para ahli yang mendalami masalah dakwah. Namun antara definisi yang satu dengan yang lain tidak jauh berbeda. Beberapa contoh definisi dakwah yang penulis kemukakan di sini adalah :

a. Drs. Shalahuddin Sanusi
   ”Dakwah itu adalah usaha mengubah keadaan yang negatif menjadi keadaan yang positif, memperjuangkan yang ma’ruf atas yang munkar, memenangkan yang hak atas yang batil”.

b. H. Timur Djaelani, M.A.
   ”Dakwah ialah menyeru kepada manusia untuk berbuat baik dan menjauhi yang buruk sebagai pangkal tolak kekuatan mengubah masyarakat dan keadaan yang kurang baik kepada keadaan yang lebih baik sehingga merupakan suatu pembinaan”.[2]

c. Prof. H.M. Thoha Yahya Omar
   ”Dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.”

d. Prof. A. Hasymi
   ”Dakwah islamiah yaitu mengajak orang untuk menyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah islamiah yang terdahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.”

e. Dr. Abdul Karim Zaidan
   ”Dakwah ialah panggilan ke jalan Allah.” Dakwah adalah kegiatan

---

[1] Drs. Aminuddin Sanwar, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, (Semarang, 1985), hlm. 1.

[2] Drs. Rachmat Imampuro, *Mengungkap Dakwah K.H. Ahmad Dahlan dan K.H. Hasyim Asy’ari Kalipucang Wetan Welahan Jepara*, Badan Penerbitan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, (Semarang, tth), hlm. 4.

untuk mengajak dan menyeru manusia kepada Islam, agar manusia memperoleh jalan hidup yang baik, diridhoi oleh Allah sehingga hidup dan kehidupannya selama berada di dunia dan akhirat kelak, karena hakikat dari pada kehidupan dunia adalah penghantar untuk kehidupan akhirat yang abadi.

Dari uraian pengertian dakwah di atas, baik secara *lughawi* atau etimologi maupun secara istilah atau terminologi, maka dakwah adalah *suatu usaha dalam rangka proses Islamisasi manusia agar taat dan tetap mentaati ajaran Islam guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat kelak*. Dakwah adalah suatu istilah yang khusus yang dipergunakan di dalam agama Islam.

Tujuan Dakwah

Proses penyelenggaraan dakwah terdiri dari berbagai aktivitas, yang dilakukan dalam rangka mencapai nilai tertentu. Nilai tertentu yang diharapkan dapat dicapai dan diperoleh dengan jalan melakukan penyelenggaraan dakwah harus mempunyai tujuan. Tanpa adanya tujuan tertentu yang harus diwujudkan, maka penyelenggaraan dakwah tidak mempunyai arti apa-apa. Bahkan hanya merupakan pekerjaan sia-sia yang akan menghamburkan pikiran, tenaga dan biaya saja.

Bagi proses dakwah, tujuan adalah merupakan salah satu faktor yang paling penting dan sentral. Pada tujuan itulah dilandaskan segenap tindakan dalam rangka usaha kerja sama dakwah itu. Ini berarti bahwa dalam menentukan sistem dan bentuk usaha kerja sama dakwah, tujuan adalah landasan utamanya. Demikian pula tujuan adalah juga menjadi dasar bagi penentuan sasaran dan strategi atau kebijaksanaan serta langkah-langkah operasional dakwah. Sebagai landasan penentuan sasaran dan strategi tujuan dakwah memang sudah mengandung arah yang harus ditempuh serta luasnya *skope aktiva* yang dapat dikerjakan. Di samping itu, tujuan dakwah juga menentukan langkah-langkah penyusunan tindakan dakwah dalam kesatuan-kesatuan horizontal dan vertikal, serta penentuan orang-orang yang kompeten.[3]

[3] Drs. Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*¸ (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), hlm. 19

Perumusan suatu tujuan diperlukan kejelasan *(clarity)* dan operasional, artinya tujuan yang dirumuskan tidak terlalu ideal, bertele-tele bahasanya dan kemungkinan mampu dikerjakan. Tujuan khusus dakwah *(minor objective)* merupakan perumusan tujuan sebagai perincian daripada tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya, apapun jenis kegiatan yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara bagaimana dan sebagainya secara terperinci. Sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan yang lainnya yang hanya disebabkan karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai.

Oleh karena itu, di bawah ini disajikan beberapa tujuan khusus dakwah *(minor objective)* sebagai terjemahan dari major objective yaitu : mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah Swt. Artinya mereka diharapkan agar senantiasa mengerjakan segala perintah Allah dan selalu mencegah atau meninggalkan perkara yang dilarang-Nya.[4] Firman Allah Swt dalam Al-Qur'an surat al-Maidah Ayat 2 :

.... وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إن الله شَدِيدُ العِقَاب ﴿٢﴾

Artinya: ....*"Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah. Sesungguhnya berat siksaannya bagi orang yang tolongmenolong dalam kejahatan."*

Esensi dakwah dalam sistem sosio-kultural adalah mengadakan dan memberikan arah perubahan. Mengubah struktur masyarakat dan budaya dari kezhaliman ke arah keadilan, kebodohan ke arah kemajuan atau kecerdasan, kemiskinan ke arah kemakmuran, keterbelakangan ke arah kemajuan yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia dan masyarakat ke arah puncak kemanusiaan atau taqwa.[5] Di dalam operasionalisasi atau praktek dakwah terdapat unsur-unsur yang sangat menentukan dapat

[4] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Al-Ikhlas, Surabaya : 1989), hlm.54.

[5] Amrullah Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Prima Duta, Yogyakarta: 1983), hlm. 17.

berlangsungnya dakwah itu denganbaik. Unsur-unsur ilmu komunikasi dakwah itu disebut aspek-aspek komunikasi dakwah.

Ada beberapa aspek yang menentukan terjadinya komunikasi atau dakwah dengan baik, seperti aspek sumber atau resource, sumber berita atau informasi dapat diketahui apabila ada pribadi yang menyampaikannya. Oleh karena itu, pada hakekatnya sumber di sini yang dimaksud adalah seseorang yang menyampaikan berita atau informasi. Di dalam ilmu komunikasi biasanya disebut komunikator, dalam bahasa dakwahnya adalah da'i atau juru dakwah. Baik komunikator maupun da'i pada dasarnya merupakan nara sumber bagi adanya kegiatan komunikasi atau berdakwah. Itulah sebabnya komunikator atau da'i sangat menentukan pelaksanaan dakwah tersebut. Tanpa sumber berarti bukan komunikasi dakwah. Aspek sumber (*resource*) merupakan kunci keberhasilan dakwah.

Oleh karena itu, terdapat syarat-syarat psikologi yang sangat kompleksv bagi pelaksana yang sekaligus yang menjadi penentu dan pengendali sasaran dakwah. Salah satu syarat yang paling essensi bagi seorang da'i atau komunikator adalah masalah moral akhlak atau budi pekerti.

Budi pekerti seorang da'i ini didasarkan atas pandangan bahwa dakwah adalah media perubahan perilaku mulia. Seorang da'i atau komunikator cenderung menjadi tauladan oleh para mad'unya. Sebab berhasil dan tidaknya dakwah yang disampaikan tergantung pada da'i yang memiliki akhlak yang dapat menjadi panutan. Jika da'inya mempunyai *akhlakul karimah* secara otomatis audiens akan meniru serta melaksanakannya. Dengan demikian syarat psikologi bagi seorang da'i dan komunikator adalah mempunyai moral yang tinggi.[6] Di bawah ini akan dijelaskan proses dakwah dari beberapa aspek, yaitu:

a. Aspek Materi

Materi dakwah sangat menentukan adanya keberhasilan suatu kegiatan. dakwah secara menyeluruh. Seorang da'i atau komunikator tanpa adanya materi yang disampaikan, maka cenderung menjadikan kegiatan dakwah itu tidak terarah, bahkan menyebabkan hilangnya bentuk dakwah yang sebenarnya. Materi dakwah yang baik seiring dan searah dengan kondisi sasaran atau obyek dakwah yang dituju. Hal ini tentunya dikhawatirkan

[6] Dr. M . Bahri Ghazali, M.A, Dakwah Komunikatif, (CV. Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta: 1997), hlm. 8-9.

dakwah berubah menjadi sasaran hiburan atau obyek gelak tawa. Padahal yang diharapkan adalah sebaliknya hiburan harus dapat dijadikan wahana dakwah yang segar yang mampu memberikan visi yang segar kepada pendengarnya.

b. Aspek Tujuan Dakwah

Agar kegiatan dakwah lebih mengena kepada sasaran dakwah maka aspek tujuan juga ikut menentukan. Tujuan dakwah yang tidak jelas menyebabkan dakwahnya tidak terarah bahkan cenderung pelaksanaannya membingungkan dan lebih lagi sasaran atau masyarakat dakwahnya kemungkinan akan ragu-ragu menerimanya. Oleh karena itu, diperlukan perumusan tujuan dakwah yang jelas.

c. Aspek Lingkungan Dakwah

Lingkungan dakwah merupakan situasi dan kondisi dari masyarakat yang menjadi arah dakwah tersebut. Lingkungan dakwah juga menentukan keberhasilan da'i dalam penyampaikan dakwahnya. Relevansi antara lingkungan dakwah dan kegiatan dakwahnya terletak pada adanya materi dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakatnya. Dakwah yang komunikatif adalah dakwah yang tetap memperhatikan lingkungan dakwah, sehingga dapat diformulasikan ke arah mana dakwah itu dapat dikembangkan. Pada umumnya, sasaran dakwah tidak tercapai apabila seorang da'i tidak mengaitkan materi dakwah dengan lingkungannya.

d. Aspek Sasaran Dakwah (*Mad'u*)

Sasaran kegiatan dakwah adalah seluruh anggota masyarakat dengan segala macam bentuknya. Sasaran dakwah sangat menentukan berlangsungnya suatu kegiatan dakwah. Tanpa adanya sasaran dakwah maka dapat dikatakan bahwa dakwah itu pada hakekatnya tidak ada.[7] Nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai oleh keseluruhan usaha dakwah itu pada hakikatnya adalah merupakan akibat atau konsekuensi logis saja dari dilaksanakannya usaha-usaha itu. Artinya apabila usaha mengajak umat manusia kepada Islam dilakukan dengan sungguh-sungguh.

---

[7] DR. M. Bahri Ghazali, M.A, *Media Dakwah*, (Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia: Jakarta, 1995), hlm. 8

Demikian pula usaha merealisir ajaran Islam dalam segenap aspek kehidupan serta usaha amar ma'ruf nahi munkar dijalankan dengan sebaik-baiknya, maka dapatlah diharapkan umat manusia akan memetik buahnya berupa kebahagiaan dan kesejahteraan hidup itu. Sedang sebaliknya bilamana usahausaha tersebut tidak dilakukan, bahkan diabaikan maka dapatlah dipastikan akan timbulnya bencana dan kerusakan dalam kehidupan masyarakat umat manusia, baik di dunia ini maupun di akhirat kelak. Tentu saja bagi masing-masing individu manusia tujuan dakwah itu barulah dapat dirasakan dan dinikmati bilamana ia bersedia menerima Islam, dalam arti meyakini kebenaran aqidah dan syariat Islam serta menjadikannya sebagai pedoman hidupnya.

Kerangka Teoritis Ilmu Dakwah

Pada hakekatnya da'i itu adalah Allah Swt. Pencipta seluruh makhluk termasuk malaikat, jin dan manusia. Firman Allah Swt dalam surat Yunus ayat 25, yaitu:

وَٱللَّهُ يَدۡعُوٓاْ إِلَىٰ دَارِ ٱلسَّلَٰمِ وَيَهۡدِي مَن يَشَآءُ إِلَىٰ صِرَٰطٖ مُّسۡتَقِيمٖ ٢٥

Artinya: *"Allah menyeru (manusia) ke darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang Lurus (Islam)/ Arti kalimat darussalam Ialah: tempat yang penuh kedamaian dan keselamatan. pimpinan (hidayah) Allah berupa akal dan wahyu untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat."*

Pada surat al-Baqarah ayat 221 Allah berfirman:

وَلَا تَنكِحُواْ ٱلۡمُشۡرِكَٰتِ حَتَّىٰ يُؤۡمِنَّۚ وَلَأَمَةٞ مُّؤۡمِنَةٌ خَيۡرٞ مِّن مُّشۡرِكَةٖ وَلَوۡ أَعۡجَبَتۡكُمۡۗ وَلَا تُنكِحُواْ ٱلۡمُشۡرِكِينَ حَتَّىٰ يُؤۡمِنُواْۚ وَلَعَبۡدٞ مُّؤۡمِنٌ خَيۡرٞ مِّن مُّشۡرِكٖ وَلَوۡ أَعۡجَبَكُمۡۗ أُوْلَٰٓئِكَ يَدۡعُونَ إِلَى ٱلنَّارِۖ وَٱللَّهُ يَدۡعُوٓاْ إِلَى ٱلۡجَنَّةِ وَٱلۡمَغۡفِرَةِ بِإِذۡنِهِۦۖ وَيُبَيِّنُ ءَايَٰتِهِۦ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمۡ يَتَذَكَّرُونَ ٢٢١

Artinya: *"Dan janganlah kamu menikahi wanita-wanita musyrik, sebelum mereka beriman. Sesungguhnya wanita budak yang mukmin lebih baik dari wanita musyrik, walaupun Dia menarik hatimu. dan janganlah kamu menikahkan orangorang musyrik (dengan wanita-wanita mukmin) sebelum*

mereka beriman. Sesungguhnya budak yang mukmin lebih baik dari orang musyrik, walaupun Dia menarik hatimu. mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surge dan ampunan dengan izin-Nya. dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintahperintah- Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran.

Ayat ini dengan jelas menunjukkan bahwa Allah Swt adalah pendakwah bagi seluruh manusia, tujuannya tidak lain supaya umat mansia menuju syurga melalui Islam. Dan Allah Swt melarang manusia supaya menjauhi ajakan kaum musyrikin yang mengajak manusia kepada kesesatan (neraka). Pesan-pesan dakwah Allah termuat dalam al-Qur'an yang diturunkan kepada utusan-Nya untuk disampaikan kepada manusia. Lalu kemudian Rasul menjadi *da'i* pertama penerus risalah dakwah Allah. Ini berarti bahwa Rasulullah adalah *da'i* atau *agen* (perantara) yang dipilih Allah Swt untuk menyampaikan dakwah-Nya kepada manusia.

Sebagaimana firman Allah Swt dalam surat al-Ahzab ayat 45-46:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّبِيُّ إِنَّآ أَرۡسَلۡنَٰكَ شَٰهِدٗا وَمُبَشِّرٗا وَنَذِيرٗا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى ٱللَّهِ بِإِذۡنِهِۦ وَسِرَاجٗا مُّنِيرٗا ﴿٤٦﴾

Artinya: *"Hai Nabi, Sesungguhnya Kami mengutusmu untuk Jadi saksi, dan pembawa kabar gemgira dan pemberi peringatan, Dan untuk Jadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk Jadi cahaya yang menerangi".*

Kemudian Rasulullah Saw menyampaikan dan mewariskan al-Qur'an dan Sunnah kepada para sahabat-sahabatnya dan lalu kepada para *Tabi'in* dan *Tabi'i Tabi'in* dan selanjutnya secara mutawatir sampai kepada kita sekarang.

Tugas pendakwah menjadi sangat mulia karena tugas itu pada dasarnya adalah meneruskan dakwah Allah dan Rasul-Nya. Perkataan orang yang mengajak kepada Allah adalah perkataan yang paling baik. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surat Fushshilat ayat 33:

وَمَنۡ أَحۡسَنُ قَوۡلٗا مِّمَّن دَعَآ إِلَى ٱللَّهِ وَعَمِلَ صَٰلِحٗا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ ٱلۡمُسۡلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya: *"Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyerukepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?"*

Hubungan Ilmu Dakwah Dengan *Islamic Studies*

Ilmu dakwah termasuk salah satu bidang ilmu-ilmu agama seperti halnyatarbiyah, hukum dan ushuluddin. Al-Qur'an dan al-Hadis berfungsi sebagai *mashdar* (sumber) dakwah, dasar *(asas*), dan sebagai materi atau pesan *(maddah*) dakwah. Al-Qur'an dan al-Hadis sebagai sumber dakwah, karena di dalamnya terdapat perintah berdakwah (*tabligh*), *amar ma'tuf* dan *nahi munkar* dan memberi nasihat. Al-Qur'an dan al-Hadis menjelaskan tujuan dakwah, tahapan, metode dan materi dakwah. Adapun Ilmu Tauhid, Fikih, Akhlak, Tasauf dan Sejarah tidak terlepas dari dakwah karena ilmu-ilmu itulah yang menjadi pesan-pesan yang disampaikan pendakwah kepada kalangan *mad'u*. Epistemologi ilmu dakwah telah berkembang sesuai perkembangan ilmu pengetahuan. Konsep awal ilmu dakwah adalah berdasarkan al-Qur'an dan al-Hadis. Dakwah Islam secara praktis telah berlangsung sejak turunnya wahyu sampai sekarang. Nabi Saw dan para *sahabat tabi'in* telah menyiarkan Islam ke berbagai wilayah. Secara garis besar perkembangan ilmu dakwah dapat dibagi kepada tiga tahapan:

Pertama, tahap tradisional. Pada tahap ini penyiaran Islam berlangsung secara konvensional, dakwah merupakan kegiatan keagamaan bersifat ajakan atau seruan kepada Islam. Dalam tahap ini dakwah masih bersifat orang perorang, belum memiliki metode tertentu dan belum tersusun secara sistematis. Sebelum muncul literatur khusus tentang dakwah, pada umumnya ulama dari berbagai bidang ilmu belum membuat bab khusus tentang dakwah. Secara umum persyaratan seorang *da'i* ialah dewasa atau *aqil balik*, sehat jasmani dan sehat rohani, memiliki ilmu pengetahuan tentang objek yang dibicarakan atau disampaikan.

Da'i cilik atau anak-anak dimaksudkan sebagai pelatihan dan pembiasaan agar setelah dewasa mereka menjadi terampil berpidato. Demikian juga *da'i mu'allaf* yang masih mengalami keterbatasan ilmu. Tetapi sekalipun masih pada tahapan menyampaikan dasar-dasar agama dan pengelaman-pengalaman keagamaan, pendakwah *mu'allaf* dipandang berperan penting menyampaikan dakwah, terutama bagi kalangan *mad'u* yang belum memeluk Islam. Ayat-ayat yang berkaitan dengan pendakwah dapat dilihat dalam surat al-Anfal ayat 24, at-Taubah ayat 71 dan 122 dan sebagainya.

Kenyataannya pembahasan dakwah dimasukkan dalam bab yang berkaitan dengan bahasan ilmu lain. Dalam ilmu tauhid misalnya ditemukan uraian dakwah dalam bab tugas rasul dan bab tentang hidayah. Ilmu fikih meletakkan bahasan dakwah pada bab jihad serta membahas dakwah

struktural dalam *fiqh siyasah*. Ilmu tasauf meletakkan topik dakwah dalam bab akhlak seorang *da'i*. Hanya kitab *Ihya' Ulumuddin* yang secara khusus membuat bab tentang *amar makruf* dan *nahy munkar.* Dalam literatur sejarah juga sedikit sekali menggunakan istilah dakwah dalam mendiskripsikan penyiaran Islam.

Kedua, tahap sistematis. Tahap ini bertepatan pada fase kemunduran Islam. Para ulama pada tahap ini mulai membahas dakwah secara khusus untuk peningkatannya, ini ditanda'i dengan adanya seminar-seminar dakwah, diskusi dan sebagainya yang disusul terbitnya beberapa literatur ilmu dakwah. Dalam tahapan ini ilmu dakwah masih bersifat *logis-normatif*, dimana ilmu dakwah masih didasarkan atas kajian-kajian *nash*. Peletak pertama "ilmu dakwah" adalah Syekh Ali Mahfuzh (W.1942 M) di Mesir. Beliau mendirikan sebuah lembaga bernama *Dar al-Da'wah wa al- Irsyad*[8] dan menerbitkan buku *Hidayah al- Mursyidin Ila Thuruq al-Wa'zhi wa Al- Khithobah.* Ali Mahfuz juga adalah sebagai pendiri Jurusan dakwah dan konseling (*Qismual-Wa'zhi wa al-Irsyad)* di bawah Fakultas Ushuluddin Universitas Al-Azhar Mesir pada tahun 1918.[9] Gagasan ini kemudian timbul untuk membendung kristenisasi di Mesir yang marak pada saat itu. Selanjutnya muncul beberapa buku tentang dakwah, antara lain, *al Haddad Ad- Da'wah at-Tammah,* Ibnu Taimiyah: *Da'wah Tauhid*, 'Abd. Al-Mahmud Zamakhsyari: *Atwaq al-Zanab fi al- Maw'izh wa al-Da'wah* dan beberapa buku lainnya tentang dakwah.

Ketiga, tahap ilmiah. Pada tahap ini ilmu dakwah berusaha mendekati ilmu-ilmu sosial karena objek kajian kedua bidang ini adalah sama, yaitu manusia. Pada tahap ini ilmu dakwah berusaha memenuhi kriteria epistemologi ilmu dakwah sebagai bahagian dari ilmu (*sains*). Ilmu dakwah telah mempunyai epistemologi tersendiri dengan adanya objek kajian, metodologi, sistem dan filosofinya. Dengan demikian, ilmu dakwah pada tahap ini telah disetarakan dengan ilmu-ilmu sosial. Metodologi ilmu dakwah dipahami sebagai disiplin ilmu yang membahas cara mengembangkan ilmu dakwah berdasarkan penelitian teks dan penelitian empiris untuk mencapai kesimpulan logis. Paradigma ini mengharuskan ilmu dakwah diletakkan pada kelompok ranah sains perilaku (*behavioral sciences*) dalam ilmu-ilmu sosial. Ilmu dakwah dapat menjadi "*cross road"* dari berbagai disiplin ilmu, sebagaimana ilmu komunikasi yang juga *"cross road"* dari berbagai disiplin ilmu.

---

[8] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hlm. 83.

[9] Syekh Ali Mahfuzh, hlm*idayah Al-Mursyidin,* (Beirut: Dar al- Ma'rifah, tt.), hlm. 67.

Kalau pada tahap sebelumnya landasan epistemologi ilmu dakwah masih mengandalkan sumber yang transenden, maka pada tahap ketiga, epsitemologi kesatuan ilmu dakwah telah memasuki ranah empiris. Demikian juga ilmu-ilmu sosial telah mengalami transformasi epistemologi yang memiliki *etika tauhidik* atau dari *positivistik-sekularistik* menuju *teoantroposentris-integralistik*. Atau dengan kata lain, keilmuan yang sekularistik perlu disesuaikan dengan kepribadian Islam. Sehingga al-Qur'an dan al-Hadis tetap dijadikan sebagai aksioma dalam mengembangkan paradigma ilmu sosial Islam. Akhirnya konsep integrasi ilmu dakwah dengan ilmu sosial telah memberi kesempatan kepada alumni Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi menyandang gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos. I) Namun perkembangan terakhir sesuai dengan regulasi yang baru sekarang gelar untuk Jurusan/Program Studi Komunikasi Islam (KPI), Manajemen Dakwah (MD) dan program studi lainnya sudah menyandang gelar Sarjana Sosial (S.Sos), sudah disamakan dengan ilmu-ilmu sosial lainnya.

Berikut akan dikemukakan hubungan antara ilmu dakwah dengan ilmu-ilmu sosial, yaitu:

Hubungan Dakwah dengan Ilmu Komunikasi

Objek mateial ilmu dakwah dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia. Kegiatan dakwah termasuk kegiatan komunikasi, pendakwah mengkomunikasikan pesan kepada *mad'u*, artinya dakwah adalah penyampaian pesan atau ajakan komunikator (pendakwah) kepada komunikan (*mad'u*). Semua proses yang berlaku pada ilmu komunikasi, berlaku juga pada dakwah. Begitu juga hambatan komunikasi berarti juga hambatan pada dakwah. Tegasnya, cara kerja dakwah adalah juga cara kerja komunkasi, karena manusia yang menjadi pelaku dakwah adalah juga pelaku komunikasi yang berfikir, merasa dan bertindak. Ini berarti juga bahwa dakwah menggunakan komunikasi sebagai media untuk proses mengajak, menyeru membimbing dan mengajar.

Perbedaan dakwah dan komunikasi terletak pada muatan pesannya. Komunikasi bersifat netral sedangkan pada dakwah muatan pesannya dikhususkan pada ajaran Islam. Komunikasi dapat saja memuat pesan hukum, politik, budaya, medis dan sebagainya. Dakwah hanya memuat pesan-pesan yang terkandung dalam ajaran Islam atau pesan yang telah disesuaikan dengan Islam. Dengan demikian, komunikasi yang dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan ajaran Islam disebut dakwah. Ini

menunjukkan bahwa dakwah dan komunikasi memiliki hubungan fungsional karena dakwah tidak mungkin dilaksanakan tanpa proses komunikasi.

Hubungan Dakwah dengan Psikologi

Dalam menjalankan tugasnya, pendakwah menghadapi individu-individu yang beraneka ragam dalam berbagai hal, seperti cara berfikir, merasa, pengalaman dan kepribadian. Keberagaman tersebut akan memberikan corak yang bebeda pula dalam menerima dan menyikapi dakwah. Untuk mencapai dakwah yang efektif, seorang pendakwah dituntut untuk memahami *mad'u* yang dihadapiya (*know your audience*). Pendakwah membutuhkan psikologi untuk dapat mengenal dan menyesuaikan diri dengan manusia, baik secara idividu atau anggota masyarakat, baik pada fase anak-anak, remaja maupun fase dewasa dan manula. Perkembangan jiwa *mad'u* dalam aspek keagamaan berhubungan dengan psikologi agama.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ilmu dakwah berhubungan dengan psikologi dalam hal pengenalan kejiwaan *mad'u* oleh pendakwah untuk mencapai tujuan dakwah. Kejiwaan tersebut terdiri dari aspek kognitif, afektif dan psikomotornya.

Hubungan Dakwah dengan Sosiologi

Sosiologi menaruh perhatian kepada interaksi sosial yang terjadi melalui proses komunikasi. Ilmu dakwah membahas masalah interaksi sosial tersebut, yaitu interaksi sosial antara pendakwah dan *mad'u* atau antara sesama *mad'u* sebagai efek dakwah. Masyarakat terdiri dari beberapa kelompok ditinjau dari berbagai aspeknya, yaitu kelompok yang berkaitan dengan sosial ekonomi, sosial budaya, sosial politik dan sebagainya. Hubungan individu dalam masyarakat tidak terlepas dari aturan hukum, agama, budaya dan etika social sehingga memerlukan sosiologi agama. Seorang *da'i* tidak bisa lepas dari aspekaspek yang berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat.

Hubungan Dakwah dengan Antropologi

Pendakwah dalam upayanya mengajak kepada ajaran Islam berkaitan erat dengan latar belakang sosio-kultural masyarakat mad'u. Budaya dan tradisi suatu masyarakat perlu dipahami oleh pendakwah agar dapat menerapkan ajaran Islam dengan tepat dan benar. Etnografi juga menjadi

penting bagi pendakwah dalam hal mengenal etnis masyarakat. Semakin akrab dengan budaya yang dianut masyarakat, komunikasi dakwah akan semakin efektif. Oleh karena itulah Allah Swt. mengutus para rasul-Nya dari kaumnya sendiri agar dakwah dapat lebih diterima oleh masyarakat. Dalam penyampaian pesan-pesan, seorang pendakwah tidak terlepas dari sosio-linguistik, yaitu penerapan struktur dan isi yang dikandung oleh bahasa dalam aspek hubungan sosial masyarakat. Dengan demikian, antropologi berhubungan dengan ilmu dakwah dalam pengenalan masyarakat *mad'u* dalam proses dakwah. Jalaluddin Rakhmat[10] menjelaskan hubungan ilmu dakwah dengan ilmu-ilmu sosial sebagai berikut:

NO	KOMPONEN DAKWAH	OBJEK KAJIAN	SAINS TERKAIT
1	*Da'i*	Perilaku sosial, Latar Belakang Sosiokultural, *Religiosity*, Posisi Hukum.	Psikologi Sosial, Antropologi, Etnografi, Sosio Agama, Psikologi Agama, Ilmu Hukum
2	Pesan	Struktur, Isi, *Appeals*	Sosio-Linguistik, Psikologi Komunikasi, Retorika (Logika *dan* Argumentasi)
3	*Mad'u*	Perilaku sosial, Latar Belakang Sosiokultural, *Religiosity*, Sosialisasi Nilai, masalah Sosial politik	Psikologi Sosial, Sosiologi *(Social Planning, Social Change)*, Etnografi, Psikologi Agama, Sosiologi Agama, Ilmu Politik
4	*Media*	*Accessability, Effectiveness, Ownershif, Economy*	Ilmu Komuniasi (*Media Analisis*), Ilmu Ekonomi
5	*Efek*	Perilaku Individual, Perubahan Sosial.	Psikologi, Sosiologi, Antropologi, Ilmu Politik
6	*Metode*	Persuasi, Edukasi, Koersi.	Ilmu Komunikasi, Ilmu Pendidikan, *Social Planning.*

Gambar 1. Tabel Hubungan Dakwah dengan Ilmu-Ilmu Sosial
Sumber: Rahmat (1990)

[10] Jalaluddin Rakhmat, *Ilmu Dakwah dan Kaitannya dengan Ilmu-Ilmu Lain,* (Makalah Seminar: Semarang, 1990), hlm. 64

Dalam menganalisa perilaku manusia, ilmu dakwah dapat menggunakan metode ilmu-ilmu sosial untuk pengembangan keilmuannya. Al-Qur'an menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk sosial (*an-Naas*), sebagai makhluk biologis (*al- Basyar*) yang memiliki kebutuhan materil (ekonomi), makhluk psikologis (*al-Insu*) yang diberi potensi akal, kalbu dan nurani, juga sebagai makhluk yang berbudaya (*Bani Adam*). Dan Allah Swt mewajibkan manusia supaya berkomunikasi dengan- Nya (*hablum minallah*) dan supaya berkomunikasi dengan sesama (*hablum minan-Naas*). Untuk kajian tentang manusia sebagai makhluk berbudaya, maka ilmu dakwah berkaitan dengan antropologi. Manusia terdiri dari berbagai ras, suku dan etnis, ilmu dakwah membutuhkan etnografi dan sebagainya. Di sisi lain Al-Qur'an juga menyuruh manusia supaya membaca, mengamati dan meneliti alam semesta termasuk dirinya sendiri, maka ilmu dakwah harus menggunakan penelitian empiris, baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif.

Penerapan ilmu-ilmu sosial dalam kajian dakwah sangat membantu efektivitas dakwah. Misalnya penyiaran Islam melalui *khuthbah* atau *tabligh*, dapat menggunakan ilmu retorika. Teori dakwah bimbingan dan konseling dengan teori psikologi. Teori dakwah kelembagaan dengan teori ilmu manajemen, teori dakwah partisipatif dengan teori sosiologi, kajian tentang dakwah struktural menggunakan teori ilmu politik. Dengan bantuan ilmu-ilmu sosial, peran dakwah Islam semakin besar dan efektif dalam membentuk pribadi individu, keluarga, masyarakat dan bangsa. Psikologi Dakwah misalnya berperan dalam memberikan bimbingan konseling terhadap persoalan-persoalan individu dan keluarga. Sosiologi dapat diterapkan dalam menghadapi persoalan sosial dan pembangunan masyarakat. Ilmu ekonomi dipergunakan dalam masalah keterbelakangan dan kemiskinan.

Dari segi fungsinya, ilmu dakwah integratif-interkonektif dapat dibagi dua, yaitu: *Pertama* fungsi informatif dan konfirmatif tentang ajaran-ajaran Islam. Dalam hal ini ilmu dakwah berhubungan dengan ilmu komunikasi, baik jurnalistik maupun media dan komunikasinya dimana kedua ilmu tersebut termasuk rumpun ilmu terapan. *Kedua,* fungsi inovatif dan pengembangan masyarakat (*social change*), ilmu dakwah berkaitan dengan, sosiologi, psikologi, antropologi, ilmu politik dan sebagainya yang menjadi bagian dari rumpun ilmuilmu sosial. Dengan demikian, integrasi-interkoneksi ilmu dakwah dengan ilmu-ilmu sosial harus mencakup:

a. Objek material, yaitu manusia (*da'i* dan *mad'u*), pesan dakwah (al-Qur'an – al-Hadis dan *ulum al-Islam*), media dan metodenya, diintegrasikan dengan ilmu-ilmu sosial;

b. Objek formal, yaitu interaksi antar komponen dakwah, baik pengaruh yang timbul pada perilaku sosial, maupun hubungan antar komponen dakwah serta terjadinya perubahan sosial *(taghyir al-ijtima'iy)* dalam pengembangan masyarakat Islam;

c. Teori-teori ilmu sosial yang diterapkan dalam pengembangan masyarakat Islam (rekayasa dan perubahan sosial) yang *positivistik-sekularistik* harus diinterkoneksikan dengan prinsip-prinsip al-Qur'an dan Sunnah yang *tauhidik* untuk terciptanya teori-teori yang *teoantroposentris-integralistik*.

Dalam kajian kerangka teoritis dakwah, hal yang paling mendasar untuk didudukkan dahulu adalah bagaimana epistimologi dakwah itu sendiri. Keharusan dakwah dan toleransi beragama tampak saling bertentangan satu sama lain. Di satu sisi dakwah menghendaki orang lain mengajak untuk mengakui kebenaran Islam, sementara di lain pihak Islam juga menuntut agar mampu menenggang keyakinan maupun agama orang lain (*tasâmuh*). Dalam pengertian ini, keduanya seolah mesti dipilih salah satunya dan mengorbankan yang lainnya. Demi dakwah toleransi dilabrak, semata toleransi antarumat beragama, dakwah —setidaknya dalam asumsi kita saat ini— mesti diabaikan. Kekeliruan dalam merelevansikan dua kewajiban inilah berbagai resistensi sosial maupun konflik dengan wajah agama dan keyakinan tiada kunjung berakhir. Suatu saat ketika keyakinan dan agama akhirnya beralih fungsi menjadi kekuatan ampuh dalam memusnahkan dan membinasakan yang lain (*collective violence*).

Tugas dakwah bagi kaum agamawan menjadi lebih berat ketika dihadapkan pada penyimpangan-penyimpangan terhadap agama yang mencuat kembali akhir-akhir ini. Di tengah kondisi negeri kita yang masih tertatih, hendaknya kita memfokuskan dirinya pada wilayah etis-emansipatoris. Kesadaran semacam ini dalam bingkai ilmu pengetahuan dianggap sebagai perwujudan dari sinergi epistemologi dan aksiologi. Dengan pendekatan model inilah, dakwah *bi al-lisân*, *bi al-qalm*, dan *bi al-hâl* bisa dijalankan dalam satu waktu.

Epistemologi Dalam Pandangan Islam

Ilmu pengetahuan modern yang saat ini dihasilkan oleh peradaban Barat tidak serta-merta harus diterapkan di dunia Muslim. Sebabnya, ilmu bukan bebas-nilai (*value-free*), tetapi sarat nilai (*value laden*). Ilmu

bisa dijadikan alat yang sangat halus dan tajam bagi menyebarluaskan cara dan pandangan hidup sesuatu kebudayaan.

Sayed Muhammad Naquib al-Attas menyadari terdapatnya persamaan antara Islam dengan filsafat dan sains modern menyangkut sumber dan metode ilmu, kesatuan cara mengetahui secara nalar dan empiris, kombinasi realisme, idealisme dan pragmatisme sebagai fondasi kognitif bagi filsafat sains; proses dan filsafat sains. Bagaimanapun, ia menegaskan terdapat juga sejumlah perbedaan mendasar dalam pandangan hidup (*divergent worldviews*) mengenai Realitas akhir. Baginya, dalam Islam, Wahyu merupakan sumber ilmu tentang realitas dan kebenaran akhir berkenaan dengan makhluk ciptaan dan Pencipta. Wahyu merupakan dasar kepada kerangka metafisis untuk mengupas filsafat sains sebagai sebuah sistem yang menggambarkan realitas dan kebenaran dari sudat pandang rasionalisme dan empirisesme. Tanpa Wahyu, ilmu sains dianggap satu-satunya pengetahuan yang otentik (*science is the sole authentic knowledge*). Tanpa Wahyu, ilmu pengetahuan ini hanya terkait dengan fenomena. Akibatnya, kesimpulan kepada fenomena akan selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Tanpa Wahyu, realitas yang dipahami hanya terbatas kepada alam nyata ini yang dianggap satu-satunya realitas. Islam adalah agama sekaligus peradaban. Islam adalah agama yang mengatasi dan melintasi waktu karena sistem nilai yang dikandungnya adalah mutlak. Kebenaran nilai Islam bukan hanya untuk masa dahulu, namun juga sekarang dan akan datang. Nilai-nilai yang ada dalam Islam adalah sepanjang masa. Jadi, Islam memiliki pandangan-hidup mutlaknya sendiri, merangkumi persoalan ketuhanan, kenabian, kebenaran, alam semesta dll. Islam memiliki penafsiran ontologis, kosmologis dan psikologis tersendiri terhadap hakikat. Islam menolak ide dekonsekrasi nilai karena merelatifkan semua sistem akhlak.[11]

Mendiagnosa virus yang terkandung dalam westernisasi ilmu, Syed Muhammad Naquib al-Attas membuat antitoksin (daya imunisasi) dan antivirusnya dengan Islamisasi ilmu. Alasannya, tantangan terbesar yang dihadapi kaum Muslimin adalah ilmu pengetahuan modern yang tidak netral dan telah diinfus ke dalam praduga-praduga agama, budaya dan filosofis, yang sebenarnya berasal dari refleksi kesadaran dan pengalaman manusia Barat. Jadi, ilmu pengetahuan modern harus di-Islamkan.

---

[11] Lihat Syed Muhammad Naquib al-Attas, *Islam and Secularism,* (Kuala Lumpur: ISTAC, edisi kedua, 1993), hlm. 133-35

Dalam kajian epistemologi Barat, dikenal ada tiga aliran pemikiran, yakni empirisme, rasionalisme dan intuitisme. Sementara itu, dalam pemikiran filsafat Hindu dinyatakan bahwa kebenaran bisa didapatkan dari tiga macam, yakni teks suci, akal dan pengalaman pribadi.[12] Dalam kajian pemikiran Islam terdapat juga beberapa aliran besar dalam kaitannya dengan teori pengetahuan (epistemologi). Setidaknya ada tiga model sistem berpikir dalam Islam, yakni *bayâni*, *burhâni,* dan *'irfâni,* yang masing-masing mempunyai karakter dan pandangan yang sama sekali berbeda tentang pengetahuan.[13]

a. Epistimologi *Bayânî*.

Epistemologi *bâyâni* adalah metode pemikiran khas Arab yang didasarkan atas otoritas teks *(nash),* secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung artinya memahami teks sebagai pengetahuan jadi dan langsung mengaplikasikan tanpa perlu pemikiran; secara tidak langsung berarti memahami teks sebagai pengetahuan mentah sehingga perlu tafsir dan penalaran. Meski demikian, hal ini bukan berarti akal atau rasio bisa bebas menentukan makna dan maksudnya, tetapi tetap harus bersandar pada teks.[14]

Dengan demikian, sumber pengetahuan *bayânî* adalah teks *(nash),* yakni al-Quran dan hadis.[15] Karena itulah, epistemologi *bayânî* menaruh perhatian besar dan teliti pada proses transmisi teks dari generasi ke generasi.[16] Ini penting bagi *bayânî*, karena -sebagai sumber pengetahuan- benar tidaknya transmisi teks menentukan benar salahnya ketentuan hukum yang diambil. Jika transmisi teks bisa di pertanggung-jawabkan berarti teks tersebut benar dan bisa dijadikan dasar hukum. Sebaliknya, jika transmisinya diragukan, maka kebenaran teks tidak bisa dipertanggung jawabkan dan itu berarti ia tidak bisa dijadikan landasan hukum. Karena itu pula, mengapa pada masa *tadwîn* (kodifikasi), khususnya kodifikasi hadis, para ilmuan begitu ketat dalam menyeleksi sebuah teks yang diterima.

---

[12] Swami Nikhilananda, *Hinduism It's Meaning for the Liberation of The Spirit*, (New York, Harper, 1958), hlm. 4.

[13] Lihat Al-Jâbiri, *Bunyah al-'Aql al-'Arabî,* (Beirut, al-Markaz al-Tsaqafî al-'Arabî, 1991).

[14] Al-Jâbiri, *Bunyah al-Aql al-'Arabi,* hlm. 38.

[15] Abd Wahâb Khallâf, *Ilm Ushul Fiqh,* terj. Madar Helmi, (Bandung, Gema Risalah Pres, 1996), hlm. 22.

[16] Al-Jâbiri, *Bunyah al-'Aql al-'Arabî,* hlm. 116.

Berdasarkan hal tersebut, bahwa *bayânî* berkaitan dengan teks, maka persoalan pokoknya adalah sekitar lafaz-makna dan *ushûl-furu'*. Misalnya, apakah suatu teks dimaknai sesuai konteksnya atau makna aslinya *(tauqîf),* bagaimana menganalogikan kata-kata atau istilah yang tidak disinggung dalam teks suci, bagaimana memaknai istilah-istilah khusus dalam *al-asmâ' al-syar'iyah,* seperti kata shalat, shiyam, zakat.[17]

Selanjutnya, untuk mendapatkan pengetahuan dari teks, metode bayânî menempuh dua jalan. *Pertama,* berpegang pada redaksi (lafaz) teks, dengan menggunakan kaidah bahasa Arab, seperti *nahw* dan *sharf. Kedua,* berpegang pada makna teks dengan menggunakan logika, penalaran atau rasio sebagai sarana analisa.[18]

Pada jalan yang kedua, penggunaan logika dilakukan dengan empat macam cara. *Pertama,* berpegang pada tujuan pokok *(al-maqâshid al-dharûriyah)* yang mencakup lima kepentingan vital, yakni menjaga keselamatan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Caranya dengan menggunakan induksi tematis *(al-istiqrâ' al-ma'wil)* dan disitulah tempat penalaran rasional.[19]

Kedua, berpegang pada *'illah* teks. Untuk menemukan dan mengetahui adanya *'illah* suatu teks ini digunakan sebuah sarana yang memerlukan penalaran yang disebut jalan *'illah (masalik al-'illah)* yang terdiri atas tiga hal, (1) *'illah* yang telah ditetapkan oleh nash, seperti *'illah* tentang kewajiban mengambil 20% harta *fai'* (rampasan) untuk fakir miskin agar harta tersebut tidak beredar di kalangan orang kaya saja (Q5. Al-Hasyr, 7). (2) *'illah* yang telah disepakati oleh para mujtahid, misalnya *'illah* menguasai harta anak yang masih kecil adalah karena kecilnya. (3) *al-Sibr wa al-taqsim* (trial) dengan cara merangkum sifat-sifat baik untuk dijadikan *'illah* pada asal (nash), kemudian *'illah* itu dikembalikan kepada sifat-sifat tersebut agar bisa dikatakan bahwa *'illah* itu bersifat begitu atau begini.[20] Cara kedua ini lebih lanjut memunculkan metode *qiyâs* (analogi) dan *istihsân,* yakni beralih dari sesuatu yang jelas kepada sesuatu yang masih samar, karena adanya alasan yang kuat untuk pengalihan itu.[21]

---

[17] Al-Jâbiri, *Bunyah al-Aql al-'Arabi,* hlm. 58-62

[18] Al-Jâbiri, *Bunyah al-Aql al-'Arabi,* hlm. 530.

[19] Lihat al-Syâthibî, *al-Muwâfaqât fi Ushûl al-Ahkâm,* Juz III, (Beirut, Dâr al-Fikr, tt), hlm. 62-64. Lihat juga Said Ramadhân al-Bûthî, *Dhawâbith al-Mashlahah fi al-Syarî'ah al-Islâmiyah,* (Beirut, Muassasat, t.t), hlm. 249-254.

[20] Abd Wahhâb Khallâf, *Ilm Ushul Fiqh,* hlm. 127-135.

[21] Fathur Rahman Jamil, *Filsafat Hukum Islam,* (Jakarta, Logos, 1997), hlm. 139-141.

Ketiga, berpegang pada tujuan sekunder teks. Tujuan sekunder adalah tujuan yang mendukung terlaksananya tujuan pokok. Misalnya, tujuan pokok adalah memberikan pemahaman materi kuliah pada mahasiswa, tujuan sekunder memberikan tugas. Adanya tugas akan mendukung pemahaman kuliah yang diberikan. Sarana yang digunakan untuk menemukan tujuan sekunder teks adalah *istidlal,* yakni mencari dalil dari luat teks; berbeda dengan istimbat yang berarti mencari dalil pada teks.

Keempat, berpegang pada diamnya *Syâri*' (Allah Swt dan Rasul Saw). Ini untuk masalah-masalah yang sama sekali tidak ada ketetapannya dalam teks dan tidak bisa dilakukan dengan cara qiyas. Caranya dengan kembali pada hukum pokok (asal) yang telah diketahui. Misalnya, hukum asal muamalah adalah boleh *(al-ashl fi al-mu'âmalah al-ibâhah),* maka jual beli lewat internet yang tidak ada ketentuannya berarti boleh, tinggal bagaimana mengemasnya agar tidak dilarang. Metode ini melahirkan teori *istishhâb,* yakni menetapkan sesuatu berdasar keadaan yang berlaku sebelumnya selama tidak ditemui dasar/dalil yang menunjukkan perubahannya.[22]

b. Epistemologi *'Irfânî*.

Pengetahuan *'irfânî* tidak didasarkan atas teks seperti dalam pengertian epistemologi *bayânî*, tetapi terleta pada *kasyf,* tersingkapnya rahasia-rahasia realitas oleh Tuhan. Karena itu, pengetahuan *'irfânî* tidak diperoleh berdasarkan analisis teks tetapi dengan olah ruhani, dimana dengan kesucian hati, diharapkan Tuhan akan melimpahkan pengetahuan langsung kepadanya. Masuk dalam pikiran, dikonsep kemudian dikemukakan kepada orang lain secara logis. Dengan demikian pengetahuan *'irfânî* setidaknya diperoleh melalui tiga tahapan, (1) persiapan, (2) penerimaan, (3) pengungkapan, dengan lisan atau tulisan.

Tahap *pertama,* persiapan. Untuk bisa menerima limpahan pengetahuan *(kasyf),* seseorang harus menempuh jenjang-jenjang kehidupan spiritual. Setidaknya, ada tujuh tahapan yang harus dijalani, mulai dari bawah menuju puncak (1) *Taubat,* (2) *Wara'* menjauhkan diri dari segala sesuatu yang *syubhat,* (3) *Zuhud,* tidak tamak dan tidak mengutamakan kehidupan dunia. (4) *Faqir,* mengosongkan seluruh fikiran dan harapan masa depan,

---

Uraian lengkap tentang detail-detail Istihsan, lihat Iskandar Usman, *Istihsan dan Pembaharuan Hukum Islam,* (Jakarta, Rajawali, 1994).

[22] Abd Wahhâb Khallâf, *Ilm Ushul Fiqh,* hlm. 154.

dan tidak menghendaki apapun kecuali Tuhan swt, (5) *Sabar,* menerima segala bencana dengan laku sopan dan rela. (6) *Tawakkal,* percaya atas segala apa yang ditentukan-Nya. (7) *Ridha,* hilangnya rasa ketidaksenangan dalam hati sehingga yang tersisa hanya gembira dan sukacita.[23]

Kedua, tahap penerimaan. Jika telah mencapai tingkat tertentu dalam sufisme, seseorang akan mendapatkan limpahan pengetahuan langsung dari Tuhan secara illuminatif. Pada tahap ini seseorang akan mendapatkan realitas kesadaran diri yang demikian mutlak *(kasyf),* sehingga dengan kesadaran itu ia mampu melihat realitas dirinya sendiri *(musyâhadah)* sebagai objek yang diketahui. Namun, realitas kesadaran dan realitas yang disadari tersebut, keduanya bukan sesuatu yang berbeda tetapi merupakan eksistensi yang sama, sehingga objek yang diketahui tidak lain adalah kesadaran yang mengetahui itu sendiri, begitu pula sebaliknya *(ittihâd)*[24] yang dalam kajian Mehdi Yazdi disebut "*ilmu hudhuri*" atau pengetahuan swaobjek *(self-object-knowledge)*.

Ketiga, pengungkapan, yakni pengalaman mistik diinterpretasikan dan diungkapkan kepada orang lain, lewat ucapan atau tulisan. Namun, karena pengetahuan 'irfânî bukan masuk tatanan konsepsi dan representasi tetapi terkait dengan kesatuan simpleks kehadiran Tuhan dalam diri dan kehadiran diri dalam Tuhan, sehingga tidak bisa dikomunikasikan, maka tidak semua pengalaman ini bisa diungkapkan.[25]

Persoalannya, bagaimana makna atau dimensi batin yang diperoleh dari *kasyf* tersebut diungkapkan? *Pertama,* diungkapkan dengan cara *i'tibar* atau *qiyas 'irfânî*. Yakni analogi makna batin yang ditangkap dalam *kasyf* kepada makna zahir yang ada dalam teks.[26] *Kedua,* diungkapkan lewat *syathahât,* suatu ungkapan lisan tentang perasaan *(al-wijdân)* karena limpahan pengetahuan langsung dari sumbernya dan dibarengi dengan

---

[23] Al-Qusyairî (w. 1072 M) mencatat ada 49 tahapan yang harus dilalui, Abu Said ibn Abu al-Khair mencatat 40 tahapan, Abu Nashr al-Thusi mencatat 7 tingkatan, sedang Thabathabai menulis 24 jenjang. Lihat, al-Qusyairi, *al-Risâlah,* (Beirut, Dar al-Khair, tt), hlm. 89-350; Husein Nashr, *Tasawuf Dulu & Sekarang,* terj. Abd Hadi, (Jakarta, Pustaka Firdaus, 1994), hlm. 89-96; Murtadha Muthahhari, *Menapak Jalan Spiritual* terj. Nasrullah, (Bandung, Pustaka Hidayah, 1997), hlm. 120-155.

[24] Mehdi Hairi Yazdi, *Ilmu Hudhuri,* terj. Ahsin Muhamd, (Bandung, Mizan, 1994), hlm. 51-53. Uraian tentang *kasyf,* lihat al-Qusyairi, *al-Risalah,* hlm. 15.

[25] Mehdi Hairi Yazdi, *Ilmu Hudhuri,* hlm. 245-268; Lihat juga William James, *The Verievities of Religious Experience,* (New York, 1936), hlm. 271-72; Steven K. Katz, *Mysticism and Philosophical Analysis,* (London, Sheldon Press, 1998), hlm. 23.

[26] Al-Jâbiri, *Bunyah al-'Aql al-'Arabî*, hlm. 295-296.

pengakuan, seperti ungkapan "Maha Besar Aku" dari Abu Yazid Bustami (w. 877 M), atau *anâ al-haqq* dari al-Hallaj (w. 913 M).[27] Karena itu, *syathahât* menjadi tidak beraturan dan di luar kesadaran.

c. Epistemologi *Burhânî*

Berbeda dengan *bayânî* dan *'irfânî* yang masih berkaitan dengan teks suci, *burhânî* sama sekali tidak mendasarkan diri pada teks. *Burhânî* menyandarkan diri pada kekuatan rasio, akal, yang dilakukan lewat dalil-dalil logika. Perbandingan ketiga epistemologi ini adalah bahwa *bayânî* menghasilkan pengetahuan lewat analogi *furû'* kepada yang asal; *'irfânî* menghasilkan pengetahuan lewat proses penyatuan ruhani pada Tuhan, *burhânî* menghasilkan pengetahuan melalui prinsip-prinsip logika atas pengetahuan sebelumnya yang telah diyakini kebenarannya.[28] Dengan demikian, sumber pengetahuan *burhânî* adalah rasio, bukan teks atau intuisi. Rasio inilah yang memberikan penilaian dan keputusan terhadap informasi yang masuk lewat indera.[29]

Selanjutnya, untuk mendapatkan sebuah pengetahuan, *burhânî* menggunakan aturan silogisme.[30] Mengikuti Aristoteles, penarikan kesimpulan dengan silogisme ini harus memenuhi beberapa syarat, (1) mengetahui latar belakang dari penyusunan premis, (2) adanya konsistensi logis antara alas an dan keismpulan, (3) kesimpulan yang diambil harus bersifat pasti dan benar, sehingga tidak mungkin menimbulkan kebenaran atau kepastian lain.[31]

Al-Farâbî mempersyaratkan bahwa premis-premis *burhânî* harus merupakan premis-premis yang benar, primer dan diperlukan. Premis yang benar adalah premis yang memberi keyakinan, menyakinkan.[32] Suatu premis bisa dianggap menyakinkan bila memenuhi tiga syarat; (1) kepercayaan bahwa sesuatu (premis) itu berada atau tidak dalam kondisi spesifik, (2) kepercayaan bahwa sesuatu itu tidak mungkin merupakan sesuatu yang

---

[27] Al-Jâbiri, *Bunyah al-'Aql al-'Arabi*, hlm. 288

[28] Ai-Jâbiri, *Isykâliyât al-Fikr al-'Arabî al-Mu'âshir,* (Beirut, Markaz Dirâsah al-'Arabiyah, 1989), hlm. 59.

[29] Lihat Ibn Rusyd, *Fashl al-Maqâl fî mâ Bain al-Hikmah wa al-Syarî'ah min al-Ittishâl,* editor: Muhammad Imârah, (Mesir, Dâr al-Ma'ârif, tt), hlm. 56.

[30] Al-Jâbiri, *Bunyah al-Aql al-'Arabî,* hlm. 385 dan seterusnya. Dalam bukunya tersebut dijelaskan sejarah panjang silogisme demonstratif, mulai dari Aristoteles sampai al-Farabi, dan hubungan burhani dengan persoalan bahasa.

[31] Al-Jâbiri, *Bunyah al-'Aql al-'Arabi*, hlm. 433-436.

[32] Osman Bakar, *Hierarki Ilmu,* terj. Purwanto, (Bandung, Mizan, 1997), hlm. 106.

lain selain darinya, (3) kepercayaan bahwa kepercayaan kedua tidak mungkin sebaliknya. Selain itu, burhânî bisa juga menggunakan sebagian dari jenis-jenis pengetahuan indera, dengan syarat bahwa objek-objek pengetahuan indera tersebut harus senantiasa sama (konstan) saat diamati, dimanapun dan kapanpun, dan tidak ada yang menyimpulkan sebaliknya.[33]

Derajat di bawah silogisme *burhânî* adalah silogisme dialektika, yang banyak dipakai dalam penyusunan konsep teologis. Silogisme dialektik adalah bentuk silogisme yang tersusun atas premis-premis yang hanya bertarap mendekati keyakinan, tidak sampai derajat menyakinkan seperti dalam silogisme demonstratif. Materi premis silogisme dialektik berupa opini-opini yang secara umum diterima *(masyhûrat),* tanpa diuji secara rasional. Karena itu, nilai pengetahuan dari silogisme dialektika tidak bisa menyamai pengetahuan yang dihasilkan dari metode silogisme demonstratif. Ia berada di bawah pengetahuan demontratif.[34]

d. Epistemologi Dakwah

Upaya formulasi rancang bangun kajian ilmu dakwah secara terus menerus, metodologi memformulasikanya, dan nilai guna yang dituju adalah esensi dari pengembangan keilmuan dakwah. Upaya ini berhubungan dengan aspek ontologis, epistemologis dan aksiologis kedakwahan yang menjadi pilar inti bangunan keilmuannya dan produk upaya ini mewujud "ilmu dakwah".

Upaya menemukan epistemologi dakwah tidaklah mudah, sehingga dakwah dapat diartikan dan dipahami secara komprehensif. Dalam al-Quran, istilah dakwah disebutkan kurang lebih sebanyak sepuluh kali dengan berbagai arti yang berbeda; ajakan, seruan, pembuktian dan doa. Dalam makna sempit, dakwah berarti tugas untuk menyampaikan dan mengajarkan ajaran Islam pada yang lain agar nilai-nilai Islam terwujud dalam kehidupan manusia.

Dengan begitu, apakah dakwah berarti sebatas islamisasi yang meliputi kewajiban untuk mempersatukan umat manusia di seluruh jagat raya ini dalam satu kesatuan? Jawabannya relatif (bisa iya bisa tidak). Sebab, dalam kaitan dakwah dan toleransi, kita akan menemukan dua kebenaran aksiomatik yang terkesan paradoks. Satu pihak harus mengimani kebenaran

---

[33] Osman Bakar, *Hierarki Ilmu,* hlm. 106.

[34] Sebagai perbandingan, lihat Ibn Rusyd, *Fashl al-Maqâl,, hlm.* 56-67.

Islam secara absolut, namun di sisi lain juga hendaknya tidak mengingkari keniscayaan pluralisme (*religious plurality*) sebagai realitas sosial (sunnatullah). Adalah kebenaran tak terbantahkan jika setiap orang bebas untuk berkeyakinan, keyakinan apapun! Hal ini dengan jelas termaktub dalam nash al-Quran.[35]

Menekankan dakwah dalam arti mempromosikan dan menjajakan keyakinan dalam ruang formal-legal, terang saja akan mengakibatkan fragmentasi sosial antara umat beragama benar-benar terjadi. Islam, juga agama lain, akan saling bersitegang dalam memperebutkan penganut dan berlomba-lomba dalam memperbanyak jumlah pengikut (dakwah kuantitatif). Karena kepentingan dakwah Islam pada akhirnya berbenturan dengan propaganda agama lain dengan maksud yang tak jauh berbeda.

Akibatnya, dakwah yang semula bersifat pilihan alternatif (*ikhtiyârî*) berubah bentuk menjadi paksaan mutlak (*ijbârî*) dengan menghalalkan segala cara, termasuk kekerasan, teror, dan bahkan 'memerangi' demi menegakkan tujuan dakwah yang dimaksud. Tujuan dakwah dalam upaya mewujudkan kebenaran, dengan tragis dan penuh eksploitasi mengabaikan kebenaran lainnya.

Selama ini nilai-nilai dakwah yang sangat universal tereduksi literasi fikih hingga melembaga dalam maknanya yang tunggal, kaku, dan rigid. Persinggungan antara pengertian dan kenyataan di atas justru memunculkan asumsi bahwa dakwah tidaklah bermakna tunggal. Dakwah tidak berarti sebatas eksternalisasi dalam mengislamkan orang lain, mempersatukan umat, dan hanya bersifat verbal (tabligh). Selanjutnya ada realitas sosiologis sebagai kenyataan kebenaran empirik (minimal *truth*) yang selama ini luput dari perhatian para aktivis dakwah.

Tujuan dakwah bukanlah untuk memaksakan kehendak,[36] mengislamkan yang lain maupun untuk mempersatukan umat manusia,[37] apalagi untuk memperbanyak pengikut. Jika dakwah berarti demikian, niscaya Nabi Nuh as yang diberi usia 950 tahun dalam menggencarkan risalah dakwahnya tidak layak diberi penghargaan. Sebab, dalam kurun yang sangat panjang itu beliau hanya mampu mengajak manusia seisi penumpang sebuah kapal laut. Kenyataannya beliau tetap dianggap orang istimewa oleh Allah Swt.[38]

---

[35] Lihat QS. 2: 256/5: 48/3: 20
[36] Lihat QS. 2: 256
[37] Lihat QS. 5: 48
[38] Lihat QS. 29: 14/71: 5-28

Islam atau tidaknya seseorang bukanlah kepentingan Allah SWT. Konsekuensi dakwah bisa diterima atau ditolak. Urusan beriman atau tidak, itu urusan Allah. Kita tidak dibebani-Nya untuk memaksa apalagi mengimankan seluruh manusia. Tugas kita hanyalah menyampaikan. (*tablîgh*).[39] dan menjadi bukti kedamaian bagi yang lain (*syuhadâ'*).[40]

Melalui Islam, Allah Swt hanya memesankan kehidupan yang damai, tenteram, dan penuh kemaslahatan. Hal ini sesuai korelatifitas makna harfiah antara Islam dan rahmat yang berarti damai dan sejahtera. Dalam realitas yang ragam, pelekatan simbolik al-Quran dengan menyebut ajaran Islam sebagai "*rahmatan lil 'alamin*", menyaratkan Islam —melalui pengikutnya— justru mampu menunjukkan bukti empirik dalam menerima tegaknya nilai-nilai perdamaian, kesejahteraan, dan ketentraman bagi seluruh makhluk yang ada di jagat raya ini.

Dakwah Islam mesti disampaikan dengan cara yang bijaksana (*hikmah*), komunikatif (*maw'izhah hasanah*), dan dialogis (*jadal*). *Hikmah* berarti rasional sesuai tuntutan akal dan bukti empiris; *maw'izhah* bermakna penuh pertimbangan etika dan kesantunan; serta *jadal* menunjuk pentingnya upaya dialog dengan cara-cara yang baik, terpuji, dan elegan dan persuasive tanpa dibarengi prasangka, permusuhan, maupun kedengkian.

Kekufuran sebagai sasaran dakwah, bukanlah sebuah legitimasi absah untuk memerangi para pelaku kekufuran tersebut secara fisik. Dakwah tidak menghendaki orang-orang kafir itu dibantai dan diperangi pelakunya, melainkan diperintahkan untuk didakwahi sifat dan perilakunya. Perintah dalam al-Quran untuk mereka adalah *ud'u* (ajaklah) bukan *uqtul* (bunuhlah).[41]

Lagi pula, *kufr* tidaklah semata bermakna personal-formal untuk agama dan ajaran tertentu di luar Islam (*i'tiqâdî*). Tetapi juga memaknakan segala bentuk pengingkaran pada ritus formal (*syar'î*), dan penyelewengan moral (*akhlaqî*). Kekufuran adalah gejala yang bisa juga menimpa umat Islam sendiri. Dakwah, tidaklah hanya berorientasi eksternal dalam mengajak umat lain pada kebenaran Islam, tetapi lebih berarti internalisasi perbaikan dan pendewasaan diri dalam tubuh umat Islam sendiri secara spiritual, moral, dan sosial. Oleh karena itu dakwah dan pemikiran seharusnya dihasilkan melalui paradigma *burhânî*. Kenyataannya, dasar pemikiran

[39] Lihat QS. 10: 99/28: 56/3: 20
[40] Lihat QS. 3: 110
[41] Lihat Q.S. 16: 125

Islam saat ini masih banyak didominasi pemikiran *bayânî* fiqhiyah yang kurang bisa merespon dan mengimbangi perkembangan peradaban dunia. Tentang *burhânî*, ia tidak mampu mengungkap seluruh kebenaran dan realitas yang mendasari semesta.[42] Misalnya, *burhânî* tidak mampu menjelaskan seluruh eksistensi di luar pikiran seperti soal warna, bau, rasa atau bayangan.

Suhrawardi (1154-1192 M) kemudian membuat metode baru yang disebut iluminasi (*isyrâq*) yang memadukan metode *burhânî* yang mengandalkan kekuatan rasio dengan metode *'irfânî* yang mengandalkan kekuatan hati lewat *kasyf* atau intuisi. Metode ini berusaha menggapai kebenaran yang tidak dicapai rasional.[43] Namun demikian, pada masa berikutnya, metode *isyrâqi* dirasa masih juga mengandung kelemahan, bahwa pengetahuan iluminatif hanya berputar pada kalangan elite terpelajar, tidak bisa disosialisasikan sampai masyarakat bawah, bahkan tidak jarang justru malah menimbulkan kontroversial. Muncullah metode lain, filsafat transenden *(hikmah al-muta'âliyah),* yang dicetuskan Mulla Sadra (1571-1640 M) dengan memadukan tiga metode dasar sekaligus; *bayânî* yang tekstual, *burhânî* yang rasional dan *'irfânî* yang intuitif.[44]

Pengetahuan atau hikmah yang diperoleh tidak hanya yang dihasilkan oleh kekuatan akal tetapi juga lewat pencerahan ruhaniah, dan semua itu kemudian disajikan dalam bentuk rasional dengan menggunakan argumen-argumen rasional. Bagi kaum *muta'aliyah*, pengetahuan atau hikmah tidak hanya memberikan pencerahan kognisi tetapi juga realisasi; mengubah wujud penerima pencerahan itu sendiri dan merealisasikan pengetahuan yang diperoleh sehingga terjadi transformasi wujud. Semua itu tidak bisa dicapai kecuali dengan mengikuti syariat, sehingga sebuah pemikiran harus menggaet metode *bayânî* dalam sistemnya.[45]

Menyelami tujuan dakwah lebih lanjut, hendaknya kita juga mampu menangkap pesan-pesan realitas kosmologis yang menjadi sunnatullah Tuhan di muka bumi ini. Pertama, dakwah tidak bertujuan mempersatukan umat yang kenyataannya plural dan beragam. Penekanan "*umatan wâhidatan*", adalah pada umat yang satu dan bukan pada penyatuan umat. Yang pertama

---

[42] Murtadha Muthahhari, *Tema-Tema Filsafat Islam,* (Bandung, Mizan, 1993), hlm. 43.

[43] Mehsi Aminrazavi, *Pendekatan Rasional Suhrawardi,* hlm. 76. Lihat pula Osman Bakar. *Tauhid dan Sains,* (Bandung, Pustaka Hidayah, 1996), hlm. 29.

[44] Jalaluddin Rahmat, *Hikmah Muta'aliyah Filsafat Pasca Ibn Rusyd,* Jurnal al-Hikmah, (Bandung, edisi 10, September 1993), hlm. 78.

[45] Jalaluddin Rahmat, *Hikmah Muta'aliyah Filsafat Pasca Ibn Rusyd,* hlm. 78

menekankan sikap untuk menghargai keragaman, sementara makna kedua justru berpotensi memaksa yang lain untuk bergabung. Meski tidak dapat disangkal bahwa al-Quran memerintahkan persatuan dan kesatuan, namun itu tetap dengan menghargai kenyataan pluralisme dan guna mengampanyekan pentingnya kerja sama (*fastabiq al-khairât*).

Kedua, kenyataan pluralitas, keragaman, dan berpasang-pasangan (siang-malam, kaya-miskin, lelaki-perempuan) adalah keniscayaan sunnatullah yang tidak dapat diubah oleh siapapun selain-Nya. Semua itu tiada lain agar setiap unsur membutuhkan kehadiran yang lainnya sebagai unsur pengimbang dan evaluasi (*check and balance*) dalam mewujudkan kehidupan yang dinamis dan harmonis (*maslahat*). Tidak dibenarkan bagi siapapun untuk memusnahkan satu eksistensi oleh yang lainnya (*mafsadat*).

Meyakini kewajiban dakwah harus dibarengi kesadaran pengakuan tulus akan kenyataan keragaman. Dakwah adalah cita-cita sosial dalam rangka membangun kesadaran internal akan berbagai kelemahan diri menuju kehidupan yang saling berdampingan dengan yang lain. Dari dakwah *bi al-haqq* (dialog verbal-eksternal antariman) menuju dakwah *bi al-hâl* (pembinaan internal SDM umat sebagai proyek percontohan bagi umat yang lain).

Tujuan humanisasi adalah memanusiawikan manusia. Kita tahu bahwa sekarang kita sedang mengalami proses dehumanisasi karena masyarakat industrial menjadikan wajah kita sebagai bagian masyarakat abstrak tanpa wajah kemanusiaan. Kita mengalami objektifikasi ketika berada di tengah-tengah mesin politik dan pasar. Tujuan liberasi adalah pembebasan bangsa dari kekejaman kemiskinan, keangkuhan teknologi, dan pemerasan kelimpahan. Kita harus menyatu rasa dengan mereka yang miskin, mereka yang terperangkap kesadaran teknokratis, dan mereka yang tergusur kekuatan ekonomi global. Kita harus bersama-sama membebaskan diri belenggu-belenggu seperti itu.

Tujuan transendensinya adalah menambahkan dimensi transendental dalam kebudayaan. Sebab, kita sudah banyak menyerah pada arus hedonisme, materialisme, dan budaya yang dekaden. Kita percaya bahwa sesuatu harus dilakukan, yaitu membersihkan diri dengan mengingatkan kembali dimensi transendental yang menjadi bagian sah fitrah kemanusiaan. Kita harus kembali merasakan dan menikmati dunia ini sebagai rahmat Tuhan Yang Maha Esa.

Seiring dengan perkembangan zaman, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang banyak mempengaruhi persepsi dan kebutuhan manusia, dakwah Islam memang harus melakukan evaluasi diri, proyeksi, dan penyusunan strategi agar tetap aktual dan kontekstual dengan kebutuhan masyarakat. Berdakwah secara moderat dan kontekstual, memang bisa dijadikan sebuah alternatif solusi terhadap berbagai problem serta tantangan kehidupan yang semakin bertumpuk-tumpuk ini.

Dalam meletakkan prioritas solusi alternatif itu, kita harus mengacu pada struktur bangunan dakwah yang bagus berdasarkan analisis dan kemampuan untuk melakukan terapi yang total. Sehingga, kontradiksi umat Islam terbesar di dunia dapat kita kurangi dan bahkan dihilangkan. Di samping itu, para mubaligh kita juga harus senantiasa memperbaharui isi dan penampilan dakwahnya. Jalan yang bisa dilakukan paling tidak adalah dengan melakukan iqra', banyak membaca. Para mubaligh seharusnya juga senantiasa mengasah pikiran sebagaimana disindir oleh Allah Swt dalam al-Quran dengan kalimat-kalimat *afalâ ta'qilûn*, *afalâ tatafakkarûn*.

Dengan demikian kita harus senantiasa menggunakan pikiran dan analisis dalam struktur dakwah yang disajikan pada masyarakat. Analisis harus kita utamakan dulu, sebelum mengambil kesimpulan-kesimpulan umum yang akan kita perhatikan. Dan yang lebih penting lagi adalah para mubaligh mencari tahu, apa sebenarnya masalah utama masyarakat kita. Itu yang menjadi prioritas pengobatan pertama kita. Kalau kita mendapati pasien sakit kanker dan sakit panu, maka kankernya dulu yang kita obati, dengan tidak mengabaikan perhatian terhadap panunya. Sebab, panu itu tidak akan membunuh orang. Begitu juga dengan persoalan-persoalan lain yang terjadi di masyarakat.

Penutup

Salah satu langkah penting dalam mengembangkan epistemologi dakwah adalah menelusuri terlebih dahulu landasan ilmiah yang mungkin dapat dibangun. Ini dilakukan terutama untuk menentukan kerangka pemikiran yang jelas dalam merumuskan teori-teori baru berkaitan dengan ilmu dakwah. Selain itu pentingnya penelusuran itu juga karena telah banyak teori yang mendahului lahir, sekaligus telah relatif mapan dalam konteks pengembangan ilmu-ilmu sosial.

Pemilihan ilmu sosial sebagai landasan pijakan pengembangan ilmu dakwah, didasarkan pada satu asumsi bahwa teori-teori dakwah yang hendak dibangun merupakan produk generalisasi dari fenomena sosial. Ilmu dakwah dengan sendirinya merupakan bagian dari ilmu-ilmu sosial, yang dirumuskan serta dikembangkan dengan mengikuti norma ilmiah dari ilmu-ilmu sosial. Misalnya teori-teori itu dirumuskan melalui pendekatan rasional, empiris dan sistematis.

Untuk membangun teori-teori dakwah, kita dapat melakukannya melalui kegiatan ilmiah yang dapat memberikan konsep dan generalisasi baru yang diangkat dari penemuan-penemuan ilmiah, atau fakta-fakta sosial yang berkembang. Jika kegiatan ini terus dilanjutkan, maka pada tahap-tahap tertentu akan ditemukan titik-titik pertemuan antara teori-teori sosial yang telah dulu lahir dengan kenyataan-kenyataan empiris baru yang ditemukan pada dataran kegiatan dakwah.

"Revolusi epistemologis" diperlukan sebagai jawaban terhadap krisis epistemologis yang melanda konsep ilmu. Tiga epistemologi Islam di atas mempunyai "basis" dan karakter yang berbeda. Pengetahuan *bayânî* didasarkan atas teks suci, *`irfânî* pada intuisi sedang burhânî pada rasio. Masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Untuk *bayânî*, karena hanya mendasarkan diri pada teks, ia menjadi terfokus pada hal-hal yang bersifat aksidental bukan substansial, sehingga kurang bisa dinamis mengikuti perkembangan sejarah dan sosial masyarakat yang begitu cepat. Namun demikian, untuk masa mutaakhir ini, persoalan keagamaan tidak hanya berkaitan dengan teks, rasio, ilham dan pengamalannya dalam bentuk praktek-praktek ritual melainkan juga mencakup kehidupan sosial, politik, sains-sains modern yang empiris dan bahkan teknologi tinggi *(high technology)*. Epistemologi-epistemologi Islam klasik bisa saja kurang tajam dan memada'i dalam menghadapi kemajuan-kemajuan tersebut. Artinya saat ini diperlukan epistemologi baru dan inilah tantangan bagi calon intelektual muda muslim sehingga dapat menimbulkan paradigma dakwah yang *acceptable*.

Dengan demikian jika ditelaah secara empiris dan historikal maka secara garis besar, dinamika perkembangan ilmu dakwah terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu :

- Tahap konvesional

  Pada tahap ini, dakwah masih merupakan kegiatan keagamaan berupa seruan atau ajakan untuk menganut dan mengamalkan ajaran agama islam yang dilakukan secara konvensional.

- Tahap sistematis

  Tahap ini merupakan tahap pertengahan antara tahap konvensional dan tahap berikutnya, yaitu tahap ilmiyah. Pada tahap ini, dakwah yang ada dalam tahap konvensional di atas sudah mulai di bicarakan secara khusus oleh beberapa kalangan, sehingga muncul beberapa literatur yang secara khusus membahas dakwah.

- Tahap ilmiah

  Pada tahap ini, dakwah telah berhasil tersusun sebagai ilmu pengetahuan dan telah memenuhi beberapa persyaratan pokoknya, yaitu objektif, metodik, universal, dan sistematis. Ini berkat jasa para ulama dan para sarjana muslim yang telah mengkaji secara serius, baik dalam penelitian lapangan *(field risearch)* maupun penelitian perpustakaan *(library research)*.[46]

[46] Fathul Bahri An-Nabiry, *Jalan Meniti Dakwah, Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: Amzah, 2008), Hlm, 78-80.

DAFTAR REFERENSI

Achmad, Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Prima Duta, Yogyakarta: 1983.

_____, *Media Dakwah*, Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia: Jakarta, 1995.

al-Attas, Syed Muhammad Naquib, *Islam and Secularism,* Kuala Lumpur: ISTAC, edisi kedua, 1993.

al-Jâbiri, *Bunyah al-'Aql al-'Arabî,* Beirut, al-Markaz al-Tsaqafî al-'Arabî, 1991.

_____, *Isykâliyât al-Fikr al-'Arabî al-Mu'âshir,* Beirut, Markaz Dirâsah al-'Arabiyah, 1989.

An-Nabiry, Fathul Bahri, *Jalan Meniti Dakwah, Bekal Perjuangan Para Da'I,* Jakarta: Amzah, 2008.

Asmuni, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Al-Ikhlas, Surabaya : 1989.

Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah,* Jakarta: Prenada Media Group, 2009.

Bakar, Osman, *Hierarki Ilmu,* terj. Purwanto, Bandung, Mizan, 1997.

_____, *Tauhid dan Sains,* Bandung, Pustaka Hidayah, 1996.

Ghazali, M. Bahri, *Dakwah Komunikatif*, CV. Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta: 1997.

Imampuro, Rachmat, *Mengungkap Dakwah K.H. Ahmad Dahlan dan K.H. Hasyim Asy'ari Kalipucang Wetan Welahan Jepara*, Badan Penerbitan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, Semarang, tth.

Jamil, Fathur Rahman, *Filsafat Hukum Islam,* Jakarta, Logos, 1997.

Khallâf, Abd Wahâb, *Ilm Ushul Fiqh,* terj. Madar Helmi, Bandung, Gema Risalah Pres, 1996.

Mahfuzh, Syekh Ali, *Bidayah Al-Mursyidin,* Beirut: Dar al- Ma'rifah, tt.

Mehdi Hairi Yazdi, *Ilmu Hudhuri,* terj. Ahsin Muhamd, Bandung, Mizan, 1994.

Muthahhari, Murtadha, *Tema-Tema Filsafat Islam,* Bandung, Mizan, 1993.

Nikhilananda, Swami, *Hinduism It's Meaning for the Liberation of The Spirit*, New York, Harper, 1958.

Rahmat, Jalaluddin, *Hikmah Muta'aliyah Filsafat Pasca Ibn Rusyd,* Jurnal al-Hikmah, Bandung, edisi 10, September 1993.

Rakhmat, Jalaluddin, *Ilmu Dakwah dan Kaitannya dengan Ilmu-Ilmu Lain,* Makalah Seminar: Semarang, 1990.

Rusyd Ibn, *Fashl al-Maqâl fî mâ Bain al-Hikmah wa al-Syarî'ah min al-Ittishâl,* editor: Muhammad Imârah, Mesir, Dâr al-Ma'ârif, tt.

Sanwar, Aminuddin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, Semarang, 1985.

Shaleh, Abd. Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*¸ Jakarta: Bulan Bintang, 1993.

Usman, Iskandar, *Istihsan dan Pembaharuan Hukum Islam,* Jakarta, Rajawali, 1994.

Bagian Dua

UNSUR-UNSUR, PRINSIP DAKWAH DAN METODOLOGI DAKWAH

Pendahuluan

Setiap benda mempuyai *anasir* (unsur-unsur), katakan saja air, unsurnya terdiri dari unsur satu molekul air tersusun atas dua atom *Hidrogen* yang terikat secara kovalen pada satu atom *Oksigen* yang dirangkum dalam sebuah rumus kimia H_2O. Kandungan udara terdiri dari tiga unsur utama, yaitu udara kering, uap air, dan aerosol. Kandungan udara kering adalah 78% *Nitrogen*, 20% *Oksigen*, 0,93% *Argon*, 0,03% *Karbon Dioksida*, 0,003% gas-gas lain (*Neon, Helium, Metana, Kripton, Hidrogen, Xenon, Ozon, Radon*).Ternyata "air dan udara" tidak sesimpel yang kita bayangkan. Apalagi sebuah sistem atau metabolisme sebuah kegiatan dakwah yang merupakan urat nadi risalah (agama) ini. Anatomi dakwah ini tidak kalah menariknya untuk ditelaah secara epistimologi keilmuan.

Posisi dakwah dalam sebuah bangunan Islam yang *kamil mutakamil* adalah sebagai *muayyidaat* (pelindung) sama posisinya dengan al-Jihad. Tanpa ada dakwah dan jihad maka Islam ini bisa hilang dari peredaran wilayah tertentu, bahkan dari satu negeri tertentu (belajar dari kasus Spanyol yang dulu dikenal dengan Kordova, mercuasuarnya Islam di Eropa). Maka Dakwah merupakan urat nadi berkembangnya agama yang mulia ini. Dari itu, seorang ilmuan dakwah harus memahami lebih aksiomatik tentang dakwah dalam sub kajiannya yang lebih fundamental, yaitu unsur-unsur dakwah, prinsip-prinsip dakwah dan metode-metode apa saja yang digunakan dalam berdakwah dengan segala dimensinya.

Unsur-Unsur Dakwah

Unsur adalah bagian terkecil dari suatu benda; bagian benda yang tidak dapat dibagi-bagi lagi dengan proses kimia; bahan asal; zat asal; elemen.[1] Dengan demikian unsur-unsur dakwah adalah bagian yang terkecil dari elemen-elemen kegiatan dakwah dan merupakan bagian-bagian terpenting dalam dakwah.

Sepeti diketahui bahwa dakwah dan proses dakwah tidaklah berjalan begitu saja dengan sendirinya, dia terikat dengan beberapa unsur. Yang dimaksud dengan unsur-unsur dakwah disini adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

1. Da'i (Pelaku Dakwah)

Yang dimaksud da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan yang baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga. Kata da'i ini secara umum sering disebut dengan *mubaligh* (orang yang menyempurnakan ajaran Islam) namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, *khatib* (orang yang berkhutbah), dan sebagainya.

Da'i juga harus tahu apa yang disajikan dakwah tentang Allah Swt, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap prablema yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihadirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan prilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.

2. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Unsur dakwah yang kedua adalah mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Sesuai dengan firman Allah Swt QS. Saba' ayat 28:

[1] https://kbbi.web.id/unsur diakses pada Desember 2017

DAFTAR REFERENSI

A. Anas, *Paradigma Dakwah Kontemporer*, Semarang (ID): Walisongo Press IAIN Walisongo, 2005.

Acep, Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah.* Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Achmad, Moch. Djamaluddin, *Dakwah Islamiyah,* Jombang: Al-Muhibbin, t.t.

Achmad, Moch. Djamaluddin, *Dakwah Islamiyah.* Jombang: Al-Muhibbin, t.t.

Anas, Ahmad, *Paradigma Dakwah Kontemporer,* WaliSongo Press IAIN Walisongo, Semarang, 2006.

Aripudin, Acep, *Pengembangan Metode Dakwah,* Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Arnold, W. Thomas, *The Preaching Of Islam*, Terj. Drs. A. Nawawi Rembe *(Sejarah dakwah Islam*) Wijaya, Jakarta, 1997.

Jasiman, *Syarah Rasmul Bayan Tarbiyah,* Jakarta: Era Intermedia, t.t.

Partanto, Pius A dkk, *Kamus Ilmiah Popular*, Surabaya: Arkola, 1994.

Partanto, Pius A., Dkk, *Kamus Ilmiah Popular*, Surabaya: Arkola, 1994.

Sarafino, *Health Psychology Biopsychosocial Interaction*, USA : John Wiley & Sons, 1994.

Setyoningtyas, Emilia, *Kamus Trendy Bahasa Indonesia,* Surabaya: Apollo Lestari, t.t.

INTERNET

http://www.wikipedia.com/definisi-masyarakat-para-ahli/html.

Mudzoffar.wordpress.com/2017/03/21/problem-problem-dakwah/html

Bagian Lima

HAKIKAT RETORIKA DAN URGENSI MEMPELAJARINYA

Pendahuluan

Islam adalah agama yang lengkap dan sempurna (*syamil* dan *mutakamil*). Namun kalau dianalogikan sebagai bangunan, maka bangunan Islam, terdiri dari pondasinya yakni aqidah (dua kalimah syahadah), tiang-tianya adalah syari'at dan ibadah, pintu dan jendelanya adalah akhlak (pelengkap dan pemanis). Sedangkan atapnya atau *al muayyidat* (pelindung) Islam ada dua yaitu. Jihad dan Dakwah. Tanpa adanya Jihad dan dakwah maka Islam tidak akan terlindungi dan tidak bisa berkembang.

Dalam mendalami dakwah secara keilmuan (teoritis) dan juga aplikatif diperlukan sebuah instrumen dakwah. Salah satunya adalah kemampuan berbicara atau sering disebut dengan ilmu retorika.

Titik tolak retorika adalah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau kelompok untuk mencapai suatu tujuan tertentu (misalnya memberikan informasi atau memberi motivasi). Berbicara (berpidato) adalah suatu kemampuan khusus pada manusia. Diantara karunia Tuhan yang paling besar bagi manusia adalah kemampuan berbicara. Berbicara telah membedakan manusia dengan makhluk lain, kambing misalnya dapat mengembik, tetapi ia tidak mampu menceritakan pengalaman masa kecilnya kepada kawan-kawannya. Malaikat dan juga dapat berbicara, tetapi hanya kita saksikan pada kitab, film atau cerita lama. Dengan berbicara, manusia mengungkapkan dirinya, mengatur lingkungannya, dan pada akhirnya menciptakan bangunan budaya insani. Oleh karena itu pembicaraan itu setua umur bangsa manusia itu sendiri.

Kemampuan berbicara bukan saja diperlukan di depan sidang parlemen, di muka hakim atau di hadapan massa. Kemampuan ini diperlukan dalam hampir seluruh kegiatan manusia sehari-hari. Penelitian membuktikan bahwa hampir 75 % waktu bangun kita berada dalam kegiatan komunikasi. Hampir dapat dipastikan bahwa sebahagian besar kegiatan komunikasi ini dilakukan secara lisan. *We are judged each day by our speech*, ujar Dale Carnagie. Bicara menunjukkan bangsa, bicara mengungkapkan apakah Anda orang terpelajar atau kurang ajar.[1]

Pengertian Retorika

Retorika berasal dari bahasa latin, yaitu retorica, berarti seni bicara.[2] Bisa juga dikatakan bahwa retorika berarti kesenian untuk berbicara baik (*Kunst, gut zu reden* atau *Ars bene dicendi*) yang dapat dicapai berdasarkan bakat alam (talenta) dan keterampilan teknis (*ars, techne*).[3] Dewasa ini retorika diartikan sebagai kesenian untuk berbicara baik, yang dipergunakan dalam proses komunikasi antar manusia. Kesenian berbicara itu bukan hanya berarti berbicara lancar tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan suatu kemampuan untuk berbicara secara singkat, jelas, padat dan mengesankan. Dalam perkembangannya di era modren, reetorika modern mencakup ingatan yang kuat, daya kreasi dan fantasi dan fantasi yang tinggi, teknik pengungkapan yang tepat dan daya pembuktian serta penilaian yang tepat.

Retorika modern adalah gabungan yang serasi antara pengetahuan, pikiran, kesenian dan kesanggupan berbicara. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, retorika berarti berbicara pada waktu yang tepat, waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan. Itu berarti orang mesti dapat berbicara jelas, singkat dan efesien. Jelas berarti supaya mudah dimengerti; ingat untuk menghemat waktu dan sebagai tanda kepintaran; dan efektif apa gunanya berbicara kalau tidak membawa efek. Pepatah China mengatakan

---

[1] Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*: Pendekatan Praktis, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 2.

[2] Onong Uchayana Efendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: Mardiah Utama, 1989), hlm. 325.

[3] Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*: Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), hlm. 14.

"Orang yang menembak banyak, belum tentu seorang penembak yang baik. Orang yang berbicara banyak tidak selalu berarti seorang yang pandai bicara."

Retorika sebagai seni berbicara yang dipelajari, dari mulai abad ke V Sebelum Masehi, ketika kaum Sofis di Yunani mengembara mengajarkan pengetahuan tentang politik dan pemerintahan dengan penekanan pada kemampuan berpidato. Kamum Sofis tersebut berpendapat, bahwa manusia adalah makhluk yang berpengatahuan dan berkemauan. Manusia adalah mempunyai penilaian sendiri-sendiri tentang baik buruknya sesuatu, mempunyai nilai etika sendiri. Dengan demikian kebenaran sesuatu pendapat terhadap pendapat-pendapat orang lain yang berbeda dengan norma-norma. Sehingga inti pembicaraan bergeser dari mencari kebenaran menjadi mencari kemenangan.

Lebih jelasnya akan diuraikan pendapat para ahli tentang retorika. Defenisi retorika menurut W. Thys Robert adalah *Rhethoric may be defined as faculty of observing in any given case the available means of persuasion*.[4]

Georgias (480 – 370 SM) adalah tokoh Sofisme yang dianggap guru "Rhetorika" yang pertama dalam sejarah manusia, menyatakan bahwa kebenaran sesuatu pendapat hanya dapat dibuktikan jika tercapai kemenangan dalam pembicaraan. Pendapat Georgias ini berlawanan dengan pendapat Pitagoras (500 – 432 SM) dan Sokrates (469 – 399 SM).

Pitagoras berpendapat, bahwa kemahiran berbicara bukan demi kemengan, melainkan demi keindahan bahasa. Pendapat yang hampir senada dengan hal tersebut di katakan Sokrates: retorika demi kebenaran dengan dialog sebagai tekhniknya, karena dialog kebenaran akan timbul dengan sendirinya. Lain lagi dengan Isokrates (392 SM) yang mengaitkan retorika dengan kepemimpinan, dimana beliau mengatakan bahwa retorika memegang peranan penting bagi persiapan seseoarang untuk menjadi pemimpin. Pendapat ini sama atau didukung oleh Plato (murid Sokrates), bahwa retorika bertujuan memberikan kemampuan bahasa yang sempurna dan merupakan jalan bagi seseorang untuk memperoleh pengetahuan yang luas dan dalam terutama dalam bidang politik.[5]

Plato menjadikan menjadikan Gorgias dan Socrates sebagai contoh retorika yang palsu dan retorika yang benar, atau retorika yang berdasarkan

---

[4] A.H. Hasanuddin, *Rhetorika Dakwah dan Publisistik dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), hlm. 16.

[5] *Ibid*., hlm. 16-17.

pada sofisme dan retorika yang berdasarkan filsafat. Sofisme mengajarkan kebenaran yang relatif sedangkan filsafat membawa orang pada pengetahuan sejati. Ketika merumuskan retorika yang benar-benar membawa orang pada hakikat.

Ruang Lingkup Retorika

Aristoteles, murid Plato yang cerdas melanjutkan kajian retorika ilmiah. Ia menulis tiga jilid buku yang berjudul *De arte Rhethorica*. Tokoh retorik klasik ini terkenal dengan Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*), yaitu; *Inventio* (Penemuan), tahap ini pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Dalam tahap ini juga, pembicara merumuskan tujuan dan pengumpulan bahan (argumen) yang sesuai dengan kebutuhan khalayak. *Dispositio* (Penyusunan), Pada tahap ini pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan, Aristoteles menyebutnya dengan *taxis*, yang berarti pembagian. Pesan harus dibagi kebeberapa bagian: pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog. *Elocutio* (Gaya), pada tahap ini pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk "mengemas" pesannya. Aristeles memberikan nasehatnya, gunakan bahasa yang tepat, benar dan dapat diterima; pilih kata-kata yang jelas; dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak, dan pembicara. *Memoria* (Memori), pada tahap ini pembicara harus mengingat apa yang ingin disampaikannya dengan mengatur bahan-bahan pembicarannya. Aristeles menyarankan "jembatan keledai" untuk memudahkan ingatan. *Pronuntiatio* (Penyampaian), tahap ini pembicara menyampaikan pesannya secara lisan. Akting, penampilan sangat dibutuhkan pada tahap ini. Demosthenes menyebutnya dengan *hypocrisis*. Fase ini juga pembicara harus memperhatikan oleh suara (*vocis*) dan gerakan anggota badan.[6]

Demothenes (384 – 322 SM), seorang orator Yunani tersohor, menghimbau bahwa betapa pentingnya retorika dalam demokrasi. Dia menitikberatkan retorika pada tiga aspek, yaitu: semangat yang berkobar-kobar; kecerdasan pikiran; dan kelainan dari yang lain.[7]

---

[6] Pada Bab lain masalah ini akan di bahas kebih rinci mendalam lihat Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*..., hlm. 6-8.

[7] A.H. Hasanuddin, *Rhetorika Dakwah dan Publisistik*..., hlm. 17.

Dalam konteks ke Indonesiaan, di masa-masa pergerakan kemerdekaan bangsa Indonesia, kita mengenal orator ulung yang handal, yaitu Bung Karno ala Demosthenesnya Yunani dan Ciceronya Romawi. Bung Karno dengan retorikanya mampu menumbuhkan kesadaran, semangat dan partisipasi rakyat untuk berjuang merebut kemerdekaan dan mengusir penjajah. Setelah itu, tampil pula orator muda bangsa Indinesia, Bung Tomo, dengan retorikanya berhasil membangkitkan rakyat berjuang mempertahankan kemerdekaan, sehingga melahirkan Hari Pahlawan Nsional.

Saat perang dunia II berkecambuk, bangsa Inggris punya Sir Winston Churchill, dengan kemapuan retorinya telah membangkitkan keberanian rakyat Inggiris berperang melawan tentara Nazi Jerman. Prancis juag memiliki Jean Jaures, orator yang sanggup membuat setiap akhir pidatonya para pendengar merasakan cinta pada sesama, seolah-olah ingin memeluk sesama manusia dalam persaudaraan.

Sejarah Perkembangan Retorika

Secara historis, sesungguhnya sejarah awal retorika telah ada semenjak awal kehidupan manusia. Namun pada Tahun 467 SM adalah awal sejarah retorika secara teorik dan praktik telah dirintis oleh Korax, berkebangsaan Yunani, bersama muridnya Teisios (keduanya berasal dari Syrakuse-Sisilia) telah menerbitkan sebuah buku pertama tentang retorika. Akan tetapi retorika secara seni dan kepandaian berbicara, sudah ada dalam sejarah jauh sebelumnya, misalnya dalam kesusateraan Yunani kuno, Homerus dalam *Ilias dan Odyssee* telah menulis pidato yang panjang. Demikian juga dengan bangsa-bangsa seperti Mesir, India dan China, sudah mengembangkan seni berbicara jauh sebelumnya.

Sejak Yunani dan Roma sampai zaman sekarang ini, kepadaian berpidato dan kenegarawanan selalu berkaitan. Banyak jago pedang juga terkenal dengan kefasihan bicaranya yang menawan. Uraian sistematis retorika yang pertama diletakkan oleh Syracuse, sebuah koloni Yunani di Pulau Sicilia. Daerah ini bertahun-tahun dikuasai oleh tiran yang kejam, yang sering mengambil tanah hak rakyat. Kemudian hanya dengan kepandaian dan kesanggupan menyakinkan pada juri di pengadilanlah yang bisa mengembalikan hak tanah rakyat. Sering orang tidak berhasi mengembalikan tanahnya, hanya karena ia tidak pandai berbicara. Untuk membantu orang memenangkan haknya di pengadilan, Korax menulis makalah retorika,

yang diberi nama *Technec Logon* (Seni Kata-kata). Makalah ini berbicara tentang teknik "kemungkinan". Bila kita tidak dapat memulai sesuatu mulailah dengan kemungkinan umum. Dengan teori ini seorang kaya yang berkecukupan pernah kena hukum untuk pertama kalinya. Dengan teknik kemungkinan, kita bertanya, "mungkinkah seorang berkecukupan mengorbankan kehormatannya dengan mencuri?. Sekarang, seorang miskin mencuri dan diajukan ke pengadilan untuk kedua kalinya. Dengan teori kemungkinan, kita bisa mengatakan, "Ia pernah mencuri dan pernah dihukum. Mana mungkin ia berani melakukan lagi pekerjaan yang sama". Akhirnya retorika menjadi mirip "ilmu silat lidah".[8]

Secara sistematis ilmu retorika memang yang pertama-tama dikembangkan di Yunani adalah kepandaian berbicara dalam bahasa Yunani dikenal dengan *Techne Rhetorike*, yang berarti Ilmu tentang "Seni Berbicara", dimana dewasa ini sering juga disebut dengan *Public Speaking*.

Di bawah ini akan dibeberkan perkembangan ilmu retorika secara garis besar yang berawal dari zaman kuno, abad pertengahan hingga dewasa ini.

Zaman Yunani Kuno

Pada dasarnya unsur-unsur ilmu retorika suda ada dikembangkan di Yunani, sebelum Korax dan Tesios menulis buku tentang hal tersebut. Sejak abad ke-2 sampai ke-5 SM, sudah ada ahli-ahli pidato terkenal dalam kerajaan Yunani kuno seperti: Solon (640 – 560 SM); Peisistratos (600 – 527 SM) dan Thenustokles (525 – 460 SM).

Seorang politikus dan negarawan yang juga menjadi seorang ahli pidato yang terkenal dalam zaman ini adalah Perikles (500 – 429 SM). Para pengagumnya mengatakan dewa-dewi seni berbicara yang memiliki daya memukau bertahta di lidahnya. Salah satu pidatonya yang memuakau adalah pidato tentang para pahlawan di kota Athena, yang kemudian diterbitkan oleh *Thukydides*. Kemudian pada abad ke-5 bermunculan beberapa ahli pidato yang sangat dikagumi, seperti Al Kibiades, Theramenes dan Kristios.[9]

Awalnya, para ahli pidato Yunani hanya berbicara dalam konteks pengadilan, tetapi kemudian berkembang pemikiran bahwa kepandaian

[8] Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*..., hlm. 3.

[9] Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*: Terampil berpidato..., hlm. 20-21.

berbicara sangat berguna dalam memimpin negara. Retorika juga pada abad-abad ini menjadi salah satu bidang ilmu yang menyaingi filsafat. Ia menjadi kesenian untuk membina dan memimpin manusia. Mengenang Demosthenes di kota Athena, didirikan tugu yang bertuliskan, "Hai Demosthenes, andaikan engkau memiliki cukup kuasa, seperti kebijaksanaanmu, maka tak pernah raja Makedonia akan menjadi penguasa bangsa Yunani."[10] Setelah Yunani dikuasai Makedonia dan Romawi, maka berakhirlah masa kejayaan ilmu retorika Yunani kuno. Retorika hanya masih meruapkan ilmu yang dipelajari di bangku-bangku sekolah.

Zaman Romawi Kuno

Setelah kerajaan Romawi menguasai Yunani, terjadilah kontak antara kaum cendekiawan Romawi dan Yunani. Orang-orang Romawi mempelajari kebudayaan bangsa Yunani, terutama ilmu kepandaian berbicara yang tengah berkembang di Yunani. Mestipun banyak sekolah-sekoloah didirikan oleh kerajaan Romawi namun, kata Jalaluddin Rakhmat[11] dalam *Retorika Modern*-nya bahwa orang-orang Romawi selama dua ratus tahun setelah *De Arte Rethorica* tidak menambahkan apa-apa yang berarti bagi perkembangan retorika.

Mestipun begitu kita akan menjelaskan di bawah ini tokoh-tokoh retorika yang terkenal di zaman Romawi Kuno, yaitu: Cato Senor (234 – 149 SM), Marcus Tullius Cicero (106 – 44), Gaius Iulius Caesar (100 – 44), dan Quintilianus (35 – 100).[12]

Cato Senor (234 – 149 SM)

Ia manjadi terkenal lewat pidatonyan *Carthago delenda est* yang mengajak rakyat kekaisaran Romawi untuk membinasakan kota Artago di Afrika Utara. Dalam perkembangan selanjutnya, pengaruh para retor dari Yunani yang hidup dan bekerja di kota Roma menjadi sangat besar di antara kaum muda yang ingin mempelajari ilmu retorika. Hal ini mencemaskan golongan konservatis di kota Roma. Mereka berpendapat bahwa orang-orang Yunani dapat mempengaruhi dan memperlemah pendidikan dan mental kaum muda. Oleh karena itu di bawah pemerintahan Konsulat Fannius dan

[10] *Ibid.*, hlm. 22

[11] Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*..., hlm. 8

[12] Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*: Terampil berpidato..., hlm. 23-25.

Mesasala (161 SM), senat mengeluarkan satu keputusan untuk mengusir semua ahli filsafat dan retorika yang berkebangsaan Yunani dari kota Roma. Cato adalah salah seorang yang secara tegas menyokong kebijaksanaan senat tersebut.

Tetapi keingian kaum muda untuk mempelajari filsafat dan retorika tidapat dibendung. Sekiatar abad kedua sebelum masehi, akhirnya pemerintah Romawi memanggil para retor Yunani ke kota Roma. Sejak itulah mereka mendirikan sekolah-sekolah retorika, dimana orang Yunani menjadi gurunya.Di samping itu sebagian kaum muda Yunani mempelajari filsafat dan retorika ke pusat kota Athena. Sejak saat itulah ilmu retorika berkemabnag pesat dalam kekaisaran Romawi.

Marcus Tullius Cicero (106 – 44)

Sampai saat ini, Marcus Tullius Cicero tetap diakuisebagai ahli pidato terbesar dari kekaisaran Romawi. Pidatonya yang terkenal adalah pidato melawan Caltilina (*Contra Catilinam*). Ia menulis teori tentang berpidato, yang sampai saat ini masih kuat mempengaruhi ilmu retorika.

Gaius Iulius Caesar (100 – 44)

Gaius Iulius Caesar adalah seorang diktator. Tentang dia, ahli sejarah Suetonius menulis, "Dalam soal kepandaian berpidato dan berperang Caesar adalah orang yang paling termasyhur dihadapan para legioner – yang daya tempur dan semanghat juangnya sudah mulai pudar- adalah sepenggal retorika yang paling baik dari seni menimbulkan motivasi secara psikologis dan juga menun jukkan kuatnya sugesti Caesar yang mau mengakhiri negara Republik Romawi.

Quintilianus (35 – 100)

Quintilianus adalah seorang guru ilmu retorika. Di adalah seorang Romawi yang berasal dari Calagurris (Spanyol). Sesudah menyelesaikan studinya di Roma ia menetap disana dan mendirikan sekolah ilmu retorika. Pada tahun 1970, ia menerima pengakuan resmi dari kaesar Vespasianus sebagai profesor resmi ilmu retorika Kekaisaran Romawi, yang dibayar oleh negara. Ia berkecimpung selama 20 tahun dalam bidang ilmu retorika, sesudah itu mengundurkan diri dan hidup menyendiri. Pada masa ini

beliau menulis sebanyak 12 buku sebagai pengantar dalam ilmu retorika (*Institutio Oratoria*). Karyanya ini masih terkenal hingga dewasa ini masih dan sangat mempengaruhi ilmu retorika.

Bersama runtuhnya Kekaisaran Romawi, seiring bersaan pula redupnya ilmu retorika. Ilmu retorika sebagai wadah untuk menguasai manusia, terhapus dari panggung politik zaman kuno.

Retorika Abad Pertengahan

Sejak abad pertama telah mulai titik balik ilmu retorika. Wejangan-wejangan religius seperti khotbah mulai berkembang jaya. Paulus dari Tarsusu (sekitar 5-64 M), adalah warga negara Romawi, sangat menguasai ilmu pengetahuan klasik, maupun talmud, memperluas ajaran ini melalui khotbah-khotbah yang penuh dengan nuansa retorik. Ia menjadi pengkhotbah terkenal dalam sejarah dunia. Sepanjang abad pertengahan, ilmu retorika pada umumnya dikemabngkan dan dimajukan di dalam biara-biara dalam bentuk seni berkhorbah.

Menurut sebahagian pakar, abad pertengahan ini adalah abad kegelapan bagi retorika. Ketika agama kristen berkuasa, retorika dianggap sebagai kesenian jahiliah sehingga waktu itu dilarang mempelajari retorika yang dirumuskan oleh orang-orang Yunani dan Romawi, para penyembah berhala. Saat itu bila orang masuk agama kristen, secara otomatis ia akan memiliki kemampuan untuk menyampaikan ajaran tersebut.

Satu abad kemudian, di Timur muncullah peradaban baru. Seoarang Nabi -Muhammad Saw- utusan menyampaikan firman Tuhan, "Berilah mereka peringatan atau nasehat dan berbicaralah kepada mereka dengan pembicaraan yang menyentuh jiwa mereka" (Q.S. 4:63). Muhammad Saw[13]

[13] Beliau seorang pembicara (ahli retorika) yang fasih yang tiada bandingnya. Kata-katanya singkat tetapi mengandung makna padat. Para sahabat bercerita bahwa ucapannya sering menyebabkan pendengar berguncang jiwanya dan berlinang air matanya. Tetapi ia tidak hanya menyentuh hatinya, ia juga mengimbau akal para pendengarnya. Ia sangat memeperhatikan orang-orang yang dihadapinya, dan menyesuaikan pesannya dengan keadaan mereka. Ada ulama yang mengumpulkan khusus pidatonya dan menamainya dengan *madinat al- Balaghah* (kota Balaghah). Di kalangan sahabat yang mewarisi keahliannya salah satunya adalah Saidina Ali, seperti dilukiskan Thomas Carlyle, "*every antagonist in the combats of tongue or of sword was subdued by his eloquence and valor*". Pada Ali bin Abi Thalib, kefasihan dan kenegarawanan bergabung kembali. Khotbah-khotbahnya dikumpulkan para pengikutnya dan diberi judul *Nahj al-Balaghah* (Jalan Balaghah). Lihat Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern…*, hlm. 11.

bersabda, memeperteguh firman itu, "Sesungguhnya dalam kemampuan berbicara yang baik itu ada sihirnya".

Dalam peradaban Islam retorika mendapat perhatian yang baik, sehingga mulculnya ilmu yang dikenal dengan ilmu *balaghah*. Disiplin ilmu ini mendapat status mulia dalam peradaban Islam. Kaum muslimin menggunakan balaghah sebagai pengganti retorika. Mestipun sekarang ilmu inji kurang muncul lagi kepermukaan, hanya terkubur di kalangan pesantren-pesantren tradisional.

Menurut Hendrikus, perang salib disebabkan kepandaian berbicara yang disalah gunakan. Ahli-ahli khotbah Paus Urbanus ke-2, St. Bernardus dari Calirvaux atau Petrus dari Amiens, mendorong terjadinya perang salib melalui khotbah-khotbahnya. Ordo dan Konggregasi yang bertugas khusus berkhotbah, menyebarkan Sabda Allah melalui api dan pedang. Akhirnya perang salib menjadi pertumpahan darah yang hebabt antara umat Islam dan Kristen.

Selama abad pertengahan ini ilmu retorika mencapai titik dalamnya. Penyelidikan dan pendalaman ilmu retorika ditekan, sehingga perkemabnagn lanjut yang kreatif menjadi kerdil. Selain itu Ilmu retorika, kepanmdaian berbicara pada zaman ini, juga sering disalahgunakan di dalam gereja.

Retorika Zaman Renaisans dan Humanisme

Diantara abad ke-14 dan ke-16 berkembanglah Renaisan di Italia. Sejalan dengan perkembangan ini, muncul juga sutau pemahaman baru terhadap terhadap zaman Romawi-Yunani kuno, sehingga ilmu retorikapun dikembangkan dikembangkan kembali. Perkembangan baru ini dodorong oleh kaum republik, pimpinan peemrintah dan para Kaisar di Italia. Seperti halnya kaum Sofis di Yunani, kelompok humanis berpindah dari sati Universitas ke Universitas yang lain; atau dari kota ke kota lain, istana ke istana, untuk memberikan ceramah tentang zaman Romawi-Yunani kuno. Karya tulis demikian pesat, sehingga buku pidato, surat, diskusi dan debat di apati dimana-mana.

Beberapa tokoh pada zaman ini adalah Poggio Bracciolini (1380-1459 M). Di adalah seorang Philolog dan pengumpul karya tulis dari zaman kuno. Dia menampiulkan kembali karya-karya Quintalianus dan sebahagian dari Cicero. Valla (1407-1557 M) adalah seorang profesor ilmu retorika di kota Pavila; ia berjasa karena menghidupkan kembali peranan ilmu retorika

seperti pada zaman kuno; Dia juga melihat pentingnya dilektika dan retorika sebagai ilmu filsafat. Philip Melanhthon (1497-1560 M) jua seorang profesor bahasa Yunani di kota Wittenberg. Seorang rekan kerja Marthin Luther yang lain bernama Ulrich Von Hutten (1488-1523 M). Mereka dalah tokoh-tokoh gerakan reformasi yang sangat berjasa dalam mengembangkan ilmu retorika.

Sebagai rekasi terhadap gerakan reformasi di Eropa, muncul gerakan anti reformasi yang dipelopori oleh *pater-pater Yesuit*. Saat itu dihidupkan kembali kepandaian berkhotbah dari mimbar-mimbar gereja. Dari kelompok rformasi ni tercatatlah orang-orang reformis seperti Ignatius dari Loyola (1491-1556 M) dan Petrus Kaniisus (1521-1597 M), missioris daerah-daerah yang berbahasa Jerman.

Selain itu muncul juga par pengkhotbah dari Ordo, St. Agustinus, mereka terkenal karena menampilkan khotbah yang praktis di halaman-halaman istana raja. Salah satu yang kenal juga dari mereka adalah Abraham dan Santa Clara (1644-1709 M), dari tangannya telah terbit 16 buku tentang ilmu retorika.

Retorika Zaman Modern

Retorika zaman modren tidak bisa lepas dari zaman sebelumnya, abad pertengahan. Abad pertengahan berlangsung selama seribu tahun (400-1400 M). Di Eropa, selama periode panjang itu, warisan peradaban Yunani diabaikan. Pertemuan Eropa dengan Islam –yang menyimpan dan mengembangkan khazana Yunani- dalam perang salib menimbulkan Renaisance. Salah seorang pemikir Renaisasnce yang menarik minat orang untuk mengakaji retorika adalah Peter Ramus. Dia membagi retorika ke dalam dua bahagian, yaitu *inventio* dan *dispositio* dimasukkannya sebagai bagian dari logika. Sedangkan retorika hanyalah berkenaan dengan *elocutio* dan *pronuntiatio* saja. Taksonomi Ramus berlangsung selama beberapa generasi berikutnya.

Renaisance inilah yang mengantarkan kita kepada retorika modern. Tokoh yang menjembati Renaisans dengan retotika dalah modern Roger Bacon (1214-1219 M). Ia bukan saja telah memperkenalkan metode eksperimental, tetapi juga pentingnya pengetahuan tentang proses psikologi dalam studi retorika.

Aliran pertama retorika dalam masa modern, yang menekankan proses psikologi, dikenal sebagai aliran *epistimologis* . Aliran ini membahas "teori pengetahuan"; asal usul, sifat metode, danm batas-batas pengethauan manusia. Para pemikir epistimologis berusaha mengkajiu retorika klasik dalam sorotan perkembanagn psikologi kognitif (yakni, membahas proses mental). Aliran retorika modren *kedua*, dikenal gerakan *belles letters* (Bahasa Francis: tulisan indah). Retorika belleris sangat menguatamakan keindahan bahasa, segi estetis pesan, kadang-kadang mengabaikan segi irformatifnya. Aliran *ketiga,* disebut *elokusionis.* Gerakan ini justru menekankan pada teknik penyampaian pidato. Gilbert Austin misalnya, mengatakan, " *pembicara tidak boleh melihat melantur. Ia harus mengarahkan mata langsung kepada pendengar, dan menjaga ketenangannya* .[14]

Pada abad ke-20, retorika mezngambil manfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan modren –kususnya ilmu-ilmu perilaku- seperti psikologi dan sosiologi. Istilah retorikapun digeser beberapa istilah baru, *speech, speech communication,* atau *oral communication,* atau *public speaking*.

Negara-negara yang berjasa dalam mengembangkan ilmu retorika pada zaman modren adalah Prancis, Inggiris, Amerika Serikat dan Jerman Barat. Prancis dikenal dengan tokohnya; Mirabeaus (1749-1791 M), Napoleon Bonaparte (1769-1821)[15] ia mengikuti kursus ilmu pidato pada Talma (1763-1826 M), kemudian ada juga Charles de Gaulle (1890-1970 M). Inggiris punya Thomas Wilson (Quintilianusnya orang Inggiris), William Shakespeare (1564-1616 M), Oliver Cromwell (1599-1650 M), Jhon Milton (1608-1674). Kemudian pada masa kejayaan Inggiris pada Abad ke-17 dan ke-19 tercatat; William Pitt Senior dan Junior, Hendri Fox (1705-1774), Edmund Burke (1729-1797) dan Gerard Hamilton (1729-1796), dan pada abad 20 tercatat; George Canniq (1770-1827), Ricarrd Cobden (1804-1865), Jhon Bright (1811-1889) dan lain-lainnya.

Tokoh retorika pada masa awal Amerika Serikat antara lain; Petrikc Hendry (1736-1799), Jhon Quincy Adams (1767-1848), Thomas Jefferson

[14] *Ibid*., hlm. 12.

[15] Napoleon seorang dikator yang memiliki bakat dan mengenal jiwa manusia secara teliti. Menurutnya, kalimat yang dapat mempengaruhi pendengar adalah kalimat pendek yang sering diulang. Dalam sejarah hidupnya ia juga menderita kompleks rendah diri apabila berbicara di depan senat dan para wakil rakyat sehingga ia harus berguru pada Talma (1763-1826 M). Napoleon akhirnya hancur sendiri karena ketamakannya mencari kekuasaan. Lihat Dori Wuwur Hendrikus, *Op-Cit*., hlm. 29.

(1743-1826) dan lainnya. Tokoh AS pada masa perang saudara adalah Hendri Clay (1777-1852), Jhon Calhoun (1782-1850), Daniel Webster (1782-1852), dan Abraham Lincoln (1890-1865). Pada abad 19-20 dikenal Theodore Roosevelt (1858-1919), Franklin Delano (1882-1945), J.F. Kennedy (1917-1963),[16] R.F. Kennedy (1925-1968), Martin Luther King (1925-1968).

Jerman juga memiliki beberapa tokoh retorika, meskipun pada saat reformasi ilmu retorika belum berkembang pesat karena saat itu Jerman dikuasai oleh para Kaisar yang otoriter. Demagog terkenal pada zaman ini adalah Adolf Hitler (1889-1945), juga sederatan tokoh lain; Herman Goering (1893-1946), Joseph Goebbels (1897-1945). Sesudah perang dunia II tidak ada lagi ahli pidato yang muncul dijerman, adapaun Konrad A (1876), Helmut S dan Josepf S adalah orang yang pandai berbicara bukan retor yang terkenal di dunia.

Pembagian dan Tujuan Retorika

1. Pembagian Retorika

Retorika bagian dari ilmu bahasa (*Liguistik*), khususnya ilmu bina bicara. Retorika sebagai bagian dari ilmu bina bicara ini mencakup:[17]

a. Monologi

   Monologi adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dimana hanya seorang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologi adalah pidato, kata sambutan, kuliah, penyajian makalah, ceramah dan deklamasi.

b. Dialogi

   Dialogika adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, dimana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk dialogika yang paling menonjol adalah diskusi, taya jawab, perundingan (loby dan negosiasi), percakapan (interaksi sosial/komunikasi)[18] dan debat.

---

[16] Kennedy adalah senator dan Presiden Amerika Serikat yang ketiga puluh lima. Seorang yang agresif dalam kampanye Presiden. Hal tampak jelas dalam debat TV melawan presiden R. Nixon pada tahun 1960.

[17] Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*: Terampil berpidato..., hlm. 16-17

[18] Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi intrapersonal (komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri), interpersonal (komunikasi yang terjadi antar satu orang atau lebih dengan orang lain. Tapi penekanannya adalah pada "komunikasi interpersonal".

c. Pembinaan Teknik Bicara

Efektivitas monologi dan dialogika tergantung juga pada teknik berbicara. Teknik berbicara merupakan prasyarat bagi retorika. Oleh karena itu pembinaan teknik berbicara merupakan baahgian yang penting dalam retorika, dimana dalam bagian ini perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita.

2. Tujuan Dan Kegunaan Retorika

Dalam sejarah dunia, kepandaian berbicara atau berpidato merupakan instrumen utama untuk mempengaruhi massa. Bahasa dipakai untuk mempengaruhi dan menyakin orang lain -sesuai dengan tujuan komunikasi itu sendiri- dalam berbagai lini kehidupan sehari-hari. Ketidakmampuan mempergunakan bahasa, sehingga tidak jelas mengungkapkan masalah atau pikiran akan membawa danpak negatif dalam hidup dan karya seorang pemimpin. Oleh karena itu, pengetahuan tentang retorika dan ilmu komunikasi yang memadai akan membawa keuntungan bagi pribadi bersangkutan.

Adapun tujuan dan kegunaan mempelajari retorika menyangkut bidang-bidang bawah ini:[19]

Pertama, Kemampuan Pribadi.

Menguasai ilmu retorika dan keterampilan berbicara/komunikasi dapat meningkatkan kemampuan pribadi orang bersangkutan (komunikator). Diantara keuntungannya; rasa takut, cemas di depan publik dapat dikurangi; memupuk rasa percaya diri; mengalami perkembangan dalam hal teknik bersuara; dapat membina kemampuan pedagogis dan psikologis; kemampuan berbicara secara spontan dapat dikembangkan; memperluas perbendaharaan kata; dapat menselaraskan/ mengkoordinasi mimik dengan gerak-gerik selama berbicara,[20] dan lain sebagainya.

Bentuk lain yang masuk dalam kategori ini adalah komunikasi kelompok kecil/terbatas (*small group*) seperti perkuliahan, diskusi kelas kelompok belajar dan lain sebagainya dan komunikasi kelompok besar (*big group*) seperti kuliah umum (*stdium general*), tabligh akbar, Dzikir Akbar, *Istighosah* dan lain sebagainya.

[19] Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*: Terampil berpidato..., hlm. 18-19.

[20] Gerak-gerik dalam ilmum komunikasi dinamakan dengan *gesture*, ini masuk dalam kategori komunikasi non verbal. Pakar komunikasi sering mengadakan penelitian tentang hal ini, bahwa komunikasi yang paling memberikan respons paling banyak berpengaruh adalah komunikasi non verbal (55 %), baru komunikasi verbal (35 %), dan komunikasi vokal (10 %).

***Kedua,* Keberhasilan Pribadi.**

Orang yang menguasai ilmu retorika dan terampil dalam mempergunakan bahasa, dapat mendapatkan banayak sukses dalam hidup dan karyanya, antara lain; mudah dalam proses komunikasi; terbuka kesempatan kerja yang luas; lebih mudah mendapat pengakuan dan penghargaan dari orang lain; memperoleh kemungkinan besar daya pengaruh yang baik; membina pengertian terhadap orang lain; mendapatkan sikap bathin yang positif terhadap sesama dan dunia sekitar.

***Ketiga,* Tugas dan Jabatan.**

Dalam mengemban suatu tugas dan jabatan, penguasaan ilmu retorika dapat memberi keuntungan-keuntungan sebagai berikut; Dapat megemukakan pikiran secara singkat, jelas tetapi padat, sehingga mudah menyakinkan orang lain; memiliki keterampilan dan kekuatan dalam mempertahankan pikiran atau pendapat; memudahkan mendapat relasi yang baik dan menguntungkan dengan organisasi, perusahaan, institusi atau partai-partai politik;[21] penguasaan yang lebih baik tentang seni membawakan ceramah atau pidato dalam situasi atau kesempatan-kesempatan penting, dan lain sebagainaya.

***Keempat*, Kehidupan pada umumnya.**

Secara umum penguasaan ilmu retorika dapat mendatangkan keuntungan-keuntungan seperti berikut; Memberi kesempatan dan kemungkinan untuk mengontrol diri; proses komunikasi yang sering dilakukan mengahasilkan keterbukaan pada diri sendiri maupun bagi orang lain; menumbuhkan sikap obyektif dan toleran; menjadi lebih lincah dalam pergaulan dan komunikasi antar manusia.

Pengetahuan tentang retorika yang memadai dalam proses komunikasi akan membawa keuntungan bagi pribadi yang bersangkutan dalam berbagai bidang, yang secara umum dapat mendatangkan keuntungan seperti:[22]

---

[21] Angela Heylin telah menulis buku *Kiat Sukses Komunikasi*: Langkah-langkah Praktis untuk Berhasil dalam Melakukan Presentasi dan Diskusi, dialihbahasa oleh Sanudi Hendra, (Jakarta: Mitra Utama, 2002). Buku ini menurut Angela Heylin merupakan "bacaan wajib bagi setiap manajer".

[22] http://resyanurinp.blogspot.com/2013/12/urgensi-retorika-dalam-dunia-komunikasi.html

1) Mengalami kemudahan dalam proses komunikasi

   Seseorang yang menguasai teknik retorika dengan baik tidak akan kesulitan dalam berkomunikasi, karena mereka mampu mengetahui dan memahami apa saja yang patut dilakukan bila berhadapan dengan komunikan yang homogen meski dalam situasi non formal atau dalam kehidupan sehari-hari.

2) Memberi kesempatan untuk mengontrol diri

   Dengan penguasaan retorika yang memadai seseorang akan mampu mengontrol diri dalam berkomunikasi. Mereka akan berkomunikasi penuh dengan etika dan pertimbangan tergantung dari lawan bicara dan situasi yang mereka hadapi.

3) Menjadi lebih lincah dalam pergaulan dan komunikasi antarmanusia.

   Seseorang yang mengetahui seluk beluk retorika tentu akan mengerti bagaimana mereka seharusnya bersikap dan berperilaku dalam proses komunikasi yang tujuannya untuk terus menciptakan keefektifan dalam komunikasi yang mereka lakukan. Semakin efektif komunikasi yang dapat diciptakan maka akan membuat lawan bicara nyaman yang akhirnya membuat orang tersebut akan terus memiliki keinginan menjalin hubungan dengan orang tersebut.

4) Dapat terbina sikap batin yang positif terhadap sesama dan dunia sekitar, yang dapat memperbesar sukses dalam hidup dan karyanya.

   Kemampuan komunikasi yang dapat menciptakan keefektifan dengan maksimal akan memberikan dampak positif bagi kita dan lingkungan sekitar baik secara langsung maupun tak langsung. Efek positif ini akan terus mengikuti kehidupan kita selama kita juga senantiasa berlaku positif terhadap apapun. Atas dasar efek positi tersebut kita dapat terus menjalin hubungan dengan orang lain yang dapat mempengaruhi hidup kita. Hal ini memang berdasarkan fakta yang diketahui bahwa kemampuan komunikasi merupakan salah satu dari 24 kemampuan penting yang mempengaruhi kesusksesan hidup.

5) Bahkan dalam proses komunikasi yang sering, orang dapat menjadi semakin terbuka terhadap diri sendiri dan terhadap orang lain.

   Maksudkan adalah komunikasi sehari-hari dengan orang yang kita temui. Semakin sering orang berkomunikasi secara efektif, secara otomatis orang lain akan mempersepsikan bahwa orang tersebut adalah orang yang terbuka meski tetap dalam batasan-batasan tertentu. Dengan

begitu orang lain akan mampu mengenali kepribadian kita meskipun hanya melalui cara kita berkomunikasi dan hal ini dapat membentuk karakter kita menjadi seorang yang ekstrovert.

Penutup

Retorika sebagai seni berbicara yang dipelajari, dari mulai abad ke V Sebelum Masehi, ketika kaum Sofis di Yunani mengembara mengajarkan pengetahuan tentang politik dan pemerintahan dengan penekanan pada kemampuan berpidato. Kamum Sofis tersebut berpendapat, bahwa manusia adalah makhluk yang berpengatahuan dan berkemauan.

Manusia adalah mempunyai penilaian sendiri-sendiri tentang baik buruknya sesuatu, mempunyai nilai etika sendiri. Dengan demikian kebenaran sesuatu pendapat terhadap pendapat-pendapat orang lain yang berbeda dengan norma-norma. Sehingga inti pembicaraan bergeser dari mencari kebenaran menjadi mencari kemenangan.

Adapun periodesasi perkembangan retorika adalah zaman Yunani Kuno, Romawi Kuno, Abad pertengahan, Zaman renaisans dan humanism, dan Zaman modern.

Diantara manfaat mempelajari retorika adalah meningkatkan kemammpuan kepribadian dan keberhasilan karier dan jabatan. Lebih penting dari itu juga mengasah keterampilan diri dalam berkomunikasi, khususnya di depan halayak ramai. Dalam retorika, diajarkan juga cara membina pernafasan yang baik dan benar. Dengan sendirinya retorika juga berfungsi untuk sarana meningkatkan kesehatan jiwa maupun kesehatan tubuh.

DAFTAR REFERENSI

Rakhmat, Jalaluddin, *Retorika Modern*: Pendekatan Praktis, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.

Efendy, Onong Uchayana, *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mardiah Utama, 1989.

Hendrikus, Dori Wuwur, *Retorika*: Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi, Yogyakarta: Kanisius, 1991.

Hasanuddin, A.H., *Rhetorika Dakwah dan Publisistik dalam Kepemimpinan*, Surabaya: Usaha Nasional, 1982.

Heylin, Angela, *Kiat Sukses Komunikasi*: Langkah-langkah Praktis untuk Berhasil dalam Melakukan Presentasi dan Diskusi, Terj. Sanudi Hendra, Jakarta: Mitra Utama, 2002.

http://resyanurinp.blogspot.com/2013/12/urgensi-retorika-dalam-dunia-komunikasi.html

Bagian Enam

TABIAT MASSA: DINAMIKA DAN KARAKTERISTIK

Pendahuluan

Aktifitas pidato dan ceramah pada umumnya dilakukan dihadapan khalayak atau audiens (massa), baik dalam komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) maupun komunikasi kelompok besar (*big group communication*). Kecuali pidato atau ceramah dengan media radio, maka massanya tidak langsung berhadapan dengan pembicara atau orator. Perkembangan era digital dan komunikasi virtual hari ini juga membuat audiens tetap diperhitungkan walaupun di alam maya. Disebabkan feedback atau umpan balik yang disampaikan bisa langsung diberikan dengan *streaming* (siaran langsung dengan medsos) lewat *facebook*, *Twiter* dan *Istagram* dan sejenisnya.

Namun aktifitas pidato secara umum dipahami dengan berhadapan dengan massa atau audiens secara langsung di suatu tempat yang ditentukan. Dengan demikian merupakan hal yang perlu dikaji dan diperhitungkan adalah bagaimana menghadapi pendengar atau audiens dalam pidato-pidato yang dilakukan. Mengesampingkan audiens atau pendengar membuat seorang pembicara/penceramah bisa tidak mendapat tempat di hati pendengar.

Kajian di bawah ini akan menkaji seluk beluk massa secara dinamis dan dilengkapai kajian karakteristiknya baik secara emosi dan pergerakan lahirnya. Biar lebih runtut dan sistematis akan dimlai dari akarnya secara aksiomatik.

Pengertian Dinamika Massa

Sebelum membahas tentang dinamika massa lebih dahulu kita bahas apa yang dimaksud dengan massa. Massa berasal dari bahasa Yunani, kata "massa" berarti bahan roti yang belum jadi roti atau belum punya bentuk roti. Sedangkan massa sebagai gejala dalam perikehidupan manusia, menunjukkan adanya manusia dalam keadaan bergerombol yang belum ada pembagian tugas teratur dan mengikat.[1] Jadi dengan kata lain sebenarnya massa itu adalah gerombolan manusia yang belum terorganisir.

Mennicke (1981), dalam bukunya *Social Psychologie* mengemukakan bahwa massa ada 2 jenis, yaitu; *Pertama,* Massa abstrak, sekedar segerombolan orang yang sama sekali belum terikat oleh satu kesatuan norma, emosi, motif dan sebagainya. *Kedua*, Massa yang tersusun, disebut pula dengan massa yang terorganisir.[2]

Adapun dinamika atau gerakan massa adalah gerakan yang bermaksud merubah atau merombk yang tidak atau dianggap kurang sesuai dengan dirinya maupun situasi dengan mengerahkan orang banyak. Menurut Lebon[3], gerakan massa selalu bersifat negatif destruktif, dan pendapat ini merupakan kelemahan dari teorinya. Sebenarnya tidak lah demikian, artinya gerakan massa itu disamping nampaknya destruktif, selalu terdapat pula dasar-dasar yang bersifat konstruktif. Sebab dalam gerkan itu orang mengkongkritkan pula perasaannya, tindakannya, keinginannya dalam bentuk-bentuk tertentu.

Kembali pada gerakan massa tadi tentang sifat destruktif dan konstruktifnya gerakan itu, hendaklah dilihat dahulu terhdap "siapa" gerakan itu ditujukan. Misalnya, gerakan kemerdekaan adalah gerakan yang destruktif terhadap kolonialisme. Sebaliknya gerakan massa melalui kerja bhakti, gotong-royong, tablik akbar (pengajian agama) adalah gerakan konstruktif terhadap program pembinaan SDA (sumber daya alam) baik dalam agama maupun pemerintahan.

---

[1] Soelaiman Joesoef, *Ilmu Jiwa Massa*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1981), hlm. 7.

[2] *Ibid.,* hlm. 10.

[3] Lebon dalam bukunya *La Psychologie des faules* (1985), yang diterjemahkan dalam bahas Inggiris dengan judul *The Crowd* (1896), menyatakan bahwa manusia dalam kelompok (*massa crowd*) cenderung untuk kehilangan kepribadiannya yang sadar dan rasionil. Anggota massa akan menurut saja secara membabi buta apa yang dikatakan oleh pemimpinnya, seperti orang kena hypnose, melakukan hal-hal yang berlawanan dengan kebiasaan dan wataknya.

Jadi gerakan massa, sangat ditentukan siapa massanya, atau dengan kata lain siapa orang-orang atau bagaimana watak manusianya. Dalam mengkaji ini Galenius (1980) telah menyusun tipologi temperamen manusia menjadi empat golongan besar yang sampai sekarang ini masih dipakai sebagian besar para ilmuan psikologi:[4]

a. Sanguinicus

Tipe manusia ini sebagai penyebab yang dominan adalah komposisi darah (*sanguisnis*). Dengan sifat pokok (*steaming*) dasar dari temperamennya adalah perasaan senang gembira, optimis, dan suka berubah. Proyeksi lanjutan dari temperamen jenis ini adalah: percaya diri yang kuat, tidak takut resiko, berwawasan ke depan, sikap mental positif, gampas puas. Tipe semacam ini tepat sebagai poinis dan orang lapangan yang memerlukan kerja cepat, pendobrak msalah dan pengambil inisiatif.

b. Flegmaticus

Tipe temperamen manusia ini sebagai penyeb dominannya adalah komposisi lendir (*flegm*). Sifat pokok tau *steming* dasanya daru jenis temperamen ini adalah netral, tenang, kepekaan perasaan sedang, dan tidak responsif. Proyeksi ini lanjutannya dalam bentuk berfikir selalu positif dan stabil selama bentuk perasaan tidak tegang, cukup puas jika kerja berhasil baik, emosinalitas kurang peka dan agak lemah, dingin, dan kurang pedulian. Sikap mentalnya positif, kuat, stabil, sabar, tidak lekas panik, dan tidak mudah tersinggung.

c. Cholericus

Sebagai penyebab yang dominan adalah komposisi empedu kuning (*chole*). Sifat pokoknya (*steaming dasar*) adalah sifat hebat, lekas marah atau tersinggung dan selalu kurang puas, bersifat negatif dan agesif. Sikap mentalnya agresif, energik, fanatik, dan bahkan provokatif.

d. Melancholis

Penyebab utama tipe ini adlah empedu (*melanchole*). Adapun sifat pokoknya dari temperamen jenis ini adalah pesimis atau sedih, negatif, dan pemimpi. Bentuk mentalnya adalah statis, ragu-ragu, sangat hati-hati takut risiko, selalu merasa tertekan dan berliku-liku, kurang gairah dan cegeng.

---

[4] Suparlan Suryopratondo, *Ilmu Jiwa Kepribdian*, (Jakarta: PT. Paryu Barkah, 1980), hlm. 123-125.

Terlepas dari pendapat lain, sebanyak ahlinya, sebanyak itu pula pandangan dengan *background* keilmuannya, maka dalam hal ini Totok Jumantoro berpendapat bahwa hal di atas tidak mutlak sifatnya. Artinya tidak mungkin seorang hanya tergolong bertipe *cholericus* murni, tetapi ada kecendrungan untuk adanya *sintesis*. Tipe-tipe yang disampaikan Galenus tersebut sangat banyak manfatnya bagi da'i atau muballigh, dengan tipe-tipe di atas kita akan lebih mudah mengadakan suatu penilaian terhadap objek dakwah.[5] Misalnya Si A itu bertipe *sanguinicus* maka strategi yang harus diterpakan dengan metode dakwah yang sesuai dengan temperamennya. Lain lagi Si "Agresif" yang senangnya demosntrasi dan senangnya menylahkan orng lain, hrus diarahkan kepada hal-hal yang positif, bukannya agresifnya untuk menyerang dan menghancurkan stabilitas nasional dan lain sebagainya.

Dari sudut pandang lain, watak manusia sebagai obyek dakwah (komunikan, bahagian dari massa, publik, lawan bicara) bisa dilihat dari tujuh bagian:[6]

1) Pemarah

   Si Pemarah selalu mengeluh tentang orang lain, benda, situasi, cuaca dan lainnya. Sekalipun ia sangat mahir dalam pekerjaan, orang yang suka mengeluh tidak bisa mencapai posisi puncak, kecuali jika ia mengubah cara mengahadapi kenyataan hidup.

2) Pemalu

   Orang tipe watak seperti ini gampang sekali untuk takut dan malu, mestipun ia mampu bekerja dengan baik. Ia tidak suka mengenal atasannya, bahkan ia lebih suka jika ia tidak dikenal orang. Ia juga tidak pernah suatu hari menndapatkan pangkat atau jabatan yang lebih tinggi karena ia memandang rendah dirinya sendiri.[7]

3) Bebal

   Sebenarnya orang bebal dapat bekerja dengan baik, hanya saja ia tidak mempunyai pikiran yang sehat. Ia tidak dapat menempatkan dirinya dalam dunia nyata. Setiap mendengar ceramah atau presentasi, menghadiri rapat, matanya berbinar jika terdengar isyarat untuk istirahat. Jika mendengar doa penutup -sebagai isyarat akan berakhirnya acara, maka

---

[5] Totok Jumantoro, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Penerbit Amzah, 2001), hlm. 142.

[6] Angela Heylin, *Kiat Sukses Komunikasi*, Sanudi Hendra (Pent), (Jakarta: Mutiara Utama, 2002), hlm. 3-5

[7] Ini berbeda dengan sifat *tawadhu* (rendah hati bukan rendah diri) dalam pendekatan akhlaq mahmudah (kepribadian yang terpuji). Sifat ini lebih dekat ke minder, *under istimet* (rendah diri atau kurang percaya diri.

ia pun senang dan matanya tidak lagi ngantuk karena akan ada acara bersantap. Senang santai dan berhura-hura daripada kerja serius. Jika Anda seorang pimpinan, manajer, Anda tidak akan mempercayakan tugas padanya, karena Anda tidak mempercayai kemampuannya untuk membuat keputusan. Orang yang bebal hanya memikirkan dirinya sendiri.

4) Lemah Fisik

Orang yang lemah fisik sering tidak ada jika dibutuhkan, nyaris disetiap momen-momen penting. Dia sering tidak masuk kerja karena sakit. Daya tahan tubuhnya sangat rapuh, sehingga ia tidak tangguh dalam menuntaskan masalah-masalah pekerjaan yang membutuhkan fisik dan pemikiran yang cemerlang.

5) Lamban

Segala sesuatu terlalu berat bagi orang yang lamban. Bekerja ala kadarnya, lamban dan tidak pernah menjadi terlihat menolong orang. Dia tidak pernah jadi orang pertama yang meninggalkan kantor sesuai jam kerja, dan kadang-kadang sengaja berlama-lama di kantor untuk memberi kesan seolah-seolah dia mempunyai pekerjaan. Namun, dia tidak dapat membohongi orang. Jika ada pengurangan karyawan, maka dialah orang pertama yang pantas di PHK.

6) Periang

Orang yang periang adalah orang yang mampu berhasil secara alami berkat sifat optimisnya. Dia mampu mengerjakan pekerjaannya karena percaya pada kemampuan sendiri dan kemampuan orang lain yang bekerjasama dengannya. Rasa humor yang tinggi merupakan modal pokoknya baginya untuk berhubungan dengan orang lain. Orang yang periang bisa buat orang bigung atau membuat orang kesal disekitarnya yang tidak mampu berfikir positif, namun dia lebih sering memotivasi orang lain untuk berhasil karena sikapnya yang menyakinkan.

7) Penolong

Orang yang berjiwa penolong selalu dibutuhkan banayak orang. Dia mampu mengerjakan semua tugasnya dengan baik tanpa kesulitan yang berarti, dan selalu punya waktu untuk menolong orang lain dengan penuh kerelaan. Dia menghendaki hal-hal yang terbaik dari dirinya maupun orang lain. Si penolong sangat dibutuhkan orang yang berada di dekatnya.

Kembali dalam ke dalam bahasan gerakan massa, menurut Prof. Danzigers, ada tiga macam bentuk gerakan massa,[8] yaitu:

a. Bentuk progressif, yaitu gerakan yang dijalankan oleh orang-orang yang menghendaki terbentuknya norma-norma baru, dengan jalan mengganti/merombak yang lama.
b. Bentuk status-quo, gerakan yang dijalankan oleh orang-orang yang mau mempertahnkan hal-hal yang lama. Biasanya sikap orang ini disebut sikap yang konsevatif.
c. Bentuk reaksioner, gerakan ini biasanya dilakukan oleh orang-orang yang bersikap fleksible, tidakmenunjukkan sikap yang tegas, dan yang penting golongannya tidak dirugikan.

Proses Dinamika Massa

Proses dinanika massa biasanya melalui beberapa fase sebagai berikut:[9]

a. Fase *Warning up*

Pada fase ini yang paling menonjol adalah bagaimana mengumpulkn jumlah massa/manusia dengan teknik tertentu. Dapat dimulai dengan mengumpulkan kelompok-kelompok kecil, kemudian setiap person dimotivasi agar menjadi kolektifitas yang baik, maksdunya agar memiliki visi dan misi yang sama. Ketika massa sudah bergerak harus digunakan yel-yel, slogan-slogan, pengers suara yang dapat membakar emosi yang dapat menyebabkan orang tertarik dan seakan membuka kesempatan bagi seseorang yang memang sebelumnya menantikan stimulus tersebut. Slogan-slogan dan yel-yel ini sesuai dengan anjuran seorang retor dari Jerman, Napoleon Bonavarte[10], "kalimat yang dapat mempengaruhi pendengar adalah kalimat pendek yang sering diulang."

b. Fase *Agresif*

Seorang yang sudah masuk dalam massa seperti yang diuraikan di atas, akan kehilangan kepribadiannya individualnya, kontrol egonya

[8] Soelaiman Joesoef, *Ibid.,* hlm. 29-30

[9] Ibid., 30

[10] Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*: Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), hlm. 29

sudah menipis bahkan bisa hilang sama sekali, yang tinggal hanya jiwa kolektifitas. Pda saat yang sama akan timbul pula sifat-sifat histeris mereka (massa), sebagai pengungkapan pelepasan emosi yang selama ini terpendam. Dengan timbulnya sift histeris mereka kn menimbulkan kekuatan yang *annoniem*, sehingga dapat bersifat destruktif dan ofensif ini memerlukan penyalurn yang benar dan jelas. Sebab bila tidak, akan menimbulkan gerakan mass yang liar dan brutal.

c. Fase *Vacuum*

Gerakan massa tidak akan terjadi terus menerus seperti layaknya mesin, namun sebgai makhluk biologis kan mengalami penurunan maupun pengurangan energi. Jadi bagaimanapun gerakan massa itu ada batasnya. Gerakan pda fase ini akan mengendor, tetapi tidak berarti berhenti sama sekali, namun semacam waktu kosong atau jeda. Saat-saat seperti inilah biasanya mudah masuk infiltirasi, penetrasi adu domba, atau usaha memecah belah dan lain sebagainya. Jadi, dapat dikatakan fase ini juga, fase yang kritis, sebab tahapan ini merupakan fase penentuan akan timbul atau tidaknya lagi gerkan massa.

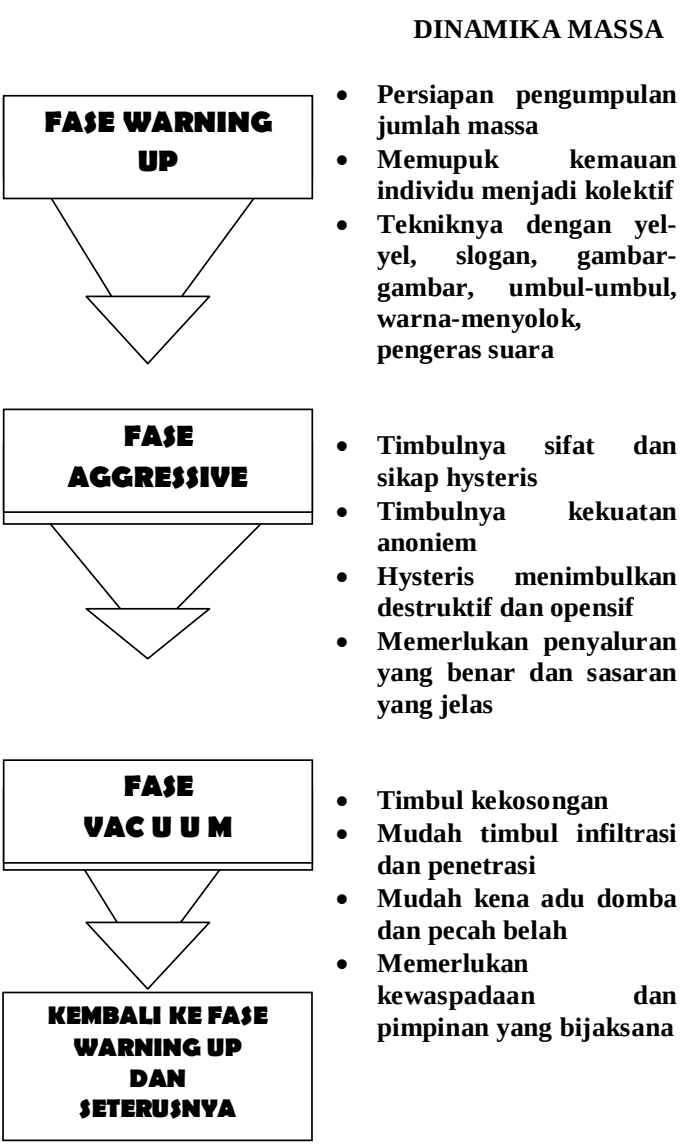
d. Kembali ke fase waning up dan seterusnya

Uraian di atas dapat dilihat, bila orang hidup dalam penuh kekhawatiran, kecemasan, persaan tidak puas, dirampas kemuaun pribadinya, atau mereka kesunyian, mengalami kekosongn jiwa, maka mereka akan mudah disugesti dan menjadi kehilangan akal sehat. Peranan ego atau super ego atau sifat insn kamil menjadi hilang, maka bisanya akan dicarilah orang-orang yang dapat memberikan rasa aman dan tempat untuk melepaskan rasa ketidakpuasan.

Ketegangan psikologis mendorong orang untuk melakukan tindakan-tindakan, lebih-lebih bila didahului adanya stimulus yang positif. Dalam keadaan seperti ini jika kesadaran diri lemah, maka daya kesanggupan mengkritik menjadi tidk bekerja, tindakan akan kehilangan kewaspadaan. Impas dari itu, ditambah dengan *anoniemitet* (ketidakkenlan pribdi), serta adanya stimulus yang besar, biasanya kelakukannya akan mengarah kepada yang bersifat aktif agresif.

Lebih jelasnya dapat dilihat skema gambar di bawah ini:

DINAMIKA MASSA



Tabiat Massa

Tingkah laku kollektif pada bangsa yang masih sederhana merupakan bentuk yang teroganisir seperti hal sering di lihat di desa-desa. Apalagi keadan dan setting sosial masyarakat desa masih belum bisa lepas sepenuhnya

dari kungkungan adat, primordial, sektarianisme. Lain halnya dengan di kota –apalagi di kota besar atau metropolitan- hubungan antara sesama manusia sudah bersifat pamrih. Kebutuhan serta kepentingan yang berbeda menyebabkan masing-masing individu bertindak menurut caranya sendiri, bahkan adanya spesialisasi jabatan dan perubahan yang terus terjdi menyebabkan ketidak amanan diri, perassan tidak tenang dan kesunyian yang menyiksa bathin. Dalam kedaan demikian seseorang akan mudah disugesti oleh satu kekuatan, mestipun tidak menurut pikiran yang sehat.

Menurut Bonner (1953), massa mungkin saja dapat bertindak harmonis atau teratur asal tujuan dan kepentingan individu-individu itu bertemu atau dipusatkan pada satu titik yang jelas.[11] Tabiat massa yang diakibatkn gangguan jiwa seperti inilah perlu adanya pembinaan mental, terapi psikologi, penkaderan kepemudaan, perwiritan (wirid yasin) atuapun pengajian-pengajian berkalala maupun tabligh akbar agar sesuai dengan harapan Bonner di atas.

Tabiat massa yang sifatnya saling ketergantungn anatara satu dengan lainnya akan menjadikan mereka jadi homogen –mestipun dasarnya mereka tetap saja heterogen; dari segi suku, marga, asal-usul dan lain sebagainya- untuk menjawab rangsangan yang sama. Dengan bantun tekni8k modern yang disebut *mass communication* (radio, surat kabar, TV, Hand Phone, dan sebagainya), menyebabkan pula setiap individu itu mudah dibangkitkan pada satu tindakan oleh daya tarik yang sama, misalnya oleh bujukan, propaganda[12] dan sebagainya.

Tindakan mereka sebagai satu unit kollegtif tau massa disebabkan karena masing-masing individu secara terpisah mendapatkan pemuasan dari harapan dan kebutuhan. Sifat serta sikap ini sudah menjadi ciri yang umu dalam masyarakat. Hubungan antara seorang dengan orang lainnya bersifat lahiriah dan sewaktu-waktu siap membentuk massa.

---

[11] Hubert Bonner, *Social Psychology*, (New York: American Book Campany, 1953), hlm. 53.

[12] Dalam Enscyclopedia Internasional dikatakan *propaganda* adalah suatu jenis komunikasi yang berusaha mempengaruhi pandangan dan reksi, tanpa mengindahkan tentang nilai benar atau salah pesan yang disampaikan. Sedangkan menurut salah satu Pakar komunikasi, Laswell, propaganda adalah teknik untuk mempengruhi kegiatan manusia dengan memanipulasikan representasinya. Defenisi lain Laswell dalam bukunya *Propaganda Thecnique in the Wold War*, "semata-mtakontrol opini yang dilakukan mellui symbol-simbol yang mempunyi arti, atau menympaikan pendpat yang konkritdan akurat, melalui sebuah cerita, rumor laporan gambar-gambar dan bentuk lain bias digunakan dalam komunikasi social. Lihat: Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 10.

Adapun ciri pokok tabiat massa tidak jauh berbeda dengan tabiat *Crowd*.[13] Mestipun demikian tetap bisa dibedakan, bahwa pada umumnya tabiat *Crowd*, anggotanya sering tertarik pada stimulus dalam suatu rung lingkup terbatas. Disebabkan besarnya rangsangan tersebut, maka pengendalian diri mereka menjadi lemah dan terjadilah proses pembentukan *Crowd*. Sedangkan tabiat massa dalam hal bersikap spontan, dan keduanya ditandai oleh *anonymiteit*. Dalam suasana tersebut orang akan merasakan larangan menjadi lemah, ketakutan terhadap kritik serta ejekan menjadi kurang. Sedangkan apabila seseorang dikenal perbuatan/tingkah lakunya dalam kelompok, dia akan menjadi lebih hati-hati ataupun mungkin dia akan menarik diri sama sekali dari ikut sertanya kelompok yang melakukan kekerasan.

Kenyataan bahwa tindakan-tindakan –baik kekerasan maupun kebajikan- yang merupakan cerminan kepribadian dipengaruhi oleh faktor budaya dijepaskan R. Benedict dalam bukunya *Anthopology and the Abnormal*. Dalam buku itu beliau memaparkan bahwa faktor kebudyaan sanagt berpengaruh terhadap pembentukan kepribadian manusia, dimana dalam kebudayaan itu terdapat norma-norma dan nilai yang mengatur tingkahlaku manusia dalam masyarakat. Hakekat dari kepribadian susunan daripada aturan tingkahlaku dalam pola respons yang konsisten.

Tingkahlaku sebagai bentuk manifestasi kepribadian dapat dikatakan normal atau abnormal tergantung pada kesesuaiannya dengan aturan-aturan sosial yang ada atau kesesuaiannya dengan norma-norma dari masyarakatnya. Misalnya dalam kebudayaan Yunani kuno, homoseksual pernah dilemabagkan artinya dapat diterima masyarakat -karena dianggap suatu perbuatan normal- tetapi di lingkungan masyarakat yang norma agamanya kuat, perbuatan demikian merupakan kesalahan besar yang tak dapat diterima masyarakat.[14] Oleh karena itu respons pribadi yang sosialized berbeda-beda menurut lingkunan kulturural masing-masing.

Selain faktor budaya yang mempengaruhi kepribadian, Purwanto, menambahkan beberapa faktor lain, yaitu:

a. Faktor biologis, faktor yang berhubungan dengan keadaan jasmani, sering juga disebut faktor fisiologis.

---

[13] Istilah lain dari massa untuk menyebut segerombolan orang banyak adalah *Crowd*. Pengertian *Crowd* disatu pihak mungkin akan menimbulkan istilah *Mobs* atau massa yang sudah mulai bergerak dan kemungkinan lain disebut juga *Audiens*, segerombolan orang yang bersifat passif. Lihat Soelaiman Joesoef, *Ilmu Jiwa Massa*, *Op-Cit.,* hlm. 7

[14] H.M. Arifin, *Psikologi Dakwah*: Suatu Pengantar, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), hlm. 123.

b. Faktor sosial, yang dimakssud disini adalah masyarakat.

c. Faktor kebudayaan, sebenarnya masuk dalam faktor sosial, Faktor ini sangat dominan membentuk kepribadian; *values* (nilai-nilai), Adat dan tradisi, Pengetahuan dan keterampilan, bahasa, dan milik kebendaan (*material possesion*).[15] Faktor-faktor di atas disimpulkan Najati menjadi dua kelompok besar, yaitu: *Pertama*, faktor keturunan, faktor-faktor yang timbul dari diri individu. *Kedua*, faktor lingkungan.[16]

Dalam kajian kepribadian dalam kelompok masyarakat akan terjadi dua kemungkinan. *Pertama*, kemungkinan *compartable* (cocok), seperti seorang aktor yang baik, adalah yang menilai, menghayati perannya dalam memerankan watak tertentu. Jika seseorang yang menempati suatu posisi yang diberikan kepadanya dan ia melihat banyak orang lain bertingkah laku dalam *role*nya sama dengan dia, maka ini dapat dikatakan cocok.

Kedua, kemungkinan *incompartable* (tidak cocok dengan kelompok). Jika ia merasa bahwa harapan-harapan dan tuntutat orang lain tidak cocok dengan dia, ini dikatakan *role incompartable*. Contohnya, penelitian Komorovsky pada tahun 1946, dikatakan bahwa banyak mahasiswa-mahasiswa wanita suatu college setelah diperhatikan *role* kewanitaannya tidak sesuai karena mereka mendapat tekanan dari profesor-profesor dan intlektual lain dalam groupnya. Bagi mereka yang mengalami *incompatability* ia akan mengalami *role conflict*.[17]

Tindakan-tindakan yang dihasilkan oleh massa atau audiens juga tidak terlepas dari ketidak berdayaannya dalam menyelesaikan masalah-masalah, baik masalah pribadinya maupun dengan sesama yang lain. Jalaluddin Rakhmat mengistilahkan ini dengan faktor-faktor *sosiopsikologis*, yaitu sebagai berikut:[18]

1) Motivasi

   Motivasi yang rendah mengalihkan perhatian, motivasi yang tinggi membatasi fleksibilitas; anak yang terlalu semangat membuka kado

---

[15] Totok Jumantoro, *Op.Cit.,* hlm. 143.

[16] M.Utsman Najati, *Al-Qur'an wa Ilmu Al Nafs*, Ahmad Rofi Utsmani (Pent), *A-Qur'an dan Ilmu Jiwa*, (Bandung: Pustaka), hlm. 241.

[17] David Krech Dkk, *Individual in* Society, (California: McGraw-Hill Kogakusha Ltd, 1982), hlm. 432-433.

[18] Jalaluddin Rakhmat, *Psikolosi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, Cet. Ke-16, 2001), hlm. 73-74.

ulang tahun sering tidak dapat membuka pita bingkisannya, orang yang terlalu tegang menghadapi ujian membuat tidak bisa menjawab dengan baik.

2) Kepercayaan dan Sikap yang Salah

Asumsi yang salah dapat menyesatkan kita. Bila kita percaya bahwa kebahagiaan dapat diperoleh dengan kekayaan material, kita akan mengalami kesulitan ketika memecahkan penderitaan bathin kita. Kerangka rujukan (*frame of reference*)[19] yang tidak cermat akan menghambat efektivitas pemecahan masalah.

3) Kebiasaan

Kecendrungan untuk mempertahankan pola berfikir tertentu, atau melihat masalah hanya dari satu sisi saja, atau kepercayaan yang berlebihan dan tanpa kritis pada pendapat otoritas, akan mengahmbat pemecahan masalah yang efesien. Ini akan menghasilkan kejumudan berpikir (*rigid mental set*).

4) Emosi

Emosi mewaranai cara berfikir kita, dimana dalam menghadapi berbagai situasi akan melibatkan hal ini. Sebagai manusia yang utuh, kita tidak dapat mengesampingkan emosi. Jika emosi mencapai intensitas yang tinggi sampai ketahap stress, kita akan sulit berfikir efesien.

Adapun macam-macam bentuk perilaku kolektif dapat dikategorikan sebagai berikut:[20]

1. *Crowd* (Kerumunan)

Secara deskriptif Milgram (1977) melihat kerumunan (*crowd*) sebagai: (1) Sekelompok orang yang membentuk agregasi (kumpulan); (2) Jumlahnya semakin lama semakin meningkat; (3) Orang-orang ini mulai membuat suatu bentuk baru (seperti lingkaran); (4) Memiliki distribusi diri yang bergabung pada suatu saat dan tempat tertentu dengan lingkaran (*boundary*) yang semakin jelas; dan (5) Titik pusatnya *permeable* dan saling mendekat.

---

[19] Dalam kajian "Komunikasi" kerangka berfikir (*frame of refrence*) dan kerangka pengalaman (*field of experiment*) sangat menentukan untuk berkomunikasi. Jika kedua hal ini tidak setara antara komunikator dengan komunikan akan menimbulkan *mis-communication*.

[20] http://suryanto.blog.unair.ac.id/2008/12/03/memahami-psikologi-massa-dan-penanganannya/

Ada beberapa bentuk kerumunan (*crowd*) yang ada dalam masyarakat:

a. *Temporary Crowd* : orang yang berada pada situasi saling berdekatan di suatu tempat dan pada situasi sesaat
b. *Casual Crowd* : sekelompok orang yang berada di ujung jalan dan tidak memiliki maksud apa-apa
c. *Conventional Crowd* : audience yang sedang mendengarkan ceramah
d. *Expressive Crowd*: sekumpulan orang yang sedang nonton konser musik yang menari sambil sesekali ikut melantunkan lagu
e. *Acting Crowd* atau *rioting crowd* : sekelompok massa yang melakukan tindakan kekerasan
f. *Solidaristic Crowd*: kesatuan massa yang munculnya karena didasari oleh kesamaan ideologi

2. Mob

Adalah kerumunanan (*crowds*) yang emosional yang cenderung melakukan kekerasan/penyimpangan (violence) dan tindakan destruktif. Umumnya mereka melakukan tindakan melawan tatanan sosial yang ada secara langsung. Hal ini muncul karena adanya rasa ketidakpuasan, ketidakadilan, frustrasi, adanya perasaan dicederai oleh institusi yang telah mapan atau lebih tinggi. Bila mob ini dalam skala besar, maka bentuknya menjadi kerusuhan massa. Mereka melakukan pengrusakan fasilitas umum dan apapun yang dipandang menjadi sasaran kemarahanannya.

3. Panic

Adalah bentuk perilaku kolektif yang tindakannya merupakan reaksi terhadap ancaman yang muncul di dalam kelompok tersebut. Biasanya berhubungan dengan kejadian-kejadian bencana (*disaster*). Tindakan reaksi massa ini cenderung terjadi pada awal suatu kejadian, dan hal ini tidak terjadi ketika mereka mulai tenang. Bentuk lebih parah dari kejadian panik ini adalah Histeria Massa. Pada histeria massa ini terjadi kecemasan yang berlebihan dalam masyarakat. misalnya munculnya isue tsunami, banjur.

4. Rumorsa

Rumasa dalah suatu informasi yang tidak dapat dibuktikan, dan dikomunikasikan yang muncul dari satu orang kepada orang lain (isu sosial).

Umumnya terjadi pada situasi dimana orang seringkali kekurangan informasi untuk membuat interpretasi yang lebih komprehensif. Media yang digunakan umumnya adalah telepon.

5. *Opini Public*

Opini public adalah sekelompok orang yang memiliki pendapat beda mengenai sesuatu hal dalam masyarakat. Dalam opini publik ini antara kelompok masyarakat terjadi perbedaan pandangan / perspektif. Konflik bisa sangat potensial terjadi pada masyarakat yang kurang memahami akan masalah yang menjadi interes dalam masayarakat tersebut. Contoh adalah adanya perbedaan pendangan antar masyarakat tentang hukuman mati, pemilu, penetapan undang-undang tertentu, dan sebagainya. Bentuknya biasanya berupa informasi yang beda, namun dalam kenyataannya bisa menjadi stimulator konflik dalam masyarakat.

6. Propaganda

Adalah informasi atau pandangan yang sengaja digunakan untuk menyampaikan atau membentuk opini publik. Biasanya diberikan oleh sekelompok orang, organisasi, atau masyarakat yang ingin tercapai tujuannya. Media komunikasi banyak digunakan untuk melalukan propaganda ini. Kadangkala juga berupa pertemuan kelompok (*crowds*).Penampilan dari *public figure* kadang kala menjadi senjata yang ampuh untuk melakukan proraganda ini.

Ada beberapa teori yang seringkali digunakan untuk menjelaskan kejadian perilaku massa, yaitu:

a. *Social Contagion Theory* (Teori Penularan sosial) menyatakan bahwa orang akan mudah tertular perilaku orang lain dalam situasi sosial massa. mereka melakukan tindakan meniru/imitasi.
b. *Emergence Norm Theory*: menyatakan bahwa perilaku didasari oleh norma kelompok, maka dalam perilaku kelompok ada norma sosial mereka yang akan ditonjolkannya. Bila norma ini dipandang sesuai dengan keyakinannya, dan berseberangan dengan nilai/ norma aparat yang bertugas, maka konflik horizontal akan terjadi.
c. *Convergency Theory*: menyatakan bahwa kerumunan massa akan terjadi pada suatu kejadian dimana ketika mereka berbagi (*convergence*) pemikiran dalam menginterpretasi suatu kejadian. Orang akan mengumpul bila

mereka memiliki minat yang sama dan mereka akan terpanggil untuk berpartisipasi.

d. *Deindivuation Theory*, menyatakan bahwa ketika orang dalam kerumunan, maka mereka akan "mneghilangkan" jati dirinya, dan kemudian menyatu ke dalam jiwa massa.

Di samping sifat-sifat yang telah disebukan di atas massa itu masih mempunyai sifat-sifat antara lain, yaitu:

a. Impulsif, ini berati massa itu akan mudah memberikan respons terhadap rangsang atau stimulus yang diterimanya. Karena sifat impulsifnya ini, maka massa itu ingin bertindak cepat sebagai reaksi terhadap stimulus yang diterimanya.

b. Mudah sekali tersinggung. Karena massa itu mudah sekali tersinggung, maka untuk membangkitkan daya gerak massa diperlukan stimuli yang dapat menyinggung perassan massa yang bersangkutan.

c. *Sugestible*, ini berarti bahwa massa itu dapat mudah menerima sugesti dati luar.

d. Tidak rasional, karena massa itu sugestibel, maka massa itu dalam berindak tidak rasional, dan mudah dibawa oleh sentimen-sentimen.

e. Adanya *social facilitation* (F. Allport) yaitu adanya suatu penguatan aktivitas, yang disebabkan karena adanya aktivitas individu lain. Perbuatan individu lain dapat merangsang/ menguatkan perbuatan individu lain yang trgabung dalam massa itu. Menurut Tarde disebut *imitation*, sedangkan menurut Sighele disebut sugestion, dan menurut Gustave Le Bon sebagai *Contagion and suggestion*, dan dalam suasana ini terdapat suasana hipnotik.[21]

Penutup

Massa berbeda dengan kerumunan atau gerombolan. Massa berasal dari bahasa Yunani, kata "massa" berarti bahan roti yang belum jadi roti atau belum punya bentuk roti. Sedangkan massa sebagai gejala dalam perikehidupan manusia, menunjukkan adanya manusia dalam keadaan

[21] Lihat…Calvin S Hall dan Gardner Lindzey, *Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001).

bergerombol yang belum ada pembagian tugas teratur dan mengikat. Jadi dengan kata lain sebenarnya massa itu adalah gerombolan manusia yang belum terorganisir.

Dalam proses dinamikanya, massa bermetamorfosis melalui beberapa tahapan, yakni: fase *warning up*, fase agresif, fase *vacuum* da kembali lagi ke awalnya dan begitu selanjutnya. Ketika halayak telah berkumpul menjadi massa dan melakukan suatu upaya-upaya tertentu dalam dinamikanya, maka ada dua kemungkinan yang terjadi, yaitu: kemungkinan *compartable* (cocok) atau kemungkinan yang kedua, *incompartable* (tidak cocok dengan kelompok).

Dengan demikian mengkoordinir massa dengan baik dan logis sangat membutuhkan kemampuan berkomunikasi dengan segala kapasitasnya, karena jika tidak bisa mengkonsolidasinya maka massa hanyalah kerumunan (*crowd*) biasa saja.

DAFTAR REFERENSI

Arifin, H.M., *Psikologi Dakwah*: Suatu Pengantar, Jakarta: Bumi Aksara, 1994.

Bonner, Hubert, *Social Psychology*, New York: American Book Campany, 1953.

Calvin S Hall dan Gardner Lindzey, *Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)*, Yogyakarta: Kanisius, 2001.

Hendrikus, Dori Wuwur, *Retorika*: Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi, Yogyakarta: Kanisius, 1991.

Heylin, Angela, *Kiat Sukses Komunikasi*, Sanudi Hendra (Pent), Jakarta: Mutiara Utama, 2002.

http://suryanto.blog.unair.ac.id/2008/12/03/memahami-psikologi-massa-dan-penanganannya/

Joesoef, Soelaiman, *Ilmu Jiwa Massa*, Surabaya: Usaha Nasional, 1981.

Jumantoro, Totok, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Penerbit Amzah, 2001.

Krech, David Dkk, *Individual in* Society, California: McGraw-Hill Kogakusha Ltd, 1982.

Najati, M.Utsman, *Al-Qur'an wa Ilmu Al Nafs*, Ahmad Rofi Utsmani (Pent), *A-Qur'an dan Ilmu Jiwa*, Bandung: Pustaka.

Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikolosi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, Cet. Ke-16, 2001.

Suryopratondo, Suparlan, *Ilmu Jiwa Kepribdian*, Jakarta: PT. Paryu Barkah, 1980.

Bagian Tujuh

TEKNIK BERPIDATO: KAJIAN APLIKASI RETORIKA DALAM BERPIDATO

Pendahuluan

Berpidato tidak semudah yang dibayangkan. Alur dari sebuah pidato adalah seperti skema/gambar sebuah jembatan. Maksudnya adalah jika seorang pembicara akan memulai ceramah atau pidatonya, tentu layaknya jembatan: ada jalan masuk, ada pembatas antara jalan masuk dengan tubuh jembatan, kemudian ada pembatas antara body jembatan dengan jalan keluar. Demikianlah sebuah pidato tidak bisa lepas dari skema tersebut.

Jalan masuk pada jembatan adalah analogi dari "pembukaan" dalam sebuah pidato. Biasanya dalam pembukaan hanya beberapa menit sebagai *brain storming* pemecah kebekuan untuk mengantarkan pada isi pidato. Antara isi pidato dengan pembukaan itulah yang disebut dengan "penghubung" jembatan, ini analogi dari jeda ringan diisi dengan *attention aorosing* yakni pembangkit perhatian pendengar. Sedangkan batang tubuh jembatannya atau body jembatannya adalah "isi pidato" itu sendiri. Sebelum ke penutupan atau *closing point* harus juga melewati "penghubung" untuk jalan keluar, ini juga harus diisi dengan jok-jok sederhana yang menaring perhatian pendengar. Barulah kemudian sampai ke jalan keluar jembatan ini adalah kongklusi atau kesimpulan dari pembicaraan/isi pidato. Cara menutup pidato juga sangat menentukan dan mempertaruhkan semua harga pidato kita dari awal.

Di bawah ini akan dibahas secara terperinci semua aspek pidato mulai dari tahap persiapan, tahap penyusunan pidato, tahap penyampaian dan tahap penutupan serta beberapa hal yang penting dalam semua segmen tersebut.

Tahap Persiapan

Qui ascendit sine labore, descendit sine homore (Tampil tanpa persiapan akan turun tanpa penghormatan), begitulah kata pepatah latin yang selalu jadi kata-kata keramat sekaligus nasehat monumental bagi setiap orang yang akan tampil berpidato. Persiapan dalam pidato merupakan hal sangat diperhatikan, apalagi bagi pembicara pemula. Biasanya juga hal terjadipada orang-orang penting atau pejabat dalam menyampaikan tanggapan, pidato-pidato resmi ataupun acara-acara srimonial lainnya.

Edward Everett, rektor Harvard University, dan Gubernur Massachusets adalah dua pembicara handal yang pidato keduanya dinilai terbagus oleh 400 profesor di perguruan tinggi Amerika Serikat, membutuhkan hampir satu bulan untuk menyiapkan konsep pidatonya. Pantas kalau ada ungkapan *the greater speaker, the more careful has been his preparation* (pembicara yang baik lebih berhati-hati dalam persiapannya).[1] Ini tidak hanya sekedar kata mutiara tetapi kenyataan hampir seluruh orang-orang terpandang hati-hati dalam pidatonya.

Seorang *speaker* (pembicara) sebelum mempersiapkan atau menyusun bagan pidato, harus memperhatikan kesiapan mental, pemikiran dan fisik. Persiapan mental merupakan sesuatu yang fundamental, karena sepintyar apapun orang, dengan segala persiapan yang ada kalau mentalnya belum siap akan jadi masalah besar. Kurangnya persiapan mental akan menimbulkan demam panggung. Sandy McMillan mengatakan bahwa yang menyebabkan hal ini adalah karena si pembicara mengkhawatirkan bahwa audiens:[2]

1). Mengetahui lebih banyak dari kita.

2). Lebih tinggi derajat jabantannya daripada kita.

3). Menunggu kita berbuat kesalahan agar mereka dapat mentertawakan kita.

Kalau datang perasaan seperti menurut beliau harus cepat-cepat dirubah pandangan ini seolah-olah kita berada di antara hadiri, dan berpikir tentang si pembicara, "kuharap orang ini: Menarik; Sudah siap, sehingga ceramahnya masuk akal; Melibatkan saya, bukanya berbicara langsung; Mungkin bahkan cerdik.

---

[1] Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*: Pendekatan Praktis, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 16.

[2] Sandy McMillan, *How to Be A Better Comminicator*, Ikapi (Pent), *Menjadi Pembicara Efektif*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo), hlm. 58-59.

Gagasan lain untuk menangani rasa gugup adalah dengan cara:

a. Sisihkan waktu untuk menyiapkan ceramah –luangkan 25 kali waktu ceramahnya, jadi sebuah ceramah 5 menit memerlukan persiapan 2 jam, dan seterusnya. Jangan tunda hinghga sehari sebelumnya; Pastikan diri siap dan rapi. Cara ini akan mengurangi gugup;
b. Tanamkan dalam diri kita bahwa sikap seperti ini (gugup) merupakan sebagian besar perasaan orang, bahkan para profesional. Jadi jangan terlalu gugup, persering melakukan kontak mata dengan semua orang; tangan mereka terbuka, lengan mereka terbuka tidak dilipat, mereka tidak memainkan pena; gerakan mereka pelan dan tenang. Kita juga dapat melakukan hal tersebut dan kelihatan percaya diri.
c. Usahakan selama 5 menit mengadapkan dialog –seara informal- dengan pendengar. "Ceramah pada dasarnyanya juga seperti dialog", pikiran dan perasaan seperti ini membuat kita sedikit agak lega dan mengurangi rasa kakau dan gugup juga dengan dialog akan mengurangi kesepian kita.
d. Jika merasa panik beberapa menit sebelum mulai, duduk berkonsentrasilah dalam upaya menarik nafas yang dalam dan perlahan selama tiga atau empat kali. Cara seperti ini akan banyak membantu.[3]

Macolaf (dalam Ridha) memiliki pendapat lain. Salah satu cara untuk selalu menigkatkan menghilangkan rasa ketakutan yang berlebihan dalam berhadapan dengan publik adalah dengan menganjurkan agar selalu menerima undangan apapun untuk berpidato di depan puiblik karena akan menambah kemampuan berbicara persuaasif. Kita undangan tersebut diterima, dengan demikian akan m ewajibkan diri kita untuk banyak berlatih. Untuk menunjang keberhasilan dalam berlatih, hendaknya ditanamkan dalam diri kita "pikiran-pikiran positif"seperti:[4]

1. Saya harus menyambut peluang apapun untuk berbicara di atas mimbar;
2. Saya harus berusaha menikmati keberadaan saya di depan publik.
3. Saya harus merasa puas ketika turun dari mimbar, karena telah berhasil menyelesaikan satu tugas.

---

[3] *Ibid.,* hlm. 59.

[4] Akrim Ridha, *Seni Mengahdapi* Publik: Panduan Melejitkan Potensi Diri, Fachruddi (Pent), (Bandung: Syamil Cipta Media, 2003), hlm. 57.

Shakespeare melalui ucapan sang kaisar mengatakan, "Seorang pengecur akan mengalami kematian beribu-ribu kali, akan tetapi seorang pemberani tidak akan amerasakan kematian kecuali hanya sekali". Ungkapan ini menggambarkan betapa sang penakut sering mati sebelum ia mati yang sebenarnya. Ia tersiksa oleh ketakutannya sendiri.

Ketakutan itu sendiri pasti memiliki sebab, ketakutan biasanya disebabkan oleh salah satu di bawah ini:

1. Ketakutan karena penularan. Artinya, setiap orang yanga ada di sekeliling kita telah memperlihatkan ketakutan mereka untuk berdiri di depan umum. Ternyata Kita juga mengalami ketakutan yang sama kareena tertular oleh ketakutan mereka.
2. Kegagalan kita kali ini mungkin saja karena trauma kegagalan yang dulu pernah kita alami pertama kali. Kita pernah dipaksa berbicara tanpa persiapan yang baik, sehingga berbicara terbata-bata lalu orang-orang disekitarnya merasa kasihankepada kita. Kemudian ini terus jadi momok dalam sejarah hidup kita.
3. Kita terlalu memberikan perhatian yang berlebihan kepada seseorang atau sekelompok orang yang kita kira, mereka tidak senang pada kita.
4. Ketika berpidato kita melihat ada seorang audiens yang tertidur, atau menguap. Lalu ini membuat kita berpikir, semua audiens telah tertidur dan Kita merasa, pidato yang disampaikan sama selai tiak memiliki daya pikat ataupun ruh.[5]

Secara singkat keempat ketakutan di matas dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Ketakutan yang menular
2. Perhatian terhadap sebahagian hadirin
3. Berlebih-lebihan dalam menginterpretasikan sikap dan tindakan salah seorang di antara audiens.
4. Pengalaman yang gagal.

Keempat di atas telah menghilangkan kepercayaan diri seseorang, sehinggaketegangan dan emosi yang telah menguasai perasaan dan pikiran membuat kita berada di puncak stress. Sebenarnya ketegangan

[5] *Ibid.,* hlm. 2-3.

dan stress adalah sesuatu yang baik. Keduanaya adalah sarana yang telah diberiukan oleh Allah kepada kita untuk menyiapkan fisik kita dalam mengahdapi berbagai kondisi insidental, dan untuk menambahkan kepekaan pada semua indera dalam tubuh kita. Dengan begitu, kita mampu memberikan respons cepat terhadap berbagai stimulant dan mampu melaksanakan semua tugas dengan sebaik-baiknya. Macolaf (dalam Ridha) mengatakan, "Apabila Anda memiliki tingkat kecerdasan yang rata-rata dan ingin melakuakan satu penkerjaan yang dengan baik, maka sudah sepatutunya bnila Anda merasa sedikit stress (tegang)."[6]

Ketakutan yang kita rasakan sebelum memberikan presentasi, ceramah, pidato merupakan hal yang biasa. Pada beberapa tahun sebelumnya, *Specch Communication Association* pernah melaporkan hasil-hasil survei yang dilakukan oleh Bruskin and Associates (1973), yang meminta orang dewasa Amerika untuk membuat peringkat peristiwa-peristiwa yang menimbulkan ketegangan dalam hidup mereka. Survei ini menunjukkan bahwa ketakutan nomor satu pada sebagian besar orang Amerika adalah berbicara di depan umum.[7] Luar biasa, mayoritas responden mengakui bahwa berbicara di hadapan sekelompok adalah hal lebih menakutkan dibandingkan dengan berbagai hal lain yang menimbulkan ketegangan; termasuk ketinggian, serangga, masalah keuangan, dalaman air, penyakit, bahkan kematian. Tabel di bawah ini merupakan representasi ketakutan tersebut.

DUA BELAS HAL TERATAS PENYEBAB KETEGANGAN

1. Berbicara di depan publik	7. Kematian
2. Ketinggian	8. Naik Pesawat terbang
3. Serangga	9. Kesepian
4. Masalah keuangan	10. Anjing
5. Kedalaman air	11. Mengemudi mobil
6. Penyakit	12. Kegelapan

[6] *Ibid*

[7] *Dan* B. Curtis Dkk, *Komunikasi Bisnis dan Profesinal*, Nanan Kandagasari Dkk (Pent), (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), hlm. 376-377.

Sebagian besar orang takut pada tugas-tugas komunikasi –berbicara di depan kelompok, mengadakan wawancara, bertemu orang-orang baru, dan ikut serta dalam kegiatan-kegiatan sosial. Istilah-istilah "demam panggung" dan ketakutan pada komunikasi yang akan terjadi menyiratkan bahwa orang-orang yang mengalami reaksi reaksi semacam itu adalah tidak normal. Sebenarnya, reaksi biasa yterhadap situasi menantang seperti ini dialami oleh musisi, atlet, aktor, dan orang-orang yang yang terlibat dalam komunikasi lisan (vokal). Jangan merasa tidak normal jika merasa seperti itu.

Hal yang mungkin lebih tepat dilakukan adalah memandang fenomena ini sebagai ketakutan pada hasil yang akan terjadi. Tanpa menghiraukan nama yang kita bubuhkan. Hal terpenting yang harus dilakukan adalah bagaimana kita mengahadapinya. Beberapa penemuan dan pengamatan harus memberikan beberapa kepuasan kepada penyaji baru, yaitu:[8]

1. Ketakutan pada hasil yang akan terjadi merupakan hal biasa.
2. Para penyaji dapat menghadapi ketakutan dengan memahami penyebab-penyebabnya.
3. Persiapan yang memadai merupakan cara terbaik untuk memperkecil ketakutan.
4. Ketakutan merupakan hal yang sulit dideteksi oleh khalayak.[9]
5. Beberapa keterlibatan fisik dapat membantu mengurangi ketegangan dan ketakutan.
6. Beberapa ketakutan dapat menjadi sesuatu yang berguna.
7. Sadarilah bahwa para penyimak menginginkan Anda melakukannya dengan baik.
8. Bersantailah dan bayangkan keberhasilan.

Hendrikus telah menyimpulkan dari beberapa pendapat ahli retorika tentang persiapan seorang pembicara dalam mempersiapkan pidato: mengumpulaknbahan; Menyortir bahan dan menyusunnya; Merenungi bahan (kontemplasi, meditasi, *tadabbur* untuk menghubungkan bagian-

[8] *Ibid*

[9] McMillan membuat suatu analogi yang menarik tentang hal ini, "Seekor angsa mengapung di atas kolam: tenang, damai, anggun, indah, santai. Angsa itu sebenarnya sedang mengayuh sekuat tenaga, namun hanya dialah yang tahu. Setelah 25 tahun berdiskusi dengan teman-teman dan mengamati mereka, saya sakin bahwa Anda tidak terlihat segugup yang Anda rasakan. Ingatlah ini: perasaan itu sebenarnya tak kelihatan." Lihat, Sandy McMillan, *Ibid.,* hlm. 59.

bagian yang lepas, memberikan komentar pada bahan-bahan tertentu); Rancangan pidato (sementara); Perbaikan dalam soal gaya pada bagian utama pidato; Menyusun kata pembukaan dan penutup; Mengontrol secara umum; Penulisan terakhir dalam kata-kata kunci; Penguasaan teks pidato; dan penguasaan retoris.[10]

Akhirnya, perlu selalu kita ingat pesan Dale Carnegie (dalam Ridha), bahwa ada empat syarat untuk menjadi orator, yaitu:

1. Mulailah dengan motivasi yang kuat.
2. Ketahuilah sepenuhnya apa yang akan Anda bicarakan
3. Bicaralah dengan penuh keyakinan.
4. Berlatihlah...berlatihlah...berlatihlah.[11]

Tahap Penyusunan

Dalam penyusunan pidato ada beberpa hal yang perlu diperhatikan; Memilih topik dan tujuan; Merumuskan judul; Mengembangkan Bahasan; Memahami Prinsip-prinsip komposisi pidato; Menyusun Pesan Pidato; Membuat garis-garis besar pidato.

Memilih Topik Dan Tujuan

Sebelum berpidato, kita harus mengetahui lebih dahulu apa yang akan kita sampaikan dan tingkahlaku apa yang diharapkan dari khalayak kita. Dengan demikian kita memerlukan pokok bahasan (topik) dan tujuan. Antara keduanya sangat erat hubungannya. Bila Anda berpidato agar orang mencoplos partai X dalam Pemilu, Anda tentu harus berbicara tentang hal-hal yang berhubungan dengan partai X. Untuk membantu menyusun topik, Prof Wayne N. Thompson (dalam Rakhmat) menyusun sistematika sumber topik sebagai berikut:

1. Pengalaman pribadi:
   a. Perjalanan
   b. Tempat yang pernah dikunjungi
   c. Kelompok Anda

[10] Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*: Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), hlm. 68.

[11] Akrim Ridha, *Op-Cit.,* hlm. 2.

   d. Wawancara dengan tokoh
   e. Kejadian luar biasa
   f. Peristiwa lucu
   g. Kelakuan arat adat istiadat
2. Hobby dan keterampilan:
   a. Cara melakukan sesuatu
   b. Cara bekerja sesuatu
   c. Peraturan dan tata cara
3. Pengalamana pekerjaan atau profesi:
   a. Pekerjaan tambahan
   b. Profesi keluarga
4. Pelajaran sekolah atau kuliah:
   a. Hasil-hasil penelitian
   b. Hal-hal yang perlu diteliti lebih lanjut
5. Pendapat pribadi:
   a. Kritikan pada permainan, film, buku, puisi, pidato atau siaran radio dan televisi
   b. Hasil pengamatan pribadi
6. Peristiwa hangat dan pembicaraan publik:
   a. Berita halaman muka surat kabar
   b. Topik tajuk rencana
   c. Artikel pada kolom yang lain
   d. Aberita radio dan televisi
   e. Topik surat kabar daerah
   f. Berita dan tajuk surat kahabr kampus
   g. Percakapan di antara mahasiswa
   h. Kuliah
   i. Penemuan mutakhir
   j. Peristiwa yang bakal terjadi
7. Masalah abadi:
   a. Agama
   b. Pendidikan
   c. Soal masyaakat yang belum selesai
   d. Problem pribadi

8. Kilasan biografi:
   a. Orangt-orang terkenal
9. Kejadian khusus:
   a. Perayaan atau peringatan
   b. Peristiwa yang erat kaitannya dengan peringatan
10. Minat khalayak:
   a. Pekerjaan
   b. Hobby
   c. Rumah tangga
   d. Pengembangan diri
   e. Kesehatan dan penampilan
   f. Tambahan ilmu
   g. Minat khusus
   h. Lain-lain.[12]

Keterangan-keterangan di atas dapat kita sesuaikan dengan latar belakang pengtahuan kita dan pengetahuan pendengar.[13] Mestipun ada yang topik yang menarik menurut kita dan audiens, sementara kita tidak punya penegtahuan tentag hal tersebut, jelas membuat suasana pembiacaraan nanti kurang menarik dan berkesan. Terasa ada yang dipaksakan dalam bahasan kita.

Tidak semua topik bisa dipakai sebagai bahan pidato, namun harus ada rambu-rambu yang jelas untuk menigkatkan mutu pembicaraan kita. Adapun menentukan kriteria topik yang baik dipergunakan tolak ukur seperti berikut:

1). Topik harus sesuai dengan dengan latar belakang pengetahuan kita
Topik yang paling baik adalah topik yang memberikan kemungkinan kita lebih tahu dari pada audiens kita. Kita jangan membahas masalah-masalah akademik bagi masyakat pedesaan –sebenarnya masyarakat perkotaanpun hampir sama- baik dalam bentuk bahasa ataupun materinya.

---

[12] Jalaluddin Rakhmat, *Op-Cit.,* hlm. 20-21.

[13] *Know your audience*, inilah kata-kata yang sering dinasehatkan oleh para pakar komunikasi, baik dalam presentasi, ceramah, apalagi dalam pidato yang memerlukan pengetahuan kita tentang topic maupun tentang siapa pendengar kita. Bahkan Nabi Muhammad Saw memperingatkan: *"Khattibunnas 'ala Qudri Uqulihim"* (Sampaikan sesuai dengan kadar kemampuan mereka -Al Hadits).

Sesuaikan pembicaraan kita -tentunya yang dikuasai dengan baik- dengan pengetahuan komunikan.

2). Topik harus menarik minat kita

Topik yang disajikan tentu harus sesuai dengan yang kita senangi atau topik yang bisa menyentuh emosi kita. Kita akan bisa berbicara dengan lancar tetanng bahasa copet jiak kita udah sering kecopetan, atau peristiwa-peristiwa lainnya yang telah pernah kita rasakan dan terlibat didalamnya.

3). Topik harus menarik minat pendengar

Perlu diketahui kita berbicara bukan untuk diri kita sendiri, tetapi kita berbicara untuk orang lain. Jika pembicaraan kita tidak sesuai dengan minat orang lain atau pendengar, siap-siap kita akan ditinggalkan oleh massa audien kita. Walaupun hal yang menarik perhatian khalayak amat bergantung pada situasi dan latar belakang khalayak, namun hal-hal di bawah ini dapat menarik perhatian secara umum: hal-hal yang baru dan eksotik, *hument interest*, petualangan, ssuspense, konflik, ketidakpastian, ada hubungan dengan keluarga, mempunyai nada dramatis, persoalan yang dianggap penting, rahasia, humor atau hal-hal yang menunjukkan faedah yang nyata bagi khalayak.[14]

4). Topik harus sesuai dengan pengetahuan pendengar

Betapapun sangat baik topik yang dibawakan, bila tidak bisa dicerna oleh orang lain, bukan saja tidak menarik bahkan menyusahkan mereka, maka ini berakifat fatal bagi kelangsungan ceramah, pidato kita.

5). Topik harus jelas ruang lingkup dan pembatasannya

Topik tidak boleh terlalu luas, sehingga setiap bagian hanya memperoleh ulasan sekilas saja atau malah ngawur.

6). Topik harus sesuai dengan waktu dan situasi

Topik waktu pesta walimahan tentu berbeda dengan orasi ilmiah di kampus, oleh sebab itu waktu yang tersedia tentu sangatlahberbbeda untuk kedua topik tersebut. Jagalah pendengar dengan kesesuaian dengan waktu dan situasi saat itu.

7). Topik harus dapat ditunjang dengan data pendukung

Topik yang terlalu sulit, akan membuat kita kewalahan mencari data

[14] Jalaluddin Rakhmat, *Op-Cit.,* hlm. 22.

pendukung. Misalnya kita membahas keterkaitan bentuk wajah dengan perilaku seseorang dalam kehidupan beragama, memang sangat menarik. Tapi data pendaukung yang diperoleh selain sangat sukar dan juga terbatas akan membuat ceramah, pidato kita jadi terkesan kurang kurang persiapan.

Demikian pula dengan judul pembicaraan harus relevan dengan topik yang telah ditentukan oleh orang yang mengundang kita berpidato –jika acara itu bersifat undangan berceramah. Jika tidak membuat kredibilitas kita sebagai pembicara menurun di mata pendengar. Dalam pembukaan ceramah sering juga diungkapkan apa judul bahasan kita, karena itu judul perlu dirumuskan sedemikian rupa agar menarik Sesungguhnya judul yang baik itu, harus memenuhi kriteria: relevan, provokatif, dan singkat. *Relevan*, maksudnya ada hubungannya dengan pokok-pokokbahasan; *Propokatif*,[15] ialah dapat menimbulkan hasrat ingin tahu dan antusiaisme pendengar; *Singkat* berarti mudah ditangkap maksudnya, pendek kalimatnya, dan padat maknanya; *Singkat* berarti mudah ditangkap maksud dan tujuannya, sehingga enteng untuk diingat.

Penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa menyusun satu topik haris ekstra hati-hati. Dengan hal tersebut perlu kitrang seorang pembicara melengkapinya dengan teliti sebelum menentukan satu topik. Gagasan tambahan yang perlu diperhatikan adalah:

1. Sebaiknya dalam satu pertemuan kita hanya membahas satu topik permasalahan.
2. Jangan pernah meremehkan satu judul kecil sehingga kita berkeinginan untuk mengupas judul itu dari semua sudut pandang dalam satu kali pertemuan. Perdalamlah maknanya pada diri pendengar dan jangan biarkan kita larut dalam dalam tema-tema umum yang dangkal.
3. Perlu juga diperhatikan agar jangan sampai sampai gagasan-gagasan kita saling bersinggungan. Gunakan uji kelayakan semaksimal mungkian.

[15] Dilihat dari segi tujuannya, istilah *provokatif* sangat mirip dengan makna *propaganda* ala Hitler (sama-sama membangkitkan emosi), namun sebenarnya ada perbedaan yang mencolok. Propaganda yang dilancarkan Hitler saat itu diarahkan semata-mata hanya membangkitkan emosi dengan mengabaikan sama sekali faktor intelektual dan rasio, sehingga faktor-faktor objektivitas tidak diperhatikan sama sekali. Sebab objektivitas menurutnya hanya akan menyebabkan kegoyahan hati rakyat, menimbulkan keraguan dan mengantarkan rakyat pada pemberontakan terhadap dirinya. Lihat Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 21.

Membahas judul ataupun menentukan judul harus sesuai arah dan sasaran pembicaraan kita. Ada dua macam tujuan pidato pada dasarnya, yaitu: tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum biasanya dirumuskan dalam tiga hal: memberitahukan (*informatif)*, mempengaruhi (*persuasif),* dan menghibur (*rekreatif)*. Dalam kenyataannya tidak ada pidato yang semata-mata informatif, atau persuasif dan murni rekreatif saja. Dalam pidato yang bagus biasanya ketiga hal ini menjadi kombinasi yang singkron, mestipun harus *stressing* atau penekanan tujuan pidato tersebut.

Hubungan antara topik, judul, tujuan umum dan tujuan khusus dapat dilihat pada contoh-contoh berikut di bawah ini:

1. Topik : Faedah memiliki sifat pemaaf
   Judul : Pemaaf Sumber Kebahagiaan
   Tujuan Umum : Informatif (memberitahu)
   Tujuan Khusus : Pendengar mengetahui bahwa:
   a. Sifat dendam menimbulkan gangguan jasmani dan rohani
   b. Sifat pemaaf menimbulkan ketenteraman jiwa dan kesehatan.
2. Topik : Keuntungan menjadi anggota Partai Kelapa
   Judul : Partai Kelapa adalah Partai Pemimpin Masa Depan
   Tujuan Umum : Mempengaruhi (*persuasif)*
   Tujuan Khusus : a. Pepndengar memperoleh keyakinan tentang manfaat menjadi anggota Partai Kelapa
   b. Pendengar dapat menghubungi petugas-petugas lapangan Partai untuk ikut dalam aktifitas-aktifitasnya.
3. Topik : Kebodohan anggota DPR
   Judul : Kalau Anggota Dewan sudah tidur dalam sidang
   Tujuan Umum : Menghibur
   Tujuan Khusus : Pendengar dapat menikmati syair lagu-lagu Iwan Fals, Franky, Ebit, dan sejumlah syair dan kisah kisah lucu lainnya.

Sekali lagi, dalam merumuskan tujuan, kita perlu memperhatikan kemampuan pendenngar untuk melaksanakan harapan-harapan kita, sikapnya, situasi pidato, tujuan utama dan batas waktu yang tersedia.

Dalam konteks ceramah agama ataupun pidato keagamaan, ketika memilih dan memilah materi denagan data-data pendukungbaik berupa ayat, hadits maupun testimoni (pernyataan tokoh) lainnya, tidak boleh terlalu gegabah. Maksudnya, setiap data-data pendukung tersebut layaknya harus menguatkan dan menggambarkan betapa isi dari materi yang disampaikan berbobot dan punyi bukti yang teruji kebenarannya. Saran Dr. Akrim Ridha sangat perlu untuk difahami dan dipraktekkan sebagai acuan:

1. Kutipan ayat Al-Quran hendaklah memilih yang *Muhkam*.
2. Kutipan Hadits-hadits hendaklah yang *Shahih*.
3. Dari penuturan ulama-lama, sebaiknya pilihlah ulama-ulama *Salaf*.
4. Kutiplah pendapat-pendapat ulama-ulama kontemporer yang *Masyhur* (yang tidak banyak bertentangan dengan yang lainnya).
5. Jika mengutif dari syair, maka pilihlah syair yang syarat dengan *Hikmah*.[16]

Mengembangkan Bahasan

Bila topik yang baik sudah ditemukan, kita memerlukan keterangan-keterangan lain sebagai pendukung topik tersebut. Keterangan penunjang (*supporting points)* diperuntukkan untuk memperjels uraian, memperkuat kesan, menambah daya-tarik dan mempermudah pengertian. Para pakar komunikasi maupun retorika modern mengelompokkan pengembangan bahasan dalam enam macam: Penjelasan; Contoh; Analogi; Testimoni; Statistika; Perulangan.

Penjelasan

Penjelasan dalam arti terbatas adalah keterangan sederhana yang tidak terinci. Penjelasan mempersiapkan pendengar kepada keterangan penunjang lainnya. Penjelasan dapat dilakukan dengan "defenisi". Defenisi adalah keterangan tentang suatu kata atau istilah, dimana kiat dapat mencari keterangan arti kata dari kata asalnya.[17] Misalnya Filsafat asal katanya dari *philos* dan *sofos,* cinta kebijaksanaan. Komunikasi akar katanya adalah *communis* (inggiris), *communitio* (latin) yang berarti kebersamaan, pemeberitahuan.

[16] Akrim Ridha, *Op-Cit.,* hlm. 24.
[17] Jalaluddin Rakhmat, *Op-Cit.,* hlm. 27

Contoh

Pada dasarnya manusia sangat sukar menerima hal-halyang abstrak, maka dengan contoh akan dapat mengkonkritkan gagasan, sehingga mudah difahami dengan baik. Contoh dalam aflikasi retorikanya dapat pula berupa *ilustrasi* dan *faktual*.

Analogi

Aflikasi Analogi, dimana ketika kita mengadakan perbandingan antara dua hal atau lebih untuk menunjukkan persamaan makna maupun perbedaannya. Dahal ini ada dua macam analogi yang biasa di pakai para ahli retorika, yaitu *analogi harfiyah* dan *analogi kiasan*.

Testimoni

Testimoni adalah pernyataan para ahli yang kita kutip untuk menunjang atau melengkapi data materi pembicaraan kita. Biasanya hal ini bisa *diambil* dari pidato, karanagan bebas, artikel makalah, laporan penelitian para ahli, dan lain sebagainya.

Statistika

Hal ini berupa angka-angka yang dipergunakan untuk menunjukkan perbandingan kasus dalam jenis tertentu. Statistika dalam retorika sangat berbeda dengan staistika dalam laporan penulisan skripsi maupun tesis dan karya ilmiah lainnya. Misalnya ketika ada data 5.375.990 orang yang terkena busuang lapar. Dalam retorika kita hanya menyebutkan bahwa ada sekitar 5 juta orang koraban busung lapar di Kalimantan. Jangan menyebutkan angka statistika seperti dalam laporan karya ilmiah, sialnya akan terasa berat bagi audien mendengar dan mencerna informasi tersebut.

Perulangan

Seperti penejalasan sebelumnya dalam Bab I dalam kajian "Dinamika Massa", kalimat pendek yang berulang-ulang sangat efektif untuk menggugah emosi pendengar. Kalimat pendek itu bisa berupa yel-yel, jargon, seperti "Berantas korupsi, Yes", "Palestina...., Bebaskan, bebaskan!"

Organisasi Pesan

Pengaturan pesan menurut jalaluddin Rakhmat dalam sebuah struktur yang bagus dapat dilakukan dengan mengikuti enam macam, yaitu: *deduktif, induktif, kronologis spasial* dan *topikal*.[18] Urutan *deduktif* dapat dimulai dengan menyatakan dahulu gagasan utama, kemudian memperjelas dengan keterangan penunjang. Sebaliknya *induktif*, mengemukakan terlebih dahulu penjelasan-penjelasan rinci lalu kemudian menarik kesimpulan global. Adapun *kronologis*, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa, dan logis adalah pesan yang yang disusun berdasarkan sebab ke akibat. Sedangkan s*pasial*, pesan yang disusun berdasarkan tempat, dan urutan *topikal* adalah pesan yang disusun berdasarkan topik pembicaraan.

Garis-Garis Besar Pidato

Membuat garis-garis besar pidato merupakan pelengkap yang amat berharga bagi pembicara yang berpengalam, sekaligus ini keharusan bagi pembicara pemula. Garis besar pidato adalah peta bumi bagi komunikator yang akan memasuki daerah kegiatan retorika. Peta adalah petujuk bagi siapun yang akanmelintasi alam dimana ia akan mendatanginya, maka garis-garis besar ini akan menuntun para pembicara dalam alur pidatonya. Bila peta jelas, maka perjalanan akan tepat sampai ketujuan. Contoh:

1. Jurnalistik mencakup bermacam-macam pekerjaan.
   A. Dalam media surat kabar:
      1). Reporter
      2). Penyunting
      3). Pembaca naskah
      4). Sirkulasi, dan seterusnya
   B. Dalam kantor berita:
      1). Reporter
      2). Juru potret
      3). Penyunting
      4). dst.
2. Jurnalistik memerlukan kualifikasi yang bermacam-macam:

[18] *Ibid.,* hlm. 35.

A. Kualifikasi teknis
B. Kualifikasi teoritis
C. dst.

Tahap Penyampaian

Ada dua ekstrem dalam memandang penyampaian pidato. Sebagian orang melihat pidato sebagai sejenis percakapan yang, karena itu kita perlau mempelajarinya. Asalkan kita menguasai bahan yang diperlukan, pidato akan berjalan dengan sendirinya. Pidato bukan pecakapan biasa, tetapi pidato merupakan peristiwa khas, yang memerlukan bakat dan keterampilan. Tidak semua orang yang lancar berbicara dalam sehari-hari bisa berpidato.

Pidato yang efktif adalah pengorganisasian prensentasi itu sendiri dengan akurat. Secara garis besar isi pidato ataupun presentasi itu seperti sketsa sebuah jembatan, terdiri dari *pendahuluan* (jalan masuk), *Transisi* (pasak penyambung), *Pernyataan gagasan utama (*rentang jembatan) berisi hal-hal pokok, *Transisi* (pasak penyambung), dan *Kesimpulan* (jalan keluar).[19]

a. Pendahuluan

Fungsi pendahuluan adalah memperkenalkan gagasan uatama presentasi, pidato. Pendahuluan yang efektif terdiri dari:

1). Memperoleh perhatian yang menyenangkan, teridiri dari; *intensitas* (suara, cahaya, bau; *gerakan*: objek yang bergerak biasanya lebih menarik dari pada diam. Pembicara harus memiliki rencana gerakan yang jelas; *keakraban*: melalui nama atau posisi, tugas, presentasi dan keputusan mereka agar penyimak merasa bahwa kita tertarik atau peduli terhadap mereka; *kebaruan*: sesuatu yang baru dari karakter pembawaan, penampilan maupun kepribadian; *humor*: humor memudahkan relaksasi pembicara dan penyimak, namun humor harus relevan dan punya makna (cita rasa yang baik); *ketegangan*: memasukkan ketegangan pada sebuah presentasi atau pembicaraan dalam pidato akan membantu untuk memperhatikan apa yang diutarakan.[20]

---

[19] M. Abdi Lubis, *Presentasi Efektif*, (Makalah pada Universitas Bung Hatta Padang, tidak diterbitkan, 2002), hlm. 1,

[20] Dan B. Curtis Dkk, *Op-Cit.,* hlm. 311-314

2). Meningkatkan keramahtamahan dan rasa hormat. Pada pendahuluan keramatamahan, keikhlasan dan kepekaan pada apayang tidak disukai penyimak. Diharapkan dengan hal ini kita menyakinkan bahwa kita memiliki maksud yang terhormat (*goodwill)* dan menyimpan minat terbaik mereka dalam hati kita. Salah satu caranya dengan memperkenalkan identitas pribadi kita.

3). Memberikan alasan untuk menyimak. Sikap yang harus kita kembangkan adalah kenapa orang harus mendengarkan kita, peduli dan tertarik. Dalam ilmu retorika (seni berbicara) ada beberapa cara untuk membuat orang tertarik untuk mendengarkan pembiacaraan kita, yaitu:

a) Menukilkan atau mengutip pendapat para tokoh maupun ahli
b) Melemparkan pertanyaan retoris (pendengar sendiri yang menjawabnya)
c) Melempar ungkapan pertanyaan yang dapat membakar sejunlah pendengar
d) Melampirkan ilustrasi yang spesifik
e) Melampirkan cerita-cerita ganjil
f) Membeberkan beberapa data-data yang spektakuler
g) Mengutarakan kejadian yang menyentuh hati (*human intrest*)
h) Memberi jeda atau humor disela-sela pembicaraan
i) Mengemas kata dengan narasi yang indah
j) Menyajikan peristiwa kejadian yang aktual.[21]

b. Transisi

Untuk memudahkan pendengar mengikuti arah pidato kita dari pendahuluan ke body (isi), yang merukpakan inti dari pidato kita, maka harus diantarai dengan transisi atau penghubung. Transisi ini berfungsi seolah-olah memberitahukan pada khalayak dimana pidato akan masuk ke isi ceramah. Jadi, dengan demikian transisi merupakan kata-kata atau kalimat yang menghubungkan segmen-segmen atau bahagian dari suatu pidato. Perlu diketahui bahwa transisi ada pada awal pidato dan menjelang akhir pidato.

[21] M. Abdi Lubis, *Op-Cit.,* hlm. 2

c. Batang Tubuh/Isi

Body dari suatu pidato adalah berupa uraian dari pokok bahasan yang terdiri dari beberapa poin dan sub poin yang diperkuat data-data staistik, narasi, humor dan lain-lain yang dianggap penting disampaikan dalam isi.

d. Kesimpulan

Tujuan utama kesimpulan adalah menfokuskan kembali perhatian pendengar kepada pesan. Kesimpulan sebagaian besar merupakan ulasan dengan ketentuan:

a) Meriskan hal-hal utama
b) Memusatkan tema dan tujuan
c) Mengingatkan kembali para pendengar tentang urgensi isi yang presentasi
d) Memberikan jalan tindakan yang jelas atau solusi
e) Menantang pendengar untuk mengadopsi pemikiran pembicara
f) Mempersilakan pengajuan tanggapan, saran dan pertanyaan.

Setiap pidato, cemarah, presentasi sebaiknya memperhatikan unsur-unsur yang akan menghidupkan suasana mulai dari pembukaan sampai penutupan. Unsur-unsur itu adalah:[22]

1. Organisasi

Prensentasi pidato sebaiknya terorganisasi dengan baik untuk mulai dari pembukaan, saat menyajikan isi, maupun saat menutup pidato. Organisasi hendaknya berdasarkan pada tujuan presentasi, misalnya memberi infoamsi, memotivasi, menggugah dan lain sebagainya.

2. Interesting

Presentasi yang disajikan harus dikemas dengan semenarik mungkin, agar pendengar tidak jenuh. Dalam hal ini perlu diperhatikan hal-hal yang menarik perhatian, maka hendaklah seseorang harus:

a) Memberikan variasi sebagai pelengkap materi, berupa: data statistik, pertanyaan, narasi dan lain sebagainya.
b) Menggunakan teknik-teknik seperti gerakan tubuh, kontrol wajah, bahasa, sikap dan lain sebagainya.

[22] *Ibid.,* hlm. 3

c) Menyatukan pidato dengan audio visual untuk membuat materi lebih hidup.

3. Sikap dan Bahasa Tubuh

Bahasa seringkali kurang memberi arti yang sebenarnya kalau tidak dibarengi dengan bahasa tubuh.[23] Disinilah urgensi bahasa nonverbal. Sikap tubuh (*gusture*) dan muka (*expressi*) sangat penting dalam memperkuat arti kata dalam komunikasi

4. Kontak Mata (*Good Eye Contact*)

Kontak mata membuat kata jadi penuh arti. Jadi mengatur kontak mata sangat diperlukan dalam menigkatkan kepercayaan pendengar dalam pidato. Analogi sopir sangat tepat untuk penjelasan ini. Sopir memandang semua hal yang berada di depannya. Tidak terpusat, tetapi terlihat semua. Bila terlalu sukar juga untuk memnadang, paling tidak pandanglah secara keseluruhan dengan perhatian terbagi.[24] Masalah kontak mata ini dikomentari Hendrikus, "Seharusnya pembicara itu lebih dahulu memandang pendengar dengan urutan: [25]

a) Bagian tengah ruangan
b) Bagian tengah belakang ruangan
c) Bagian depan
d) Bagian kiri ruangan belakang
e) Bagian sayap kiri-kanan ruangan

Angela Heylin, mempunyai aturan tersendiri dalam mengatur kontak mata dengan audiens atau lawan bicara. Dia menyebutnya dengan "aturan lima detik", aturan ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

> *Alihkan pandangan dari buku ke obyek lain yang berada kira-kira dua meter dari Anda. Lihat ke arah obyek itu selama paling sedikit "lima detik" sebelum Anda mengalihkan pandangan ke tempat lain. Ulangi latihan latihan ini sebanyak lima kali. Lakukan hal ini pada kesempatan mendatang ketika Anda mengobrol dengan orang lain. Jangan biarkan pandangan Anda beralih dari titik focus di wajah teman bicara Anda selama paling*

[23] Dan B. Curtis Dkk, *Op.Cit.,* hlm. 12.
[24] Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit.,* hlm. 78.
[25] Dori Wuwur Hendrikus, *Op.Cit.,*173.

sedikit lima detik. Jika Anda merasa bahwa Anda menatap matanya terlalu lama, alihkan pandangan Anda ke dahinya daripada langsung ke matanya. Terapkan aturan lima detik ini dalam setiap percakapan, presentasi, atau pertemuan yang Anda hadiri. Jadikan hal ini sebagai kebiasaan sehingga Anda bisa memakainya sebagai alat bantu terbaik untuk memperbaiki komunikasi Anda. Setelah menguasai "aturan lima detik" ini, Anda tidak akan merasa canggung lagi dengan kebiasaan Anda dan kebiasaan orang lain.[26]

5. Kontrol Suara

Kontrol suara sangat menentukan arti dan pentingnya kata. Tekanan, irama, dan kecepatan, prononsiasi dan volume harus dapat dikendalikan dengan baik. Sebab presentasi dengan suara monoton sangat membosankan.

6. Antusias (*Enthusiastic*)

Seseorang yang antusisa dalam pidato akan sangat menarik bagi pendengar. Lihatlah tokoh-tokoh orator, atau penceramah-pencaramah kondang (UAS, Aa Gym, Jefri, Arifin Ilham) bertahannya pendengar, disebabkan kemampuan mereka untuk menjiwai setiap apa yang diucapkan. Hal ini dapat diterapkan dengan sorotan mata, raut muka, temperamental dan lain sebagainya.

7. Baik dalam Pembukaan dan Penutupan

Perlu diketahui bahwa pendengar kita tertarik dengan ungkapan kita bukanhanya pada ceramah. Tetapi karena diawal ceramah kita telah mengadakan *attantion arousing* (membangkitkan perhatian). Pembukaan dan penutupan pidato adalah termasuk senjata handal para orator.

8. Menjaga Perhatian Pendengar

Konsentrasi pendengar merupakan hal yang tidak boleh diabaikan. Biasanya konsentrasi pendengar orang dewasa kurang lebih sanggup bertahan kira-kira 10-15 menit. Monotonnya presentasi pidato membuat konsentrasi melemah. Perlu dikemas sedemikian rupa seperti dengan menyajikan jeda dengan humor, cerita lucu, bahkan dengan visualisasi gerakan tertentu.

---

[26] Angela Heylin, *Kiat Sukses Komunikasi*, Sanudi Hendra (Pent), (Jakarta: Penerbit Mitra Utama, 2002), hlm. 28.

9. Serasi antara Style dan Isi

Komunikator yang piawai, selalu memeperhatikan keadaan pendengarnya (*know your audience/sense of audience*). Kesesuaian bahasa tubuh (terutama gerakan tangan) dengan isi ceramah memudahkan materi untuk dimengerti khalayak.

10. Mencapai Tujuan

Presentasi pidato yang efektif adalah penyampaian yang dapat mencapai tujuan. Jika bentuknya berupa informasi maka bisa diterima, bila bersifat mempengaruhi, membawa respon dari sorot mata atau tindakan-tindakan lain.

Tahapan-tahapan Teknis Penyampaian Pidato dan Ceramah

a. Latihan Mencobakan Pidato

Latihan merupakan sesuatu yang harus dilakukan jika kita ingin sukses dalam menyampaikan pidato maupun ceramah. Latihan itu bisa dilakukan dengan berbagai cara, mestipun yang mendengarkan itu berupa boneka maupun kucing di berbagai tempat yang kita inginkan.

Adapun cara-cara latihan itu menurut Sandy Mcmillan harus dilakukan dengan 1). Berbicara dengan keras; 2). Melakukan semua gerakan mengatur alat bantu peraga; 3). Memperhatikan berapa lama ceramah/pidato berlangsung.[27] Di samping itu, metode lama atau ortodoks masih ampuh dilakukan untuk melatih kualitas suara. Misalnya dengan menyelam sambil bersuara keras atau berteriak sekeras-kerasnya di padang yang luas. Dengan demikian akan bisa membantu untuk membuat power suara kita makin baik dan berkualitas.

Tidak kalah penting adalah lakukanlah latihan pidato di hadapan cermin, perhatikan mimik dan bahasa tubuh kita. Lakukan berulang-ulang di hadapan cermin, biasanya ini sangat ampuh bagi seorang pemula agar lebih prima dan siap penghadapi "pertarungan" di atas mimbar.

b. Mengatur Tempat

Berbicara di berbagai tempat seharusnya harus dilakukan berbagai persiapan pada tempat kita berpidato/ceramah: 1). Periksa peralatan apa saja bisa Anda fungsikan; 2) apakah cukup tersedia lertas peraga dan pena

[27] Sandy McMillan, *How to Be A Better Comminicator,* Ikapi (Pent), *Menjadi Pembicara Efektif*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo), hlm. 73

dengan baik; 3). Dimana Anda akan berdiri atau duduk sehingga semua orang dapat melihat dan mendengarkan Anda; 4). Di mana Anda akan menaruh catatan Anda dan hal-hal lain yang diperlukan.[28]

Mengatur tempat termasuk posisi kita apakah duduk, atau berdiri. Jika berdiri, usahakan ada jarak dengan mimbar untuk mencegah kemungkinan "demam panggung" terjadi, karena jika hal itu terjadi maka mimbar tempat kita berdiri akan ikut bergoyang. Jadi, usahakan ada jarak dan jangat lengketkan badan kita ke mimbar. Di samping itu, jika tidak nyaman duduk karena tidak melihat semua audiens, maka lebih baik kita punya kreatifitas untuk mengkombinasikan duduk dan berdiri. Maksudnya, kadang-kadang kita duduk dan kadang-kadang berdiri sesuai dengan alur isi ceramah kita. Namun, jika pidato formal tentu dianjurkan untuk lebih baik berdiri saja.

c. Mengatur Diri Sendiri

Selain mengatur tempat dimana kita akan menyampaikan pidato maupun ceramah, sangat perlu untuk mengatur diri sendiri. Jika terlupakan untuk mengatur diri kita sendiri maka alamat tidak baik akan menimpa kita. Lakukanlah hal-hal sebagai berikut:

1) Bacalah kembali naskah bahan pidato/ceramah mestipun hanya *out line* yang kita siapkan.
2) Ingat topic, tema dan sub tema yang akan disampaikan agar alurnya sistemis dan terarah.
3) Persiapkan bahasa tubuh Anda senyaman mungkin, bila perlu laukanlah relaksasi ringan dengan menghirup nafas dalam-dalam, lenturkankan lidah dengan "senam lidah"[29] secukupnya.
4) Berbicara dan bergerak perlahan agar menenangkan diri kita.
5) Terus-menerus menghadapi audiens, jangan membelakingi orang untuk menghadapi layar atau bagan jika ada.
6) Pandanglah mata ke semua orang (lihat kembali bahasan kontak mata)
7) Bergeraklah jika Anda perlu berpindah tempat, jangan bergerak jika tidak diperlukan karena akan merusak keharmonisan gerakan.

---

[28] *Ibid*, hlm. 74

[29] Senam lidah, sangat diperlukan bagi pemula apalagi di penampilan perdana. Senam lidah yang dimaksud adalah menggerak-gerakkan lidah sampai terasa lentur, ke kiri kanan, melipat lidah terutama ke atas dan sehingga tidak merasa kaku berat untuk digerakkan.Kemudian gerakkan otot pipi dengan membuka-buka mulut berulang-ulang.

8) Selalu menjaga agar tubuh tetap "terbuka".[30] Keluarlah dari balik meja atau mimbar, buka lengan, jangan silangkan kaki, buka tangan dan jaga agar tetap terlihat.
9) Jika "gemetaran" (kecil kemungkinan, namun muingkin) maka duduklah untuk mengurangi resiko yang lebih buruk lagi.

d. Mengatur Alat Peraga

Ada kalanya kita ceramah menggunakan alat peraga yang akan memudahkan pesan yang akan disampaikan sampai ke audiens. Jika menggunakan alat peraga baik papan tulis, *whita board,* kertas plana, proyektor dan jenis lainnya, maka perhatikan saran-saran berikut:

1) Tulislah hal-hal pokok dan kata-kata kunci saja.
2) Gunakan alat bantu ini, terutama untuk mencatat apa yang dikatakan hadirin pada Anda, hal ini akan membantu para hadirin.
3) Ingatlah untuk berbalik dan menghadapi hadirin setelah setiap kali menulis sesuatu, jaga agar jari kaki tetap mengarah pada audiens.
4) Pastikan tidak menghalangi pandangan seseorang untuk melihat tulisan Anda di depan.
5) Tulislah besar-besar (font standar jika menggunakan infokus), usahakan berada dalam garis lurus.
6) Gunakan beragam warna agar semakin menarik.

e. Mengelola Pertanyaan

Umpan balik atau *feed back* dalam presentasi, pidato, apalagi ceramah sangat diperlukan. Ada umpan balik yang perlu untuk ditanggapi dengan menjawab pertanyaan secara verbal, namun adakalanya unpan balik harus dijawab dengan sikap dan bahasa tubuh atau mengulas kembali pernytaan-pernytaan yang akan membuat para pendengar merasa terjawab sendirinya pertanyaannya.

---

[30] "Terbuka"termasuk salah satu perilaku hangat yang harus dikembangkan untuk keberhasilan komunikasi individu dalam kehidupan sehari. Perilaku hangat dalam R. Wayne Pace dan Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi*, (Bandung: Rosdakarya, 1998) menyatakan ada empat poin perilaku hangat dan perilaku dingin. Diantara perilaku hangat itu sperti yang diutarakan di atas.

Pertanyaan yang perlu dijawab dengan verbal dan vocal seharusnya menggunakan prosedur yang baik, yaitu:

1) Mengulangi pertanyaan jika Anda ingin waktu sejenak untk berpikir;
2) Menjawab dengan singkat (jangan terlalu persir, atau menambahi hal-hal pokok);
3) Pastikan si penanya puas dengan jawaban dengan cara: *1)*. Lihat kepadanya dengan tersenyum dan mengangkat alis, atau tanyakan, "Bagaimana, Ok?"*; 2)*. Ia akan mengangguk jika ia puas*; 3)*. Jika ia tidak mengangguk, Anda belum menjawab dengan memuaskannya dan harus coba lagi.[31]

Penutup

Berpidato dengan segala jenisnya memerlukan persiapan-persiapan tidak boleh diabaikan. Sebab ungkapan Yunani *Quiascendit sine labore, descendit sine* homore (Tampil tanpa persiapan akan turun tanpa penghormatan). Kemudian latihan merupakan salah satu kunci keberhasilan sebauh pidato. Jika kita mau berpidato 5 menit maka dibutuhkan 24 kali dari waktu tersebut harus digunakan untuk latihan. Selain hal tersebut mengatasi demam panggung juga merupakan kunci suksesnya seseorang dalam berpidato.

Selain tahapan penyampaian yang meruapakan salah satu inti dari perhatian pendengar, ternyata penutupan pidato juga sangat menentukan "warna dan rasa" pendangar terhadap pidato yang disampaikan.

[31] Sandy McMillan, *Op.Cit*, hlm. 82.

DAFTAR REFERENSI

Abdi, M. Lubis, *Presentasi Efektif*, (Makalah pada Universitas Bung Hatta Padang, tidak diterbitkan, 2002.

Angela Heylin, *Kiat Sukses Komunikasi*, Sanudi Hendra (Pent), Jakarta: Penerbit Mitra Utama, 2002.

B. Curtis, Dan Dkk, *Komunikasi Bisnis dan Profesinal*, Nanan Kandagasari Dkk (Pent), Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.

Hendrikus, Dori Wuwur, *Retorika*: Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi, Yogyakarta: Kanisius, 1991.

McMillan, Sandy, *How to Be A Better Comminicator*, Ikapi (Pent), *Menjadi Pembicara Efektif*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.

Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2002.

Pace, R. Wayne dan Faules, Don F., *Komunikasi Organisasi*, Bandung: Rosdakarya, 1998

Rakhmat, Jalaluddin, *Retorika Modern*: Pendekatan Praktis, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.

Ridha, Akrim, *Seni Mengahdapi* Publik: Panduan Melejitkan Potensi Diri, Fachruddi (Pent), Bandung: Syamil Cipta Media, 2003.

Sandy McMillan, *How to Be A Better Comminicator,* Ikapi (Pent), *Menjadi Pembicara Efektif*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, t th.

Bagian Delapan

DAKWAH KULTURAL MUHAMMADIYAH (Studi Dakwah Kultural Muhammadiyah di Gunungsitoli Nias)

Pendahuluan

Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi dakwah terbesar di Indonesia berjalan secara dinamis, baik dakwah dan kegiatan organisatorisnya. Pada masa penjajahan Belanda dan Jepang, sekalipun Muhammadiyah mengalami cengkraman politik penjajah sebagaimana yang juga dialami oleh masyarakat Islam lainnya, akan tetapi kiprahnya bagi kemerdekaan dan kemajuan masyarakat Indonesia tidak pernah surut. Selanjutnya, pada masa-masa awal kemerdekaan Indonesia dan awal era Orde Baru, meskipun Muhammadiyah mengalami situasi sulit akibat konflik politik nasional yang sifatnya sangat kompleks, kegiatan dakwahnya tetap berlangsung dan berkembang dengan berbagai kemajuan. Kemudian, pada era Orde Baru, era kekuasaan yang dipandang banyak mengebiri hak-hak politik (depolitisasi) dan hak-hak ideologis masyarakat Indonesia, Muhammadiyah tetap berjuang mengembangkan kegiatan dakwah dan amal usahanya. Selanjutnya, pada masa Reformasi, Muhammadiyah banyak memanfaatkan peluang kondisi nasional yang demokratis, transparan, dan dinamis itu dengan melakukan revitalisasi dan peningkatan kualitas amal usaha serta aktivitas dakwahnya.[1] Dalam perjalanan panjang melintasi zaman itu, Muhammadiyah pada gilirannya diterima oleh masyarakat secara nasional dan internasional. Kenyataan ini merupakan salah satu

[1] Imron Nasri,Haedar Nashir, dan Didik Sudjarwo (editor), *Manhaj Gerakan Muhammadiyah*, (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah dan Majelis Kader PP Muhammadiyah, 2009), hlm. 241.

bukti bahwa Muhammadiyah merupakan salah satu pilar kekuatan Islam dalam upaya memajukan dan mengembangkan peradaban umat Islam, khususnya, dan kemaslahatan kemanusian pada umumnya.

Namun akhir-akhir ini, dihadapkan dengan dinamika perkembangan dan kemajuan kehidupan masyarakat yang sangat beragam itu, model dakwah Muhammadiyah dipandang mulai *rigid,* berjalan di tempat, dan kaku.[2] Jika sebelumnya, "lenggang lenggoknya" lebih dekat dengan pemecahan masalah yang dihadapi oleh masyarakat awam-urban, maka sekarang dirasakan terlalu bersifat elitis-metropolis. Jika sebelumnya metode dan pendekatan dakwahnya bersifat cair dan mengalir, maka sekarang mulai dirasa terlalu kaku dan formal birokratis. Artinya, model dakwah Muhammadiyah di era kekinian ditengarai mulai menonjolkan sisi struktural dengan mengedepankan "indoktrinasi" larangan dan ancaman. Jika perilaku keagamaan seseorang belum sesuai dengan ketentuan baku akidah, akhlak, dan ibadah-fiqhiyah, ia belum disebut mukmin atau muslim. Sedangkan pendekatan model dakwah struktural ini ditengarai kontraproduktif dalam meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil dakwah.

Kenyataan ini menjadi kajian serius di kalangan para pemikir Muslim, khususnya komunitas intelektual Muhammadiyah, untuk merevitalisasi paradigma, pendekatan, dan metode dakwah Muhammadiyah di era kekinian. Hal ini dilatarbelakangi oleh hasil kajian menyeluruh tentang kondisi objektif masyarakat yang sangat beragam, sehingga diperlukan pola, pendekatan, dan kemasan dakwah yang variatif, menarik, dan tetap dalam jalur yang benar (*on the right track*). Berkaitan dengan fenomena tersebut, Muhammadiyah berupaya mengairahkan kembali model dan pendakatan dakwahnya sesuai dengan perkembangan masyarakat yang terus berubah dengan mengusung paradigma dakwah kultural.

Dakwah Islam dan Kultural dalam Perspektif Muhammadiyah

1. Dakwah Islam

Dakwah Islam dalam pandangan Muhammadiyah didefenisikan sebagai (kegiatan, pen.)

---

[2] Abdul Munir Mulkhan, "Dakwah Kultural Muhammadiyah", dalam *Kesalehan Multikultural*, (Jakarta: PSAP, 2005), hlm. 212-218.

"Menyeru/mengajak manusia/masyarakat kepada ajaran Islam, dengan memberikan pengertian dan kesadaran akan kebenaran ajaran Islam, sehingga manusia/masyarakat dapat menginsyafi akan kebaikan, kelebihan, dan keutamaan ajaran Islam untuk membentuk pribadi manusia dan mengatur ketertiban hidup bersama, dalam seluruh aspek kehidupan manusia dan masyarakat".[3]

Dakwah Islam dilakukan dengan *amar ma'ruf nahi munkar*. Yaitu, menyuruh orang/masyarakat mengerjakan apa saja yang ma'ruf (dikenal baik) menurut ajaran Islam dalam seluruh aspek kehidupan. Lalu, mencegah orang/masyarakat dari apa saja yang munkar (diinkari) oleh ajaran Islam dalam seluruh aspek kehidupan. Ditegaskan pula bahwa Dakwah Islam berpola *amar ma'ruf nahi munkar* itu, pada hakekatnya merupakan penggarapan/ pengolahan masyarakat.

2. Dakwah Kultural

Dakwah kultural pada dasarnya adalah kegiatan dakwah sesuai dengan ragam kehidupan masyarakat sebagai hasil dari proses perubahan sosial-budaya. Dakwah kultural Muhammadiyah menekankan perlunya inisiatif memasuki wilayah pergulatan, pergumulan, dan persentuhan langsung dengan realitas dan persoalan serta kebutuhan konkret komunitas Muslim dalam arti yang seluas-luasnya.[4] Dakwah kultural, agaknya, meminjam terminologi M. Amin Abdullah, dapat pula disebut sebagai dakwah sosial budaya. Yaitu, dakwah yang menekankan perlunya pergulatan, persentuhan, dan pergumulan langsung dengan realitas, konteks, persoalan, serta kebutuhan konkrit komunitas Muslim dalam arti yang seluas-luasnya dalam sinaran norma-norma Alqur'an. [5]

Dakwah kultural, dengan demikian, dapat memberi pemaknaan dan pengharapan kepada setiap orang atau kelompok masyarakat bahwa menjadi Muslim yang paripurna (*kaffah*) itu gampang, menyenangkan, dan menggembirakan. Akan tetapi, hal itu tidak diperoleh sekali jadi secara

---

[3] PP. Muhammadiyah, "Muqaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah, Keterangan Pokok Pikiran Keenam," dalam Imron Nasri,Haedar Nashir, dan Didik Sudjarwo (editor), *op.cit*., hlm. 31.

[4] M. Amin Abdullah, "Religiusitas Kebudayaan Muhammadiyah," dalam *Dinamika Islam Kultural*, (Bandung: Mizan, 2000), hlm. 135-136.

[5] M. Amin Abdullah, "Filosofi dan Paradigma Pendidikan: Belajar dari Muhammadiyah," dalam *Pendidikan Agama Era Multikultural Multireligius*, (Jakarta: PSAP, 2005), hlm. 160-181, terutama hlm. 167.

simsalabim, melainkan berproses atau bertahap sepanjang hidupnya, sesuai dengan tingkat kesungguhan, kemampuan, latar belakang sosial, politik, ekonomi, dan budaya masing-masing. Jadi, Dakwah Kultural Muhammadiyah merupakan suatu formulasi pendekatan Dakwah Islam yang didasarkan kepada semangat untuk menggabungkan metode dakwah secara verbal (*dakwah bil lisân*), dakwah secara perbuatan/ketauladanan (*dakwah bil hâl*), dan dakwah secara transformatif-partisipatoris.

Atas dasar itu, dapat ditegaskan bahwa model dakwah kultural tidak identik dengan upaya-upaya penggunaan tradisi atau adat istiadat masyarakat setempat untuk berdakwah. Misalnya, Muhammadiyah tidak mesti menggunakan sarana seni (seperti wayang kulit) sebagai media dakwah sebagaimana yang dipakai oleh para Wali Songo pada masyarakat Jawa. Muhammadiyah tidak mesti mengunakan media "makkobar" sebagai media dakwah di daerah Tapanuli Selatan dan sekitarnya. Demikian juga tidak harus berpartisipasi aktif dalam "huhuo hada" sebagai sarana dakwah di daerah Kepulauan Nias. Pernyataan ini juga tidak mesti dimaknai sebagai sikap antipati Muhammadiyah menggunakan sarana dan pranata sosial budaya dalam berdakwah. Berbagai khazanah kebudayaan itu dapat saja digunakan sebagai media dakwah dalam batas-batas ketentuan ajaran normatif, kepatutan, efektivitas, daya guna, dan kontekstualitas.

Visi dan Model Dakwah Kultural Muhammadiyah

Dalam perspektif Muhammadiyah, Islam merupakan ajaran Ilahiah yang harus didakwahkan di seluruh penjuru bumi sehingga menjadi rahmat bagi sekalian alam (*rahmatan lil 'alamin*). Islam diyakini sebagai ajaran yang mengandung petunjuk (*hidayah*), penyerahan diri, rahmat, kemaslahatan, keselamatan, dan kebahagian hidup umat manusia di dunia dan akhirat. Berdasarkan keyakinan dan pemahaman keislaman yang fundamental itu, Muhammadiyah berupaya mewujudkan berbagai bentuk gerakannya dalam menjalankan dakwahnya untuk kemaslahatan hidup seluruh umat manusia.

Kegiatan dakwah Muhammadiyah, pada hakikatnya, tidak terlepas dari semangat menjalankan perintah Alqur'an surat Ali Imran: 104,[6]

[6] "*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma`ruf, dan mencegah dari yang munkar; mereka itulah orang-*

yang dimaknai sebagai kewajiban untuk melaksanakan kegiatan dakwah dan sekaligus sebagai motivasi diri untuk mewujudkan prediket umat terbaik sehingga pada gilirannya tercipta masyarakat Islam yang ideal (Ali Imran: 110).[7] Berdasarkan visi dan spirit qur'aniah itu, Muhammadiyah bertekad dan berjuang menyebar-luaskan ajaran Islam secara komprehensif dan multidimensi melalui kegiatan dakwah dengan prinsip mengajak kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar (*amar ma'rûf wa nahy 'an al-munkar*), sehingga diharapkan umat manusia memperoleh keberuntungan lahir dan batin di dunia dan akhirat.

Ideologi dakwah seperti itu mengandung makna bahwa gerakan Muhammadiyah di bidang dakwah berupaya mentransformasikan ajaran Islam dalam tataran realitas kehidupan. Konsekuensinya, model kegiatan dakwah yang dilakukan tidak hanya terbatas pada pola-pola retorik (*da'wah bil lisân*) atau keteladanan (*da'wah bil hâl*), akan tetapi juga melalui berbagai bentuk kegiatan dakwah yang diprediksikan dapat membawa perubahan kehidupan umat manusia secara progresif transformatif atas dasar nilai-nilai kebaikan, kebenaran, dan keadilan.

Secara substantif, model dakwah Muhammadiyah sesungguhnya tidak terlepas dari semangat pembaharuan (*tajdîd*) yang diusungnya. Mengacu kepada sabda Nabi Muhammad Saw yang mengisyaratkan pentingnya pembaharuan dilakukan,[8] Muhammadiyah berinisiatif memilih dua model pembaharuan, yaitu: corak pemurnian (*purifikasi*) pemahaman ajaran Islam dan corak perubahan kehidupan ke arah kemajuan (*dinamisasi*). Gerakan purifikasi ditujukan untuk pembinaan akidah, ibadah, dan akhlak masyarakat Muslim. Sementara corak dinamisasi dimaksudkan untuk kegiatan pembaharuan dalam konteks pemenuhan kehidupan hidup manusia sehari-hari yang bersifat sosio-kultural (*'amaliyât mu`amalât dunyâwiyah*).

---

orang yang beruntung". Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Depag RI, 1971), hlm. 93.

[7] "Kamu adalah ummat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma`ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allahlm. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik." Departemen Agama RI, *ibid*., hlm. 94.

[8] *"Sesungguhnya Allah mengutus kepada umat manusia pada setiap kurun seratus tahun orang yang memperbaharui* (pemahaman, pen.) *ajaran agamanya*". (HLM.R. Abu Dawud dari Abu Hurairah).

Strategi dan Pendekatan Dakwah Kultural Muhammadiyah di Gunungsitoli Nias

Pergerakan dakwah kultural Muhammadiyah tidak lengkap kalau tidak digambarkan tentang keadaan ummat Islam di Gunungsitoli dan Kepulauan Nias secara umum. Dengan itu terlebih dahulu digambarkan secara deskriptif barulah bisa digambarkan bagaimana strategi dan pendekatan dakwah kultural Mhammadiyah di Kepulauan Nias, khususnya di Kota Gunungsitoli. Secara rinci bisa dilihat sebaran jumlah ummat Islam di Kepulauan Nias, yakni:

Tabel 1
Jumlah Penduduk Pemeluk Agama di Kabupaten Nias

Nama Kecamatan	Islam	Kristen Protestan	Kristen Katolik	Budha	Hindu	*Kong Hu Chu*
Idano Gawo	792	23.551	1.327			
Bawalato	387	20.498	2.079			
Ulugawo	4	9.003	731			
Gido	214	29.107	2.322			
Ma'u	11	7.890	1.532			
Samolo-molo	6	4.964	1.192			
Hiliduho	36	6.516	2.574			
Hili Serangkai	10	6.519	1.053			
Botomuzoi	76	5.245	3.709			
Jumlah	1536	113.293	16.510			

Sumber: Data Sensus Penduduk 2012 – Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Tabel 2
Jumlah Penduduk Pemeluk Agama di Kabupaten Nias Barat

Nama Kecamatan	Islam	Kristen Protestan	Kristen Katolik	Budha	Hindu	*Kong Hu Chu*
Sirombu	1.501	7.278	685	12		
Lahomi	9	6.544	995			
Ulu Moro'o	16	6.425	1.222		2	1
Lolofitu Moi	32	11.094	2.547			
Mandrehe Utara	17	5.273	2.625			
Mandrehe	32	14.925	3.734			
Mandrehe Barat	10	5.838	1.536			
Moro'o	4	7.040	2.396			
Jumlah	1.621	64.417	15.740	12	2	1

Sumber: Data Sensus Penduduk 2012 – Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Tabel 3
Jumlah Penduduk Pemeluk Agama di Kabupaten Nias Utara

Nama Kecamatan	Islam	Kristen Protestan	Kristen Katolik	Budha	Hindu	*Kong Hu Chu*
Tugala Oyo	10	4.025	2.056			
Alasa	39	13.850	5.048			
Alasa Talu Muzoi	28	5.450	1.016			
Namohalu Esiwa	7	8.533	3.550			
Sitolu Ori	17	11.131	255			
Tuhemberua	797	8.841	737	1	1	
Sawo	1.139	7.662	764			
Lotu	45	10.449	645			
Lahewa Timur	518	6.380	2.942		1	
Afulu	976	8.442	1.074			
Lahewa	3.318	14.766	2.589			
Jumlah	6.894	99.529	20.676	1	2	

Sumber: Data Sensus Penduduk 2012 – Badan Pusat Statistik *Republik Indonesia*

Tabel 4
Jumlah Penduduk Pemeluk Agama di Kabupaten Nias Selatan

Nama Kecamatan	Islam	Kristen Protestan	Kristen Katolik	Budha	Hindu	*Kong Hu Chu*
Hibala	355	6.646	2.614	3	1	
Pulau-Pulau Batu	2.081	10.881	3.377	26		
Pulau-Pulau Batu Timur	1.897	586	0			
Teluk Dalam	1.766	19.005	6.903			
Fanayama	728	14.075	5.041			
Toma	19	7.390	604			
Maniamolo	215	10.102	3.117			
Mazino	6	7.255	1.013			
Amandraya	55	9.185	7.859			
Aramo	0	6.175	1.586		1	
Lahusa	114	29.489	5.310		2	
Gomo	23	22.657	2.397			1
Susua	8	13.543	1.413	2		
Mazo	7	13.484	1.486			
Umbunasi	6	7.610	224			
Lolomatua	10	17.394	7.764		2	1
Lolowa'u	97	26.114	3.875			
Hilimegai	7	2.252	3.540			
Jumlah	7.394	223.843	58.123	31	6	2

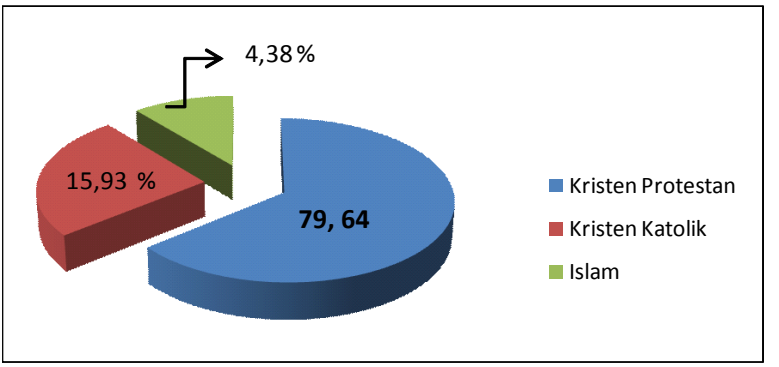
Sumber: Data Sensus Penduduk 2012 – Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Tabel 5
Jumlah Penduduk Pemeluk Agama di Kotamadya Gunungsitoli

Nama Kecamatan	Islam	Kristen Protestan	Kristen Katolik	Budha	Hindu	*Kong Hu Chu*
Gunungsitoli Idanoi	1.372	17.929	2.177	4		
Gunungsitoli Selatan	222	12.554	962			1
Gunungsitoli Barat	8	6.994	459			
Gunungsitoli	12.696	42. 784	4725	241		1
Gunungsitoli Alo'oa	8	6.478	221			
Gunungsitoli Utara	2.845	12.794	568			
Jumlah	17. 151	99.483	9.112	245		2

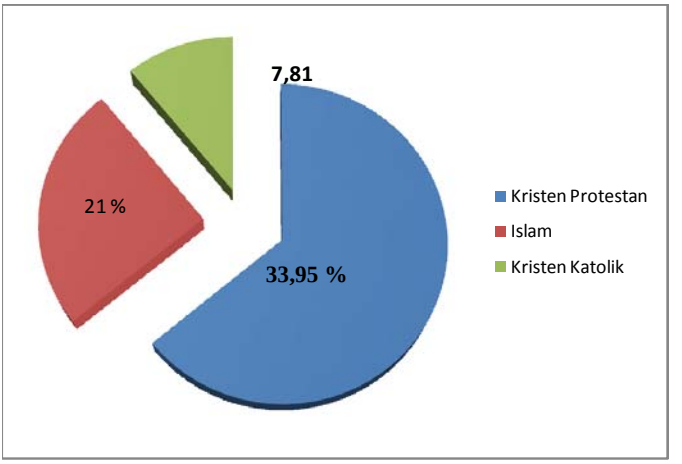
Sumber: Data Sensus Penduduk 2012 – Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Berdasarkan data sensus penduduk 2012 tersebut di atas tampak bahwa jumlah penduduk Muslim di Pulau Nias seluruhnya berjumlah 33.060 orang, sedangkan penduduk yang beragama Kristen baik Protestan maupun Katolik berjumlah 600.565 orang dan 120.161 orang, adapun jumlah penganut agama Budha, Hindu dan Kong Hu Chu masing-masing berjumlah 289 orang, 10 orang, dan 9 orang sehingga total jumlah penduduknya 754.094 jiwa. Meskipun Islam merupakan agama yang pertama kali masuk dan berkembang di Nias pada abad ke-17, tidak semerta-merta menjadi agama yang mayoritas di daerah tersebut. Sebagaimana pada data di atas disebutkan bahwa sampai pada sensus penduduk tahun 2010 jumlah ummat Islam secara keseluruhannya di Kepulauan Nias berjumlah 33.060, dibanding dengan agama Kristen yang baru masuk pada abad ke-19, disebutkan bahwa sampai pada tahun 2010 sebagaimana hasil survei penduduk pada tahun 2010 berdasarkan pemeluk agama disebutkan bahwa penduduk Kepulauan Nias yang memeluk agama Kristen Protestan berjumlah 600.565 orang dan pemeluk Katolik berjumlah 120.161 orang. Sehingga jika dibuatkan persentase jumlah ummat Islam di Kepulauan Nias hanya sampai 4,38 % menempati urutan ketiga setelah Katolik 15,93 % dan terbanyak adalah Kristen Protestan 79,64 %. Lebih jelas terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1 : Komposisi Pemeluk Agama Islam di Kepulauan Nias

Dari semua sebaran umat Islam di Kepulauan Nias, konsentrasi umat Islam terbanyak hanya di Kota Gunungsitoli yakni menempati posisi kedua terbanyak setelah Kristen Protestan 70,77 % (42. 784 jiwa) dan Katolik hanya 7,81 % (4725 jiwa) sedangkan ummat Islam 21 % dengan jumlah 12.696 jiwa.



Gambar 2: Konsentrasi Pemeluk Agama Islam Terbanyak di Kota Gunungsitoli

Dakwah kultural Muhammadiyah, setidaknya, memperhatikan tiga aspek utama dalam menetapkan strategi dan pendekatan yang digunakannya. Pertama, keadaan orang atau masyarakat sasaran dakwah. Kedua, materi dakwah. Ketiga, pendekatan atau cara dakwah. Ketiga aspek itu berjalin kelindan dalam kegiatan dakwah kultural Muhammadiyah.

Di Kepualaun Nias sendiri, Organisasi Muhammadiyah masuk pada tahun 1933 M dibawa oleh pendatang dari tanah Sumatera yaitu S.M Madany yang berasal dari Padang Sidempuan dan O.M. Alisahib yang berasal dari Kota Padang. Adapun yang menjadi pengurus pertamanya dalam sejarah Muhammadiyah di Nias adalah sebagai berikut:[9]

a. Ketua I : S.L. Marham
b. Ketua II : S.M. Madany
c. Sekretaris I : Usuluddin
d. Sekretaris II : O.M. Pait
e. Bendahara : Mhd. Radjab Marican
f. Commisaris I : A.R. Sutan Ibrahim
g. Commisaris : Sam'un
h. Commisaris : St. Amin Alama
i. Commisaris : St.Masur
j. Commisaris : Sjahrawi

[9] A.R. Sutan Ibrahim, dkk, *Sejarah Perkembangan Muhammadiyah di Nias,* (Dokumen, Muhammadiyah, 1958).

Berawal dengan perbincangan-perbincangan sehari-hari yang biasa dilakukan di suatu kedai yang dikenal dengan "*Wai-wai bou*" tempat berkumpulnya berbagai lapisan masyarakat. Kedai ini merupakan tempat membahas permasalahan yang berkembang di masyarakat baik negative maupun positif, mulai dari permasalahan ekonomi, sosial bahkan permasalahan politik praktispun tidak luput jadi bahan "perbincangan". Termasuk ide tentang pendirian organisasi Muhammadiyah menjadi gagasan hangat setelah kedatangan beberapa orang dari Kota Padangsidimpuan dan Kota Padang memberikan masukan pencerahan.[10]

Pada awal masuknya Muhammadiyah di Nias khususnya di Kota Gunungsitoli cukup mendapatkan perhatian dari pemerintah. Sedangkan di kalangan kaum muslim sendiri, keberadaan oraganisasi ini cukup kontroversial yaitu ada yang bisa menerimanya dan ada juga kurang menerimanya bahkan mendapat perkalakuan yang kurang baik. Pada mulanya perlakuan kaum muslim yang kurang menerima keberadaan organisasi ini bisa diterima oleh pengurus nya akan tetapi lama-kelamaan perlakuan meraka semakin menjadi-jadi, bahkan meraka sampai dicacimaki, dihina, serta dituduh yang bukan-bukan yang sudah melampauhi batas kesabaran.[11] Hal ini disebabkan karena masyarakat muslim setempat belum bisa menerima amalan-amalan yang dilakukan oleh oraganisasi ini, yang mereka berbeda dengan amalan-amalan yang mereka lakukan sehari-hari, seperti tidak adanya doa qunut dalam setiap shalat subuh, tidak adanya doa zikir bersama, dan doa bersama. Hal-hal inilah yang dianggap membuat sebahagian masyarakat di Kota Gunungsitoli kurang menerima keberadaan Muhammadiyah.[12]

Dikarenakan kepengurusan sebelumnya tidak berjalan dengan baik, maka pada tanggal 19-20 April 1934, dilaksanakan pemilihan pengurus baru. Dari pemilihan tersebut terpilihlah pengurus baru yang berjumlah 14 orang. Pada pemilihan yang baru inilah maka dibentuklah sebuah badan yang bergerak dalam bidang pendidikan yakni badan pengajaran. Pengurus Badan Pengajaran ini terdiri dari 7 orang, yaitu Ajun yang menjabat sebagai Ketua, Abdul Latif mejabat sebagai Sekretaris, Jalaluddin mejabat sebagai Bendahara. Pada tanggal 3 September1934 resmi dibuka sekolah Muhammadiyah

---

[10] Dung Rumandung, Mantan Sekretaris Cabang Muhammadiyah Kabupaten Nias Tahun 1990-an, Wawancara dilakukan di Gunungsitoli pada tanggal 18 April 2016

[11] *Ibid.*

[12] Farid Nuh Aceh, Mantan Sekretaris Cabang Muhammadiyah Kabupaten Nias tahun 1970, Wawancara dilakukan di Gunungsitoli pada tanggal 28 Pebruari 2014.

yaitu Hollands Inlandsche School (HIS) dan Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah. Yang menjadi kepala sekolah HIS adalah Abdurrahman Tanjung dan yang menjadi guru bantu adalah S. F. Al-Madani, sedangkan Ibtidaiyah yang menjadi kepala Sekolahnya adalah M. Syarif Labay Sutan dan dibantu oleh Mukhtar Zebua. Setelah Muhammadiyah berkembang di Kota Gunungsitoli maka pada tanggal 28 Oktober 1936 didirikanlah Ranting Muhammadiyah di Lahewa kemudian dibukalah sekolah HIS dan Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah, yang menjadi guru di sekolah HIS pada saat itu ialah Najamuddin sedangkan di Ibitidaiyah sendiri adalah Abdul Majid.

Kebijakan dakwah kultural muhammadiyah di Kota Gunungsitoli berawal dengan "dakwah pendidikan", dakwah yang dilakukan melalui jalur institusi pendidikan formal selain tabligh-tabligh yang diadakan secara berpindah-pindah di rumah pengurus yang satu ke rumah pengurus yang lain. Tahapan dakwah kultural ini pada awalnya masih seperti itu belum diadakan tabligh akbar atau pengajian yang mengundang masyarakat umum karena dianggap masyarakat luas belum bisa menerima berbagai doktrin yang dianggap agak "ekstrim".

Seiring dengan perkembangan zaman, akhirnya didirikanlah mesjid Taqwa Muhammadiyah Kampung Baru pada tahun 1988. Kajian-kajian keagamaan mulai dilakukan secara berangsur-angsur masyarakat mulai mengikuti pengajian rutin yang dilakukan di Mesjid Taqwa Muhammadiyah Hilir. Hingga sekarang pengajian rutin semakin mendapat perhatian masyarakat umum, dimana pengajian diadakan dua kali dalam seminggu, yakni pada malam kamis dan malam minggu. Kajian keaagamaan ini biasanya pada setiap malam minggu pengajian khusus kader Muhammadiyah dengan isi kajian sosialisasi hasil "Majelis Tarjih Muhammadiyah" sedangkan pada malam Kamis isi kajiannya adalah kajian keIslaman secara umum, baik masalahah ibadah *mahdhah* dan *ghaira mahdhah*.

Perkembangan terakhir, akhirnya kajian-kajian keislaman yang dimodifikasi para pengurus mesjid Taqwa terutama bagian dakwah (Ghalib, Hendri dan kawan-kawan) mengalami perubahan mengikuti dinamika masyarakat. Dimana pengajian rutin yang dilakukan dua kali setiap minggu dengan isi kajian tematik yang sudah ditentukan temanya. Dengan harapan tentunya akan menambah khazanah masyarakat "kader" dan lapisan masyarakat secara umum. Bahkan terkadang dalam kajian rutin ini diadakan impropisasi acara dengan menyiapkan *door price* bagi jamaah mesjid yang mengikuti pengajian tersebut.

Masyarakat Sasaran Dakwah

Dalam penjelasan "Mukaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah",[13] dikemukakan bahwa masyarakat sasaran dakwah ada dua kategori, yaitu: umat dakwah dan umat ijabah. Umat dakwah adalah manusia/masyarakat yang belum mau menerima ajaran Islam. Sementara umat ijabah adalah kalangan masyarakat yang sudah mau menerima ajaran Islam.

Terhadap umat dakwah, Muhammadiyah berkewajiban untuk menyampaikan ajaran Islam hinggga mereka mau menerima kebenaran ajaran Islam, setidak-tidaknya mereka mau mengerti dan tidak memusuhinya. Sedangkan terhadap umat ijabah kewajiban Muhammadiyah ialah menjaga dan memelihara agama mereka, serta berusaha memurnikan dan menyempurnakannya dalam "ilmu dan amalnya". Terhadap kedua komunitas sasaran dakwah ini, dilakukan pendekatan dakwah yang sifatnya menggembirakan (*tabsyîr*), pembaharuan (*tajdîd*), dan membangun (*i^{o}lâh*).

Secara demografis, umat dakwah terdapat pada masyarakat perkotaan dan pedesaan yang sosio-kulturalnya relatif sangat berbeda. Masyarakat pedesaan biasanya bersifat homogen, statis, tertutup, sinkretik, dan *taqlidi* (membebek) serta cenderung mengkultuskan tokoh kharismatik. Sedangkan masyarakat kota atau pesisir bersifat majemuk (heterogen) dan biasanya lebih dinamis, kompetitif, berpikir lebih terbuka, kritis, dan rasional. Dalam konteks keberagamaan warga Muhammadiyah, misalnya, praktik keagamaan warga yang tinggal di daerah pedesaan sekalipun cenderung berbeda dan bervariasi. Berdasarkan sebuah penelitian tahun 1997-1999 di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember, Jawa Timur, misalnya, ditemukan bahwa praktik keberagamaan warga Muhammadiyah ada empat bentuk, yaitu: al-Ikhlas, Kiai Dahlan, Munu (Muhammadiyah-NU), dan Marmud (Marheinis-Muhammadiyah) atau Munas (Muhammadiyah-Nasional).[14] Al-Ikhlas adalah tipe pengikut paling konsisten dan fundamentalis dalam mengamalkan Islam murni menurut syariah yang telah dibakukan dalam Tarjih Muhammadiyah. Sementara kelompok Kiai Dahlan beribadah sesuai tuntunan Tarjih Muhammadiyah, namun toleran terhadap praktik-praktik yang dipandang bersifat takhyul, bid'ah, dan khurafat. Kemudian, kelompok Munu (neotradisionalis) memandang

[13] PP. Muhammadiyah, "Muqaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah, Keterangan Pokok Pikiran Keenam," dalam Imron Nasri, Haedar Nashir, dan Didik Sudjarwo (editor), *op.cit*., hlm. 33-34.

[14] Abdul Munir Mulkhan, *Islam Murni dalam Masyarakat Petani*, (Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya, 2000), hlm. 252-254.

Tuhan lebih kompromis, pendengar, dan penerima do'a. Mereka cenderung mengamalkan upacara ritual "magis" untuk "membujuk" Tuhan agar memberi "perkenan" sehingga nasib dan rezekinya dalam bertani selalu baik. Mereka juga biasa melakukan *tahlilan, slametan,* dan berbagai kegiatan keagamaan yang sulit ditemukan dalam Tarjih Muhammadiyah. Sedangkan kelompok Munas (neosinkretik) percaya bahwa nasib adalah ketentuan mutlak Tuhan. Namun, bagi mereka, Tuhan adalah pemaaf, sehingga mereka suka berdo'a, *slametan*, dan *tahlilan* untuk tujuan magis. Mereka kurang menaati aturan syariah. Mereka sering terlibat upacara sinkretik. Perbedaan dan variasi keempat bentuk praktik keberagamaan itu sangat erat kaitannya dengan cara bagaimana Islam itu didakwahkan dalam latar kehidupan sosial-budaya masyarakat pedesaan.

Materi Dakwah

Dalam perjalanan sejarah dakwah Muhammadiyah, materi-materi dakwah yang disampaikan tampaknya disesuaikan dengan keadaan sosio-kultur masyarakat. Terhadap umat *dakwah* (masyarakat Islam sinkretik atau masyarakat non-Muslim), materi-materi dakwah yang dikemukakan lebih berdimensi akidah puritanistik, ibadah atau fiqh bercorak tarjih, dan akhlak mulia. Bobot tekanan kegiatan dakwahnya sering berwujud pemberantasan keyakinan dan praktik-praktik *takhyul*, *bid'ah*, dan *churafat* yang lazim disebut oleh kalangan warga persyarikatan Muhammadiyah dengan istilah penyakit TBC.

Kegiatan dakwah model puritanism ini bertujuan memberangus secara tuntas sikap dan perilaku masyarakat yang mentradisikan keyakinan dan faham dinamisme, paganisme, dan sinkretisme yang biasanya terdapat dalam adat-istiadat dan tradisi budaya masyarakat pedesaan. Muhammadiyah sangat kritis dan sangat anti terhadap segala bentuk ritual dan praktik-praktik keagamaan yang dipandang bercampur aduk secara sinkretik dengan tradisi para leluhur (atau sebaliknya). Dalam pandangan Muhammadiyah, pencampuran antara ajaran agama dan budaya tersebut tidak diajarkan oleh Al Qur'an dan tidak pula dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw. Atas dasar itu, gerakan dakwah Muhammadiyah dipandang tidak saja bertujuan untuk memurnikan keyakinan tauhid, akan tetapi juga berupaya untuk "menyingkirkan" secara evolusi (dalam pendekatan dakwah kultural) tata cara dan perilaku umat yang dipandang tidak rasional, kepada sikap dan perilaku modern yang tercerahkan dan berwawasan ke depan.

Sementara itu, bagi kalangan umat ijabah diberikan materi-materi dakwah yang berorientasi kepada aktualisasi spritualitas Islam serta pentingnya pembaharuan pemikiran bercorak islami.[15] Materi-materi dakwah dalam konteks ini berhubungan dengan upaya mewujudkan kehidupan islami di tengah-tengah masyarakat Muslim, khususnya warga persyarikatan Muhammadiyah, termasuk pada kader dan pimpinannya, dengan titik penekanan pada peningkatan pengamalan kesalihan moral dan ruhani. Misalnya, melalui ajaran kekhusyu'an menjalankan ibadah dan akhlak utama. Langkah ini ditempuh untuk mengatasi "kekeringan spiritual" sekaligus mengantisipasi maraknya orientasi kepada tasawuf di kalangan masyarakat Muslim dewasa ini.

Dalam pada itu, praktik keberagamaan berorientasi syariah tampaknya juga lebih disukai dan lebih mudah diterima oleh umat ijabah yang pada umumnya berprofesi sebagai pedagang, pegawai, dan kelas sosial tertentu. Bagi kalangan masyarakat yang secara sosiologis dapat dikategorikan sebagai kalangan masyarakat menengah dan tinggi (*middle and high class*) ini, materi dakwahnya lebih menonjolkan aspek fiqhiyah. Tampaknya, pola dakwah rasional lebih sesuai dan lebih dapat diterima oleh kalangan masyarakat ini. Sedangkan praktik keberagamaan model sufistik lebih mudah diterima kalangan masyarakat petani, buruh, dan komunitas profesional. Bagi kelompok ini, materi dakwah bercorak keruhanian dan akhlaq merupakan primadona.

Di samping itu, materi-materi dakwah yang tidak kalah pentingnya bagi umat ijabah adalah berhubungan dengan pembaharuan pemikiran di lingkungan Muhammadiyah yang dipadukan dengan kebijakan aktualisasi spritualitas Islami. Materi-materi seperti ini sengaja dikedepankan, terutama bagi kalangan terpelajar dan profesional, guna menciptakan warga persyarikatan, kader, dan pimpinan Muhammadiyah, selain mereka memiliki kekayaan spritualitas yang tinggi juga memiliki visi dan pemikiran yang luas mengenai pembaharuan Islam (*tadjîd*).[16]

Penyajian materi-materi seputar pembaharuan pemikiran Islam ini, sebagaimana lazimnya, sangat berpeluang membuka perbedaan pendapat. Sejauh menyangkut perbedaan tafsir atau pemahaman, terbuka pula sikap

---

[15]Imron Nasri, Haedar Nashir, dan Didik Sudjarwo (editor), *Manhaj Gerakan Muhammadiyah*, hlm. 475.

[16] PP Muhammadiyah, "Kebijakan Strategis Muhammadiyah", dalam Imron Nasri, Haedar Nashir, dan Didik Sudjarwo (editor), *ibid.*, hlm. 475-476.

"sepakat dalam perbedaan" tanpa harus melahirkan keretakan ukhuwah dan kepemimpinan dalam persyarikatan Muhammadiyah. Suatu hal positif yang tampak dipermukaan adalah bahwa kegiatan pembaharuan pemikiran ini dapat memberikan sumbangan yang berharga dalam memajukan kehidupan umat dan bangsa di tengah-tengah perkembangan zaman yang sangat pesat, dan sekaligus dapat mengatasi gejala "kejumudan pemikiran" yang belakangan ini bahkan sering dialamatkan kepada Muhammadiyah.

Pendekatan dan Metode Dakwah Kultural

Kegiatan Dakwah Kultural model Muhammadiyah dilakukan dengan terlebih dahulu mengkaji realitas sosio-kultur masyarakat. Berdasarkan hasil pemetaan yang dilakukan terhadap umat dakwah, para penggiat dan relawan kegiatan dakwah kemudian dipersiapkan dengan segala kemampuan yang maksimal dengan menggunakan pendekatan dakwah secara variatif, kreatif, inovatif, dan menarik. Para da'i yang secara organisatoris tergabung dalam Korps Muballigh Muhammadiyah diterjunkan ke lapangan sesuai dengan tingkat perkembangan dan kemajuan masyarakat. Dalam hal ini dibentuk pola pendekatan dakwah jama'ah,[17] berupa pembentukan jama'ah-jama'ah kecil berbasis jenis pekerjaan. Para penggiat dakwah berfungsi sebagai fasilitator mendampingi jama'ah-jama'ah kecil sesuai dengan keahliannya guna pemberdayaan masyarakat itu sendiri.[18] Dalam masyarakat pedagang misalnya, Muhammadiyah melakukan kegiatan dakwahnya melalui kebiasaan-kebiasaan atau kebutuhan-kebutuhan masyarakat secara kontekstual dan berhasil guna. Bagi masyarakat pedagang, model-model dakwah diupayakan sedekat mungkin dengan kebiasaan, pengetahuan, sikap, dan cara pandang para pedagang. Demikian seterusnya terhadap masyarakat nelayan, masyarakat petani, masyarakat kota, masyarakat industri, komunitas mahasiswa, pemuda, masyarakat buruh, pengrajin, pengamen, dst. model dakwah disesuaikan dengan tingkat pengetahuan (*ala qadri 'uqulihim*) dan kebiasaan mereka dalam berprofesi. Artinya,

[17] Dalam gerakan dakwah jama'ah ada empat komponen, yaitu: (a) inti jama'ah (anggota Muhammadiyah sebagai motor penggerak, pembimbing, dan Pembina); (b) dakwah jam'ah (dakwah yang dilakukan oleh inti jama'ah dengan pendekatan kesejahteraan); (c) jama'ah (kelompok keluarga di suatu tempat yang hendak dan berhasil didakwahi oleh inti jama'ah dengan sistem dakwah jama'ah). Pedoman Revitalisasi Ranting Muhammadiyah, "Materi Muktamar Muhammadiyah ke-46 di Yogyakarta, hlm. 15.

[18] Pedoman Revitalisasi Ranting Muhammadiyah, *ibid*., hlm. 16.

penggunaan pendekatan sosiologis, antropologis, politik, ekonomi, dan lain-lain dalam kegiatan dakwah mesti dilakukan. Pendekatan multi-dimensional dalam kegiatan dakwah kultural Muhammadiyah merupakan suatu keniscayaan.

Dalam tradisi dakwah kultural Muhammadiyah, umat ijabah misalnya, biasa didekati melalui metode konvensional. Biasanya kegiatan ini dilakukan melalui ceramah keagamaan dan ketauladanan sejak tingkat ranting, cabang, dan daerah. Sedangkan umat dakwah, didekati secara fungsional, transformatif, dan partisifatoris. Hal ini dilakukan melalui kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan dan keagamaan secara terorganisasi, sistematis, memberikan jalan keluar (solusi) bagi persoalan-persoalan yang dihadapi oleh umat, dan memberdayakan mereka dalam kehidupan secara psikologis, ekonomi, dan sosiologis. Muhammadiyah telah mencontohkan, ketika melihat umat dalam kebodohan dan ketertingalan, ia berupaya mendirikan sekolah-sekolah yang modern. Melihat umat di kepung oleh berbagai penyakit, ia mendirikan rumah sakit-rumah. Melihat umat dalam kemiskinan dan terlantar, ia mendirikan panti-panti asuhan, dll.

Sejalan dengan dinamikan perubahan dan perkembangan zaman, Muhammadiyah juga menggunakan pendekatan-pendekatan baru, misalnya, melalui pelatihan-pelatihan keahlian, dialog dan diskusi, pendampingan masyarakat, memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai pihak, seperti LSM, ormas-ormas, pemerintahan, dll. Kemudian daripada itu, memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi, Muhammadiyah berupaya membuat kemasan baru dalam berdakwah. Misalnya, melalui sarana sinematografi (film *Sang Pencerah*), Muhammadiyah berupaya menyampaikan kisah perjuangan dakwah Islam di Indonesia sebagaimana yang dilakukan oleh K.H. Ahmad Dahlan beserta para sahabatnya, dengan harapan pesan-pesan keagamaan, ketauladanan, dan kepemimpinan, misalnya, dapat lebih berterima di kalangan masyarakat banyak sesuai dengan tingkat pengetahuan, pekerjaan, tempat tinggal, dan latar sosio-kulturalnya masing-masing.

Ringkasnya, pendekatan dakwah kultural Muhammadiyah dilakukan berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan atau keperluan masyarakat dakwahnya. Untuk itu, tentu saja dibutuhkan kemampuan dalam mendisain model penelitian sosial kemasyarakatan dan keagamaan, sehingga strategi dan kiat-kiat dakwah yang diputuskan dapat sesuai dan tepat sasaran. Dalam pada itu, Muhammadiyah berupaya membangun jaringan kerja (dakwah) dengan berbagai ormas atau lembaga-lembaga sosial kemasyarakatan (LSM),

kalangan pemerintah, tokoh-tokoh masyarakat, dan bahkan kalangan selebritis. Gebrakan seperti itu penting bagi terwujudkan kemaslahatan bersama. Tidak hanya bagi umat Islam, tetapi juga bermanfaat bagi seluruh umat manusia.

Respons Masyarakat terhadap Dakwah Kultural Muhammadiyah: Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan

Dakwah Kultural model Muhammadiyah, secara kasat mata, di usianya yang telah mencapai satu abad lebih, dinilai telah cukup berhasil memobilisasi masyarakat Islam untuk berpartisipasi melakukan purifikasi dan pembaharuan dalam kehidupan masyarakat Muslim dengan berbagai corak dan dimensinya masing-masing. Secara formal organisatoris, Dakwah Kultural model Muhammadiyah telah melahirkan hingga satu juta jiwa anggota tetap sebagai kader-kader resmi Muhammadiyah. Mereka berasal dari berbagai latar belakang sosial dan profesi yang sangat beragam, seperti: muballigh, budayawan, ulama, cendekiawan, politisi, sejarawan, dokter, dan lain-lain. Tidak jarang di antara mereka memiliki reputasi internasional dan nasional.[19]

Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh Muhammadiyah itu, berhasil mengembangkan dan membudayakan etos gerakan dakwah berbasis moral puritanistik dan sekaligus menjadi identitas utama mereka dalam aktivitas kehidupannya. Akibatnya, dengan semangat "berlomba-lomba berbuat kebajikan" dan spirit gotong-royong antarsesama warga persyarikatan, Muhammadiyah telah berhasil mewujudkan kekayaan amal usaha yang konon secara kuantitas tidak ada tandingannya di dunia Islam zaman kontemporer. Pada tahun 2010 saja, tidak kurang 13.000 lembaga pendidikan dimiliki oleh Muhammadiyah, sejak dari tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) sampai Perguruan Tinggi (PT). 345 usaha kesehatan dan rumah sakit, 330 panti asuhan, 19 Badan Perkreditan Rakyat (BPR), 190 Baitul Mal wa Tamwil (BMT), 808 koperasi, jutaan hektar tanah wakaf, dan lain-lain.[20]

Namun, mayoritas anggota atau warga persyarikatan Muhammadiyah itu beserta segala amal usaha Muhammadiyah hanya dapat berkembang di kalangan masyarakat pesisir atau masyarakat urban/perkotaan. Dakwah Kultural model Muhammadiyah relatif diterima secara simpatik dan dinamis

[19] Abdul Munir Mulkhan, "Kata Pengantar", dalam Nadjamuddin Ramly dan Hery Sucipto, *Ensiklopedi Tokoh Muhammadiyah*, (Jakarta: Best Media Utama, 2010), hlm. 17.

[20] Nadjamuddin Ramly dan Hery Sucipto, *ibid*., hlm. 9-10.

oleh masyarakat yang heterogen, dinamis, rasional, dan modern. Didukung oleh amal usahanya, Dakwah Kultural moral Muhammadiyah cukup memperoleh respons yang sangat baik dan cukup simpatik. Masyarakat perkotaan relatif dapat memahami dan menerima model dakwah Muhammadiyah yang tertata secara organisatoris, di satu sisi, dan di sisi lain gerakan dakwahnya dipandang mampu menghubungkan tuntutan realitas kebutuhan umat dengan tetap berpedoman kepada ayat-ayat Al Qur'an secara timbal balik.

Berbeda dengan respons masyarakat urban-perkotaan, respons masyarakat pedesaan (terutama para tokoh adat dan tokoh masyarakatnya) yang secara antropologis pada umumnya sangat fanatik memegang teguh tradisi dan adat istiadat, bersikap kurang simpatik—untuk tidak mengatakan antipati—terhadap Muhammadiyah. Tampaknya, mereka memandang bahwa model dakwah Muhammadiyah merupakan alat pemusnah adat istiadat dan tradisi nenek moyang mereka yang dipandang sakral dan sudah mapan (*taken for granted*). Sementara Dakwah Muhammadiyah seperti itu tidak saja dipandang "mengusik" keluhuran adat dan budaya leluhur, akan tetapi juga dianggap dapat menghilangkan warisan budaya mereka. Di samping itu, dapat pula dipandang mengusik status, fungsi, dan kepentingan para tokoh adat dalam kehidupan sosial-budaya. Pencitraan seperti itu terhadap Muhammadiyah, agaknya, hingga kini masih saja lekat di benak masyarakat pedesaan pada umumnya.

Agaknya, secara sosio-kultural, sikap simpatik warga perkotaan terhadap model dakwah organisatoris ini tidak terlepas dari tingkat pengetahuan dan pemahaman serta mobilitas interaksi masyarakat kota yang jauh lebih aktif, luas, dan majemuk. Dalam pada itu, masyarakat Muslim kota kelas menengah lebih mengedepankan nilai-nilai rasionalitas, objektivitas, kreativitas, efektivitas, efisiensi dan hasil guna. Akibatnya, dibandingkan di wilayah pedesaan, kiprah organisasi Muhammadiyah lebih memperoleh tempat yang lebih luas di kalangan masyarakat pesisir, urban/perkotaan.

Tidak terkecuali di Gunungsitoli Nias terutama di daerah pesisir kota (karena Nias di kelilingi lautan). Maksudnya Penerimaan masyarakat Gunungsitoli Nias terhadap gerakan dakwah Muhammadiyah berawal dari pesisir perkotaan (baca: daerah pasar Gunungsitoli). Hal ini juga disebabkan mayoritas pedagang yang ada di Gunungsitoli Nias adalah "orang awak" (Minangkabau). Tingkat intelektualitas serta pemikiran modernis seperti ini lekat dengan warga perkotaan (termasuk pesisir perkotaan). Setidaknya, fenomena ini dapat dijelaskan dari latar belakang para simpatisan

dan warga persyarikatan Muhammadiyah perkotaan. Mereka berlatar belakang ekonomi, politik, budaya, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal yang berbeda-beda. Para anggota dan simpatisannya, pada umumnya berprofesi sebagai pedagang, intelektual, birokrat, politisi, dan lain-lain.

Penutup

Dakwah kultural model Muhammadiyah pada prinsipnya tidak bertentangan dengan semangat dan prinsip Dakwah Islam yang dicanangkan dalam Muqaddimah Anggaran Dasar Muhammadiyah. Yaitu, model dakwah Islam yang tidak semata-mata mengedepankan aspek verbal dan ketauladanan dalam rangka memahami dan mengamalkan ajaran agama Islam dalam kehidupan masyarakat, akan tetapi juga berorientasi pada pembebasan umat secara *transformatif-partisipatoris* atas dasar nilai-nilai tauhid dan nilai-nilai luhur kemanusiaan. Hanya saja, dalam perjalanannya, model Dakwah Kultural Muhammadiyah mengalami pasang-surut prioritas dan orientasi dalam hal strategi dan metode yang dipilihnya, sesuai dengan letak demografis, situasi sosial-budaya, dan tingkat pengetahuan masyarakat dakwah. Jika pada masa-masa awal berdiri Muhammadiyah, model Dakwah Kulturalnya lebih menekankan aspek akidah dan moralitas sosial kemasyarakatannya, maka dalam masa-masa selanjutnya lebih mengedepankan aspek legalitas-fiqhiahnya. Lalu, di era kekinian, semangat Dakwah Kulturalnya tampaknya lebih diarahkan kepada dimensi akidah dan moralitas sosialnya dengan menambahkan sentuhan sufistik modern di dalamnya tanpa meninggalkan semangat *tajdîd*-nya yang bercorak transformatif-partisipatoris.

Pendekatan dakwah kultural Muhammadiyah di Kota Gunungsitoli tidak berbeda dengan daerah lain, yaitu dakwah secara tabligh di masjid, dakwah "tausiah" arisan di rumah-rumah kader, serta kegiatan dakwah takziah jika ada kemalangan. Disamping itu yang terpenting dan ciri khas gerakan dakwah kultural Muhammadiyah adalah dengan dakwah "pendidikan": mulai dari Taman Pendidikan Alquran, Sekoldah Dasar (SD) Muhammadiyah. Sehingga banyak kegiatan dakwah selain di masjid Taqwa Muhammadiyah juga dipusatkan di aula Perguruan Muhaammadiyah yang terletak di Jalan Karet Kota Gunungsitoli.

Materai dakwah kulturalnya di awal-awal masih terfokus kepada pemberantasan TBC (Tahayul, Bidah dan Churafat), namun seiring dengan pergeseran waktu berkembang pada materi-materi actual seperti kajian Tauhid, ekonomi syariah dan kajian-kajian tematik lainnya.

DAFTAR REFERENSI

Abdullah, M. Amin. *Religiusitas Kebudayaan Muhammadiyah*, dalam *Dinamika Islam Kultural*. Bandung: Mizan, 2000.

_____, *Filosofi dan Paradigma Pendidikan: Belajar dari Muhammadiyah*, dalam *Pendidikan Agama Era Multikultural Multireligius*. Jakarta: PSAP, 2005.

A.R. Sutan Ibrahim, dkk, *Sejarah Perkembangan Muhammadiyah di Nias,* (Dokumen, Muhammadiyah, 1958).

Dung Rumandung, Mantan Sekretaris Cabang Muhammadiyah Kabupaten Nias Tahun 1990-an, Wawancara dilakukan di Gunungsitoli pada tanggal 18 April 2016

Farid Nuh Aceh, Mantan Sekretaris Cabang Muhammadiyah Kabupaten Nias tahun 1970, Wawancara dilakukan di Gunungsitoli pada tanggal 28 Pebruari 2014.

Mulkhan, Abdul Munir. *Dakwah Kultural Muhammadiyah*, dalam *Kesalehan Multikultural*, Jakarta: PSAP, 2005.

_____, *Pokok-pokok Pikiran Dakwah Kultural*, dalam Abdul Munir Mulkhan, *Kesalehan Multikultural*, Jakarta: PSAP, 2005.

Nashir, Haedar, *Restrukturisasi Perkaderan Muhammadiyah*, dalam Edy Suandi Hamid, dkk. (Penyunting), *Rekonstruksi Gerakan Muhammadiyah pada Era Multiperadaban*, Yogyakarta: UII Press, 2000.

Nasri, Imron, Nashir, Haedar dan Sudjarwo, Didik (editor). *Manhaj Gerakan Muhammadiyah*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah dan Majelis Kader PP Muhammadiyah, 2009.

Pedoman Revitalisasi Ranting Muhammadiyah, Materi Muktamar Muhammadiyah ke-46, di Yogyakarta.

Praktiknya, A. Watik. *Konsep dan Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah*. Makalah disampaikan pada Seminar Antarbangsa Pengajian Dakwah Islam Malaysia-Indonesia, 18 Mei 2002, di Hotel Garuda, Medan.

Sholeh, A. Rosyad. "Rekonstruksi Pengkaderan dan Keanggotaan (Penataan Organisasi dan Pembinaan Ranting," dalam Edy Suandi Hamid, dkk. (Penyunting). *Rekonstruksi Gerakan Muhammadiyah pada Era Multiperadaban*. Yogyakarta: UII Press, 2000.

RIWAYAT PENULIS

M. Abdi Lubis, lahir di Aek Bargot, Kabupaten Padanglawas (Aek Bargot), Sumatera Utara, 10 Mei 1974. Dosen STKIP Tapanuli Selatan (sekarang sudah menjadi IPTS Tapsel) dari tahun 2004-2012. Sekarang menjabat Ketua STAI-Nias Gunungsitoli (Tahun 2018-2022), Dosen luar biasa pada Program Magister Komunikasi Islam (S-2) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Medan. Da'i dan Penggiat Spritual dan dakwah di Kepuluan Nias dan Sumbagut.

Memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Ag) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dari Fakultas Dakwah IAIN Imam Bonjol Padang Sumatera Barat (1997), gelar Magister Sains (M.Si) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung tahun 2001.

Memperoleh gelar Doktor dari Jurusan Komunikasi Islam (KOMI) Program Pasca Sarjana UIN Sumatera Utara (UIN SU) Medan pada bulan November 2016.

Karya-karya ilmiah: Buku Kapita Selekta Komunikasi Islam, Perspektif Sosial Budaya dan Agama (Tahun 2017); Menulis beberapa kajian Jurnal Ilmiah pada Jurnal Pendidikan dan Agama "An-Nahdhah) STAI Nias Gunungsitoli.

Buku ini termasuk salah satu kajian komunikasi dakwah yang mengkolaborasikan antara kajian dakwah dengan kemampuan public speaking (retorika). Integrasi dakwah dan komunikasi interaktif kemampuan berbicara di depan umum dengan pendekatan teoritis sekaligus juga aflikatif. Konten buku ini terdiri dari delapan bagian. Bagian satu: Hakikat Dakwah: Ontologi Ilmu Dakwah. Bagian dua: Unsur-unsur, Prinsip Dakwah dan Metodologi Dakwah. Bagian tiga: Da'i Profesional: Karakteristik dan Kompetensi. Bagian empat: Problematika Dakwah: Kajian Anatomi Penyakit Dakwah di Era Modern. Bagian lima: Hakikat Retorika dan Urgensi Mempelajarinya. Bagian enam: Tabiat Massa (Dinamika dan Karakteristik). Bagian tujuh: Teknik Berpidato (Kajian Aplikasi Retorika dalam Berpidato). Bagian delapan: Dakwah Kultural Muhammadiyah (Studi Dakwah Kultural Muhammadiyah di Gunungsitoli Nias).

M. Abdi Lubis, lahir di Aek Bargot, Kabupaten Padanglawas (Aek Bargot), Sumatera Utara, 10 Mei 1974. Dosen STKIP Tapanuli Selatan (sekarang sudah menjadi IPTS Tapsel) dari tahun 2004-2012. Sekarang menjabat Ketua STAI-Nias Gunungsitoli (Tahun 2018-2022), Dosen luar biasa pada Program Magister Komunikasi Islam (S-2) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Medan. Da'i dan Penggiat Spritual dan dakwah di Kepuluan Nias dan Sumbagut.

Memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Ag) Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dari Fakultas Dakwah IAIN Imam Bonjol Padang Sumatera Barat (1997), gelar Magister Sains (M.Si) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung tahun 2001.

Memperoleh gelar Doktor dari Jurusan Komunikasi Islam (KOMI) Program Pasca Sarjana UIN Sumatera Utara (UIN SU) Medan pada bulan November 2016.

Karya-karya ilmiah: Buku Kapita Selekta Komunikasi Islam, Perspektif Sosial Budaya dan Agama (Tahun 2017); Menulis beberapa kajian Jurnal Ilmiah pada Jurnal Pendidikan dan Agama "An-Nahdhah) STAI Nias Gunungsitoli.

Perdana Publishing
PENERBIT BUKU UMUM & PERGURUAN TINGGI
Jl. Sosro No.16A Medan 20224, Tel 061-77151020
Fax 061-7347756 Email. perdanapublishing@gmail.com

ISBN 978-623-7160-16-8
9 786237 160168