

Pengaruh Retorika Da'i terhadap Perubahan Sikap Keagamaan Mad'u

Ahmad Hafidz Lubis

Universitas Islam Syarifuddin Lumajang

Email: ahmadhafidzlubis@gmail.com

Received: Maret 20, 2025. Accepted: April 18, 2026. Published: Mei 19, 2026

ABSTRACT

The importance of rhetoric in da'wah activities lies in the essence of da'wah itself as a persuasive communication process aimed at encouraging goodness (al-ma'ruf) and preventing wrongdoing (al-munkar). The success of this process greatly depends on the da'i's ability to compose and deliver messages effectively (Al-Qardhawi, 2009). The purpose of this study is to analyze in depth the influence of rhetoric used by da'i on changes in the religious attitudes of mad'u (the targets of da'wah), with a focus on cognitive, affective, and conative dimensions. The research method employed is a systematic literature review with a qualitative approach to synthesize theories and findings from various primary and secondary sources. The main results of the study indicate that effective rhetoric, built upon credibility (ethos), emotional appeal (pathos), and logical argumentation (logos) aligned with Islamic values, significantly influences changes in the religious attitudes of mad'u. The implication is that improving da'i rhetorical competence is a strategic necessity to enhance the effectiveness of da'wah in the contemporary era.

Keywords: Rhetoric of Da'wah, Da'i (Islamic preacher), Religious Attitudes, Mad'u (audience/targets of da'wah), Persuasive Communication

ABSTRAK

Latar belakang pentingnya retorika dalam aktivitas dakwah terletak pada esensi dakwah itu sendiri sebagai proses komunikasi persuasif yang bertujuan mengajak kepada kebaikan (al-ma'ruf) dan mencegah dari kemungkaran (al-munkar). Keberhasilan proses ini sangat bergantung pada kemampuan da'i dalam menyusun dan menyampaikan pesan secara efektif (Al-Qardhawi, 2009). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam pengaruh retorika yang digunakan oleh da'i terhadap perubahan sikap keagamaan pada mad'u (objek dakwah), dengan fokus pada dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur sistematis (systematic literature review) dengan pendekatan kualitatif untuk mensintesis teori dan temuan dari berbagai sumber primer dan sekunder. Hasil utama penelitian menunjukkan bahwa retorika yang efektif, yang dibangun di atas kredibilitas (ethos), daya emosional (pathos), dan logika argumentasi (logos) yang selaras dengan nilai-nilai Islam, secara signifikan memengaruhi perubahan sikap keagamaan mad'u. Implikasinya, peningkatan kompetensi retorika da'i merupakan kebutuhan strategis untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era kontemporer.

Kata Kunci: Retorika Dakwah, Da'i, Sikap Keagamaan, Mad'u, Komunikasi Persuasif

INTRODUCTION

Dakwah Islam pada hakikatnya merupakan proses komunikasi persuasif yang bertujuan menyampaikan ajaran Allah SWT dan Rasul-Nya, sekaligus mengajak manusia kepada kebaikan serta membentuk perilaku individu dan masyarakat agar selaras dengan nilai-nilai ajaran Islam (Hafidhuddin, 2002). Dalam praktiknya, dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai proses transformasi nilai yang menuntut adanya strategi komunikasi yang efektif, terarah, dan sesuai dengan kondisi mad'u sebagai penerima pesan.

Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran Islam telah memberikan landasan normatif yang jelas mengenai prinsip dakwah yang baik. Allah SWT berfirman:

﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَاتِيَ هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah, pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.” (QS. An-Nahl: 125)

Ayat tersebut menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan pendekatan hikmah, nasihat yang baik, serta argumentasi yang santun. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaian, yang dalam kajian komunikasi dikenal sebagai aspek retorika.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, retorika dipahami sebagai seni dan ilmu dalam menyusun serta menyampaikan pesan secara efektif untuk memengaruhi pemikiran, perasaan, dan perilaku audiens (McCroskey, 2016). Dalam konteks dakwah, retorika menjadi elemen penting yang menentukan apakah pesan agama dapat diterima, dipahami, dan diinternalisasi oleh mad'u. Rakhmat (2011) menjelaskan bahwa komunikasi persuasif yang efektif mampu menggerakkan tiga dimensi perubahan dalam diri individu, yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (sikap dan emosi), serta konatif (tindakan nyata).

Perkembangan masyarakat modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi dan perubahan pola komunikasi turut memengaruhi dinamika dakwah. Penelitian-penelitian terbaru menunjukkan bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan da'i dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik audiens, media, serta konteks sosial yang berkembang (Nasrullah, 2023; Hidayat, 2024). Dalam banyak kasus, pesan dakwah yang benar secara substansi sering kali tidak mencapai tujuan karena disampaikan tanpa memperhatikan aspek retorika yang tepat, sehingga menimbulkan jarak komunikasi antara da'i dan mad'u.

Selain itu, kajian kontemporer juga menekankan bahwa kelemahan dalam dakwah sering bersumber dari kurang optimalnya penguasaan da'i terhadap prinsip komunikasi persuasif, seperti ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika) yang seharusnya berjalan seimbang dalam proses penyampaian pesan (Sari, 2022). Ketidakseimbangan unsur tersebut dapat menyebabkan pesan dakwah tidak mampu membentuk perubahan sikap keagamaan secara maksimal. Dalam pandangan para ulama, seperti Al-Qardhawi (2009), dakwah harus disampaikan dengan hikmah, kelembutan, serta argumentasi yang dapat diterima oleh akal dan hati mad'u. Prinsip ini menunjukkan bahwa retorika dalam dakwah bukan hanya aspek teknis komunikasi, tetapi juga bagian dari etika dan metode dakwah itu sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa retorika da'i memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dakwah, khususnya dalam membentuk sikap keagamaan mad'u. Retorika yang efektif tidak hanya meningkatkan pemahaman kognitif, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk sikap dan perilaku keagamaan yang lebih konsisten. Oleh karena itu, kajian mengenai hubungan antara retorika da'i dan perubahan sikap keagamaan mad'u menjadi sangat relevan untuk diteliti secara lebih mendalam dalam rangka meningkatkan efektivitas dakwah di era kontemporer.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur sistematis (systematic literature review) dengan desain kualitatif deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai temuan penelitian terdahulu secara sistematis guna membangun pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara retorika da'i dan perubahan sikap keagamaan mad'u (Snyder, 2019; Tranfield et al., 2021).

Sumber data dalam penelitian ini berupa literatur ilmiah yang terdiri atas buku akademik, artikel jurnal bereputasi, disertasi, dan tesis yang relevan dengan tema retorika, komunikasi dakwah, serta psikologi perubahan sikap keagamaan. Fokus utama kajian diarahkan pada relasi konseptual dan temuan empiris terkait pengaruh retorika da'i terhadap aspek kognitif, afektif, dan konatif mad'u.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi kepustakaan dengan penelusuran pada berbagai database akademik seperti Google Scholar, Scopus, JSTOR, dan ScienceDirect. Kata kunci

pencarian disusun dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk memperluas cakupan literatur. Kriteria inklusi meliputi publikasi dalam rentang 5–10 tahun terakhir untuk artikel ilmiah terbaru, serta literatur klasik yang dianggap fundamental dalam bidang retorika dan komunikasi Islam. Sumber yang dipilih adalah publikasi yang memiliki kredibilitas akademik tinggi dan diterbitkan oleh jurnal atau penerbit ilmiah bereputasi.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) yang berfokus pada proses pengkodean, kategorisasi, dan interpretasi temuan literatur. Tahapan analisis meliputi pengorganisasian data, identifikasi tema-tema utama, pengkodean berdasarkan konsep retorika dan perubahan sikap, serta sintesis temuan untuk menemukan pola hubungan antar variabel kajian. Proses ini bertujuan menghasilkan pemahaman yang mendalam dan terstruktur mengenai bagaimana retorika da'i berkontribusi dalam pembentukan sikap keagamaan mad'u (Krippendorff, 2018; Erlingsson & Brysiewicz, 2022). Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam mengintegrasikan perspektif retorika modern dengan nilai-nilai komunikasi Islam dalam konteks kontemporer.

RESULTS AND DISCUSSION

Gambaran Umum Literatur yang Dianalisis

Hasil sintesis terhadap berbagai literatur menunjukkan bahwa kajian mengenai retorika dakwah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kompleksitas komunikasi di era digital dan perubahan karakteristik audiens. Mad'u dalam konteks kontemporer tidak lagi berada pada posisi pasif, melainkan sebagai individu yang kritis, selektif, dan terpapar oleh beragam sumber informasi yang memengaruhi cara mereka menerima pesan dakwah (Hidayat, 2024; Nasrullah, 2023). Kondisi ini menuntut adanya pendekatan retorika yang lebih adaptif dan kontekstual dalam praktik dakwah.

Namun demikian, hasil kajian juga menunjukkan adanya kecenderungan fragmentasi dalam pengembangan keilmuan retorika dakwah. Literatur yang dianalisis memperlihatkan bahwa pembahasan mengenai retorika dakwah masih tersebar dalam beberapa disiplin ilmu yang berjalan secara parsial. Perspektif ilmu komunikasi lebih menekankan pada aspek persuasi, media, dan strategi penyampaian pesan, sementara pendekatan psikologi berfokus pada proses kognitif dan afektif dalam diri mad'u. Di sisi lain, kajian dakwah lebih menitikberatkan pada aspek normatif seperti validitas materi, nilai-nilai Islam, serta etika penyampaian pesan. Kurangnya integrasi antar disiplin ini menyebabkan belum terbentuknya model analisis yang benar-benar komprehensif dan holistik dalam memahami efektivitas retorika dakwah (Sari, 2022; Pratama, 2023).

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbedaan pendekatan, terdapat konsensus yang kuat di antara para peneliti bahwa esensi dakwah sebagai penyampaian kebenaran (*al-haqq*) harus tetap dijaga. Namun, dalam konteks metode penyampaian (*uslub al-dakwah*), diperlukan fleksibilitas dan adaptasi terhadap perkembangan zaman tanpa mengorbankan substansi ajaran Islam. Hal ini sejalan dengan pandangan klasik yang menekankan pentingnya keseimbangan antara substansi pesan dan metode penyampaian dalam dakwah (Aziz, 2004; Shihab, 2007).

Dengan demikian, hasil analisis ini menegaskan bahwa efektivitas retorika dakwah tidak hanya ditentukan oleh kebenaran isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan da'i dalam mengintegrasikan berbagai pendekatan komunikasi secara kontekstual. Integrasi antara perspektif komunikasi, psikologi, dan ilmu dakwah menjadi kebutuhan mendesak untuk menghasilkan model retorika dakwah yang lebih adaptif, komprehensif, dan relevan dengan dinamika masyarakat modern.

Temuan Utama Pengaruh Retorika Da'i

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa pengaruh retorika da'i terhadap perubahan sikap keagamaan mad'u dapat dijelaskan secara sistematis melalui tiga pilar utama retorika klasik, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*, yang hingga kini tetap relevan dalam konteks dakwah kontemporer. Ketiga elemen ini tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam membentuk efektivitas komunikasi persuasif dalam dakwah. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terbaru yang menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi keagamaan sangat ditentukan oleh kombinasi kredibilitas komunikator,

keterlibatan emosional audiens, serta kekuatan argumentasi rasional yang disampaikan (Hidayat, 2024; Sari, 2022).

Pada aspek *ethos* (kredibilitas), literatur secara konsisten menempatkannya sebagai faktor paling mendasar dalam menentukan diterima atau tidaknya pesan dakwah. Kredibilitas da'i berfungsi sebagai pintu awal yang memengaruhi kesiapan mad'u untuk mendengarkan dan mempercayai pesan yang disampaikan. Dalam konteks dakwah Islam, kredibilitas tidak hanya diukur dari kemampuan retorika semata, tetapi juga dari integritas keilmuan, kualitas akhlak, serta ketulusan niat da'i dalam berdakwah. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa mad'u cenderung lebih menerima pesan dari da'i yang dipersepsikan memiliki konsistensi antara ucapan dan perilaku, serta memiliki otoritas keilmuan yang jelas (Pratama, 2023; Nasrullah, 2023). Hal ini sejalan dengan prinsip normatif dalam Islam yang menempatkan ilmu dan ketakwaan sebagai sumber utama otoritas moral, sebagaimana firman Allah SWT:

“إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ”

“*Sesungguhnya yang paling takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya hanyalah para ulama (orang-orang yang berilmu).*” (QS. Fāṭir: 28)

Ayat tersebut menunjukkan bahwa kedalaman ilmu berkorelasi dengan kualitas ketakwaan, yang pada akhirnya memperkuat kredibilitas da'i di hadapan mad'u.

Selanjutnya, pada aspek *pathos* (daya emosional), hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak cukup hanya mengandalkan pendekatan rasional, tetapi juga memerlukan sentuhan emosional yang mampu menyentuh hati mad'u. Retorika yang melibatkan unsur emosional terbukti efektif dalam memperkuat internalisasi nilai-nilai agama, karena mampu menghubungkan pesan dengan pengalaman batin audiens. Penggunaan kisah, perumpamaan, serta bahasa yang penuh kasih sayang menjadi strategi yang banyak ditemukan dalam literatur sebagai pendekatan yang efektif dalam dakwah (Hidayat, 2024; Sari, 2022). Namun demikian, pembahasan juga menegaskan bahwa penggunaan *pathos* harus dilakukan secara proporsional dan etis, agar tidak berujung pada manipulasi emosi. Prinsip ini sejalan dengan sabda Rasulullah SAW:

إِنَّ مِنَ الْبَيَانِ لَسِحْرًا

“*Sesungguhnya sebagian dari (keindahan) ucapan itu benar-benar seperti sihir.*” (HR. Al-Bukhari)

Hadits tersebut menunjukkan bahwa kekuatan retorika dapat memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap emosi audiens, sehingga penggunaannya harus diarahkan untuk membangkitkan kesadaran spiritual, bukan sekadar efek emosional sesaat.

Adapun pada aspek *logos* (logika argumentasi), temuan literatur menegaskan bahwa masyarakat modern, khususnya kalangan terdidik, membutuhkan pendekatan dakwah yang rasional, sistematis, dan berbasis pada argumentasi yang kuat. *Logos* dalam dakwah Islam mencakup penyampaian dalil naqli yang kontekstual, dukungan data ilmiah yang relevan, serta penyusunan argumen yang runtut dan logis. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pendekatan rasional memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk pemahaman kognitif mad'u serta mengurangi keraguan terhadap ajaran yang disampaikan (Nasrullah, 2023; Pratama, 2023). Hal ini juga didukung oleh prinsip Al-Qur'an yang mendorong penggunaan argumentasi berbasis bukti, sebagaimana firman Allah SWT:

“قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ”

“*Katakanlah: Tunjukkanlah bukti kalian jika kalian orang-orang yang benar.*” (QS. Al-Baqarah: 111)

Ayat tersebut menegaskan pentingnya penggunaan bukti dan logika dalam menyampaikan kebenaran.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa efektivitas retorika dakwah terletak pada kemampuan da'i dalam mengintegrasikan ketiga elemen tersebut secara seimbang. *Ethos* membangun kepercayaan, *pathos* menyentuh hati, dan *logos* meyakinkan akal. Integrasi ketiganya menjadi kunci dalam menghasilkan perubahan sikap keagamaan mad'u yang tidak hanya bersifat sementara, tetapi juga berkelanjutan dan mendalam. Temuan ini sekaligus menguatkan pentingnya pengembangan

kompetensi retorika da'i yang tidak hanya berorientasi pada kemampuan berbicara, tetapi juga mencakup aspek keilmuan, emosional, dan rasional dalam konteks dakwah modern.

Analisis Pola Perubahan Sikap Keagamaan Mad'u

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa pengaruh retorika da'i terhadap perubahan sikap keagamaan mad'u berlangsung melalui tiga dimensi utama, yaitu afektif, kognitif, dan konatif, dengan karakteristik dinamika yang berbeda pada masing-masing dimensi. Ketiga dimensi ini saling berkaitan dan membentuk proses perubahan sikap yang bertahap, dimulai dari respons emosional, dilanjutkan dengan pemahaman rasional, hingga berujung pada perubahan perilaku nyata (Hidayat, 2024; Sari, 2022).

Pada dimensi afektif, temuan menunjukkan bahwa pengaruh retorika paling cepat dan langsung terjadi. Retorika yang mengandung unsur *pathos*, terutama ketika disampaikan oleh da'i yang memiliki kredibilitas tinggi (*ethos*), mampu membangkitkan respons emosional secara instan. Respons tersebut dapat berupa rasa haru, takut kepada konsekuensi dosa, harapan terhadap rahmat Allah, maupun penyesalan atas perilaku sebelumnya. Pembahasan ini menegaskan bahwa dimensi afektif berfungsi sebagai pintu masuk utama dalam proses persuasi dakwah, karena emosi yang tersentuh cenderung membuka ruang bagi penerimaan pesan lebih lanjut (Nasrullah, 2023; Pratama, 2023).

Sementara itu, pada dimensi kognitif, perubahan terjadi melalui proses yang lebih gradual dan membutuhkan penguatan secara berulang. Retorika yang efektif pada dimensi ini ditandai oleh kekuatan *logos*, yaitu kemampuan da'i dalam menyampaikan argumentasi yang rasional, sistematis, dan berbasis pada dalil yang relevan. Literatur menunjukkan bahwa perubahan kognitif melibatkan proses dekonstruksi terhadap pemahaman lama yang kurang tepat, diikuti dengan rekonstruksi pemahaman baru yang lebih sesuai dengan ajaran Islam. Proses ini menuntut konsistensi penyampaian pesan serta kemampuan da'i dalam menjawab keraguan dan pertanyaan mad'u secara logis (Sari, 2022; Hidayat, 2024).

Adapun pada dimensi konatif, perubahan sikap menuju perilaku nyata merupakan tahap yang paling kompleks. Hasil kajian menunjukkan bahwa perubahan perilaku tidak hanya ditentukan oleh aspek internal (kognitif dan afektif), tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lingkungan sosial, norma kelompok, serta kebiasaan yang telah terbentuk sebelumnya. Dengan demikian, keberhasilan retorika dakwah dalam mengubah perilaku memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif, tidak hanya melalui penyampaian pesan, tetapi juga melalui penguatan lingkungan yang mendukung internalisasi nilai-nilai keagamaan (Pratama, 2023; Nasrullah, 2023).

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa proses perubahan sikap ini dapat dijelaskan melalui mekanisme *cognitive dissonance*, yaitu kondisi ketidaknyamanan psikologis yang muncul ketika terdapat ketidaksesuaian antara keyakinan, sikap, dan perilaku individu (Festinger, 1957). Dalam konteks dakwah, retorika yang efektif mampu memunculkan kesadaran akan ketidaksesuaian tersebut melalui penyampaian pesan yang menyentuh aspek rasional (*logos*) dan emosional (*pathos*). Ketika mad'u merasakan adanya ketegangan antara kondisi dirinya saat ini dengan nilai-nilai yang disampaikan, maka akan muncul dorongan untuk mengurangi ketidaknyamanan tersebut.

Reduksi disonansi ini dapat terjadi melalui beberapa cara, namun literatur menunjukkan bahwa perubahan perilaku merupakan bentuk resolusi yang paling signifikan. Dalam hal ini, retorika dakwah tidak hanya berhenti pada penciptaan kesadaran, tetapi juga harus menawarkan solusi yang dapat diterima secara emosional maupun rasional. Solusi tersebut dapat berupa penegasan tentang kasih sayang dan ampunan Allah, serta penjelasan hikmah di balik suatu perintah atau larangan. Dengan demikian, mad'u terdorong untuk menyesuaikan perilakunya agar selaras dengan keyakinan baru yang telah terbentuk (Hidayat, 2024; Sari, 2022).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa perubahan sikap keagamaan mad'u merupakan proses multidimensional yang melibatkan interaksi antara emosi, pemikiran, dan perilaku. Retorika da'i yang efektif adalah yang mampu mengelola ketiga dimensi tersebut secara terpadu, sehingga tidak hanya menghasilkan pemahaman yang benar, tetapi juga mendorong terbentuknya sikap dan perilaku keagamaan yang konsisten dan berkelanjutan.

Interpretasi Hasil Sintesis: Retorika sebagai Kekuatan Penentu

Hasil sintesis literatur yang telah dianalisis menunjukkan bahwa retorika dalam dakwah tidak dapat diposisikan sebagai sekadar instrumen pelengkap dalam penyampaian pesan keagamaan.

Sebaliknya, retorika berperan sebagai faktor determinan yang secara signifikan memengaruhi keberhasilan atau kegagalan proses komunikasi dakwah. Temuan ini mengindikasikan bahwa pesan dakwah yang secara substansi benar (*al-haqq*) tidak secara otomatis dapat diterima, dipahami, dan diamalkan oleh mad'u tanpa didukung oleh strategi retorika yang tepat. Dalam konteks ini, retorika menjadi medium yang menentukan apakah pesan tersebut dapat diterima secara utuh atau justru mengalami distorsi, penolakan, bahkan diabaikan oleh audiens (Hidayat, 2024; Nasrullah, 2023).

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa efektivitas retorika dakwah sangat bergantung pada kemampuan da'i dalam mengintegrasikan tiga pilar utama retorika, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*, secara proporsional dan sinergis. Ketiga elemen tersebut tidak bekerja secara terpisah, melainkan membentuk satu kesatuan yang saling melengkapi dalam memengaruhi dimensi kepercayaan, emosi, dan pemikiran mad'u. Penelitian-penelitian terbaru menegaskan bahwa komunikasi persuasif yang efektif menuntut adanya keseimbangan antara kredibilitas komunikator, keterlibatan emosional audiens, serta kekuatan argumentasi rasional yang disampaikan (Sari, 2022; Pratama, 2023).

Dalam perspektif analitis, *ethos* berfungsi sebagai fondasi utama yang membangun kepercayaan mad'u terhadap da'i sebagai komunikator. Tanpa adanya kredibilitas, pesan yang disampaikan cenderung sulit diterima, terlepas dari kualitas isi pesan tersebut. Selanjutnya, *pathos* berperan dalam menciptakan keterhubungan emosional yang memungkinkan pesan dakwah tidak hanya dipahami secara rasional, tetapi juga dirasakan secara batiniah. Sementara itu, *logos* memberikan legitimasi intelektual terhadap pesan yang disampaikan melalui argumentasi yang logis, sistematis, dan berbasis bukti. Ketiga aspek ini secara bersama-sama membentuk proses persuasi yang utuh dalam dakwah.

Hasil analisis ini dapat dipahami melalui analogi konseptual bahwa *ethos* membangun jembatan kepercayaan (*trust*), *pathos* membangun jembatan keterhubungan emosional (*emotional connection*), dan *logos* membangun jembatan pemahaman intelektual (*intellectual understanding*). Ketiga "jembatan" ini harus hadir secara simultan agar proses transformasi sikap keagamaan mad'u dapat berlangsung secara efektif. Tanpa salah satu di antaranya, proses dakwah berpotensi menjadi tidak optimal, baik karena kurangnya kepercayaan, minimnya keterlibatan emosional, maupun lemahnya pemahaman rasional.

Dengan demikian, interpretasi hasil ini menegaskan bahwa retorika bukan sekadar teknik komunikasi, melainkan elemen strategis yang menentukan kualitas dan dampak dakwah. Integrasi yang seimbang antara *ethos*, *pathos*, dan *logos* menjadi kunci dalam mengantarkan mad'u dari kondisi awal menuju komitmen baru (*iltizām*) terhadap nilai-nilai keagamaan yang lebih mendalam dan berkelanjutan. Temuan ini sekaligus memperkuat urgensi pengembangan kompetensi retorika da'i sebagai bagian integral dari peningkatan efektivitas dakwah di era kontemporer.

Kesesuaian dengan Teori Retorika dan Prinsip Dakwah Islam

Hasil analisis menunjukkan adanya kesesuaian yang kuat antara kerangka retorika klasik yang diperkenalkan oleh Aristoteles dengan prinsip-prinsip komunikasi dakwah dalam Islam. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsep *ethos*, *pathos*, dan *logos* tidak hanya relevan dalam tradisi retorika Barat, tetapi juga memiliki keselarasan substantif dengan nilai-nilai komunikasi yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Hal ini memperkuat pandangan bahwa prinsip-prinsip persuasi yang efektif bersifat universal dan dapat diintegrasikan dalam konteks dakwah Islam kontemporer (Hidayat, 2024; Sari, 2022).

Secara konseptual, pedoman dakwah yang termaktub dalam firman Allah SWT dapat dipetakan secara operasional ke dalam tiga pilar retorika tersebut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّهِمْ بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

"Serulah (*manusia*) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang lebih baik." (QS. An-Nahl: 125)

Ayat ini memberikan kerangka komunikasi dakwah yang komprehensif, yang jika dianalisis lebih lanjut menunjukkan keterkaitan langsung dengan konsep retorika modern. *Al-hikmah* (kebijaksanaan) berkaitan erat dengan *ethos*, karena mencerminkan kapasitas keilmuan, kedewasaan berpikir, serta kemampuan da'i dalam menempatkan pesan sesuai dengan konteks audiens. Kredibilitas yang dibangun melalui *hikmah* menjadi fondasi utama dalam menciptakan kepercayaan mad'u terhadap pesan yang disampaikan.

Selanjutnya, *al-mau'izah al-hasanah* (nasihat yang baik) berhubungan dengan dimensi *pathos*, yaitu kemampuan menyampaikan pesan dengan pendekatan emosional yang lembut, menyentuh hati, dan penuh empati. Literatur menunjukkan bahwa pendekatan yang humanis dan penuh kasih sayang lebih efektif dalam membangun kedekatan psikologis antara da'i dan mad'u, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima dan diinternalisasi (Nasrullah, 2023; Pratama, 2023).

Adapun *al-mujadalah bi allati hiya ah-san* (berdialog dengan cara terbaik) merupakan manifestasi dari *logos*, yaitu penggunaan argumentasi yang rasional, sistematis, dan berbasis bukti dalam menyampaikan kebenaran. Pendekatan ini sangat penting terutama dalam menghadapi audiens yang kritis, karena memungkinkan terjadinya dialog konstruktif yang tidak hanya menyampaikan kebenaran, tetapi juga mampu menjawab keraguan dan perbedaan pandangan secara ilmiah. Kesesuaian ini juga diperkuat oleh praktik komunikasi yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, sebagaimana dalam hadits:

بَيِّنُوا وَلَا تُعَسِّرُوا وَبَشِّرُوا وَلَا تُنْفِرُوا

“Permudahlah dan jangan mempersulit, berilah kabar gembira dan jangan membuat orang lari (menjaub).” (HR. Muslim)

Hadits tersebut memberikan pedoman retorika dakwah yang komprehensif. Anjuran untuk menjelaskan secara jelas mencerminkan pentingnya *logos* dalam penyampaian pesan yang mudah dipahami. Sementara itu, larangan mempersulit dan anjuran untuk memberikan kabar gembira menunjukkan pentingnya pendekatan *pathos* yang empatik dan membangun suasana positif dalam komunikasi dakwah. Keseluruhan prinsip ini hanya dapat berjalan secara efektif apabila disampaikan oleh da'i yang memiliki kredibilitas tinggi (*ethos*), sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya didengar, tetapi juga dipercaya dan diamalkan.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa prinsip retorika klasik dan ajaran dakwah Islam memiliki titik temu yang kuat dalam praktik komunikasi persuasif. Integrasi antara *ethos*, *pathos*, dan *logos* dengan konsep *bikmah*, *mau'izah hasanah*, dan *mujadalah bi al-lati hiya ah-san* menunjukkan bahwa dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu menggabungkan kekuatan intelektual, emosional, dan moral secara seimbang. Temuan ini memberikan landasan teoretis yang kokoh bagi pengembangan model retorika dakwah yang lebih kontekstual, adaptif, dan relevan dengan dinamika masyarakat modern.

Implikasi Praktis bagi Peningkatan Kualitas Dakwah

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa temuan mengenai pentingnya integrasi *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam retorika dakwah memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi pengembangan kualitas dakwah di berbagai level. Pembahasan ini menegaskan bahwa efektivitas dakwah tidak hanya bergantung pada kebenaran substansi pesan, tetapi juga pada kesiapan sumber daya manusia, sistem kelembagaan, serta kesiapan masyarakat sebagai penerima pesan dalam merespons dakwah secara konstruktif (Hidayat, 2024; Nasrullah, 2023).

Dalam konteks lembaga pendidikan dan pelatihan da'i, temuan ini mengindikasikan perlunya reformulasi kurikulum yang lebih integratif. Pendidikan da'i tidak cukup hanya berfokus pada penguasaan ilmu-ilmu keislaman normatif seperti fikih, akidah, dan tafsir, tetapi juga harus dilengkapi dengan kompetensi komunikasi persuasif yang berbasis nilai-nilai Islam. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi publik, analisis audiens, serta adaptasi pesan terhadap berbagai media menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital (Sari, 2022; Pratama, 2023). Oleh karena itu, pelatihan yang bersifat praktis, seperti *public speaking*, manajemen emosi, serta strategi komunikasi lintas media (luring dan daring), perlu menjadi bagian integral dalam proses pembinaan da'i.

Pada level individu, pembahasan ini menunjukkan bahwa seorang da'i dituntut untuk terus mengembangkan kualitas personalnya secara berkelanjutan. Kredibilitas (*ethos*) yang menjadi fondasi utama dalam retorika dakwah harus dibangun melalui pendalaman ilmu agama (*tafaqquh fi al-din*), pembinaan akhlak (*tahdhib al-nafs*), serta pemurnian niat (*al-islah al-qalb*). Selain itu, da'i juga perlu memiliki sensitivitas terhadap perkembangan sosial dan karakteristik masyarakat modern agar mampu menyampaikan pesan secara kontekstual dan relevan. Literatur menegaskan bahwa da'i yang adaptif terhadap perubahan zaman cenderung lebih efektif dalam menjangkau mad'u, khususnya generasi muda yang memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda (Nasrullah, 2023; Hidayat, 2024).

Sementara itu, pada level kelembagaan dan masyarakat, hasil analisis menunjukkan pentingnya membangun ekosistem dakwah yang mendukung pendekatan komunikasi yang bijak dan konstruktif. Lembaga dakwah diharapkan mampu mendorong praktik dakwah yang mengedepankan prinsip *bikmah* dan *man'izab hasanah*, bukan sekadar retorika yang bersifat provokatif atau sensasional. Di sisi lain, masyarakat sebagai mad'u juga perlu dikembangkan menjadi audiens yang kritis dan selektif dalam menerima pesan dakwah. Hal ini penting agar penilaian terhadap dakwah tidak hanya didasarkan pada aspek emosional semata, tetapi juga mempertimbangkan kredibilitas da'i serta kekuatan argumentasi yang disampaikan (Sari, 2022; Pratama, 2023).

Dengan demikian, implikasi praktis dari penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas dakwah memerlukan pendekatan yang holistik, melibatkan penguatan kompetensi da'i, reformasi sistem pendidikan dan pelatihan, serta pembentukan masyarakat yang cerdas dalam menerima pesan keagamaan. Sinergi antara ketiga aspek tersebut menjadi kunci dalam menciptakan praktik dakwah yang lebih efektif, adaptif, dan relevan dengan dinamika kehidupan masyarakat kontemporer.

Keterbatasan Penelitian dan Arah Studi Lanjutan

Hasil analisis dalam penelitian ini memberikan pemahaman konseptual yang komprehensif mengenai peran retorika dalam dakwah. Namun demikian, sebagai studi literatur sistematis, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu dicermati sekaligus menjadi peluang pengembangan penelitian di masa mendatang. Keterbatasan ini terutama berkaitan dengan karakter data yang digunakan, ruang lingkup variabel yang dianalisis, serta pendekatan retorika dakwah yang masih dominan dalam literatur yang dikaji (Snyder, 2019; Hidayat, 2024).

Pertama, penelitian ini tidak menggunakan data empiris langsung, melainkan berbasis pada sintesis berbagai sumber sekunder. Hal ini menyebabkan temuan yang dihasilkan bersifat konseptual dan teoretis, sehingga masih memerlukan pengujian lebih lanjut melalui penelitian lapangan. Studi empiris, baik dengan pendekatan kuantitatif, kualitatif, maupun *mixed methods*, sangat diperlukan untuk menguji secara langsung pengaruh retorika da'i terhadap perubahan sikap keagamaan mad'u dalam konteks yang lebih spesifik, seperti dakwah digital di media sosial, dakwah pada komunitas urban, maupun dalam lingkungan multikultural (Nasrullah, 2023; Pratama, 2023).

Kedua, pembahasan dalam penelitian ini belum mampu mengeksplorasi secara mendalam peran variabel moderator yang berpotensi memengaruhi efektivitas retorika dakwah. Literatur yang dianalisis menunjukkan adanya indikasi bahwa faktor-faktor seperti latar belakang budaya lokal, tingkat religiositas awal mad'u, perbedaan gender, serta jenis media komunikasi memiliki kontribusi signifikan dalam menentukan bagaimana pesan dakwah diterima dan diinterpretasikan. Namun, keterbatasan ruang lingkup analisis menyebabkan variabel-variabel tersebut belum dikaji secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu mengembangkan model analisis yang lebih kompleks dengan memasukkan variabel moderator tersebut untuk memperoleh gambaran yang lebih holistik (Sari, 2022; Hidayat, 2024).

Ketiga, sebagian besar literatur yang menjadi rujukan dalam penelitian ini masih berfokus pada model retorika dakwah yang bersifat monolog, seperti ceramah atau khutbah. Pendekatan ini, meskipun masih relevan, dinilai kurang mencerminkan dinamika komunikasi modern yang semakin partisipatif. Pembahasan ini mengindikasikan perlunya pengembangan kajian retorika dakwah yang bersifat dialogis dan interaktif, seperti dalam bentuk halaqah, diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*), maupun forum konsultatif. Model dakwah dialogis ini berpotensi menghadirkan pola persuasi yang berbeda, karena melibatkan interaksi dua arah dan partisipasi aktif mad'u dalam proses komunikasi (Nasrullah, 2023; Pratama, 2023).

Dengan demikian, keterbatasan yang diidentifikasi dalam penelitian ini tidak hanya menjadi batasan, tetapi juga membuka ruang bagi pengembangan kajian yang lebih mendalam dan kontekstual di masa mendatang. Penelitian lanjutan diharapkan dapat mengintegrasikan pendekatan empiris, memperluas variabel analisis, serta mengkaji model komunikasi dakwah yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman, sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih aplikatif dalam meningkatkan efektivitas dakwah di berbagai konteks sosial.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa retorika da'i memiliki peran yang sangat signifikan sebagai variabel penentu dalam proses perubahan sikap keagamaan mad'u. Efektivitas dakwah tidak hanya ditentukan oleh kebenaran substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan da'i dalam mengelola strategi komunikasi persuasif secara tepat dan kontekstual. Retorika yang efektif tercermin dalam kemampuan mengintegrasikan tiga pilar utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*, secara seimbang. *Ethos* berfungsi sebagai fondasi utama dalam membangun kepercayaan mad'u terhadap da'i, *pathos* berperan dalam menyentuh dimensi emosional sehingga mendorong keterlibatan batin, sedangkan *logos* memberikan kekuatan rasional yang memperkuat pemahaman dan keyakinan. Ketiga unsur tersebut bekerja secara sinergis dalam memengaruhi perubahan sikap keagamaan yang berlangsung secara bertahap, dimulai dari dimensi afektif, diperkuat melalui dimensi kognitif, dan diharapkan bermuara pada dimensi konatif dalam bentuk perilaku keagamaan yang nyata.

Selain itu, temuan penelitian ini juga menegaskan bahwa prinsip-prinsip retorika dakwah yang efektif telah tercermin dalam ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, yang mengedepankan pendekatan hikmah, nasihat yang baik, serta dialog yang konstruktif. Prinsip-prinsip tersebut bersifat universal dan tetap relevan untuk diterapkan dalam berbagai konteks sosial yang terus berkembang. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa penguatan kompetensi retorika da'i merupakan aspek strategis dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas dakwah. Upaya ini menjadi penting agar pesan-pesan keagamaan tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diinternalisasi secara mendalam dan diwujudkan dalam praktik kehidupan sehari-hari.

BIBLIOGRAPHY

- Al-Munawar, S. A. H. (2003). *Metodologi dakwah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Al-Qardhawi, Y. (2009). *Fiqh al-da'wah*. Cairo: Maktabah Wahbah.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2022). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 12(3), 185–189. <https://doi.org/10.1016/j.afjem.2022.03.001>
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Dakwah aktual*. Jakarta: Gema Insani.
- Hidayat, A., & Kurniawan, D. (2023). Islamic preaching communication in the digital era: Rhetorical strategies and audience engagement. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 101–118.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- McCroskey, J. C. (2016). *An introduction to rhetorical communication* (10th ed.). Routledge.
- Nasrullah, R. (2023). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Edisi revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pratama, R., & Sari, M. (2023). The influence of persuasive communication on religious attitudes among millennials. *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 5(2), 112–128.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sari, M. (2022). Retorika dakwah dan perubahan perilaku religius masyarakat urban. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(1), 77–95.
- Shihab, M. Q. (2007). *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2021). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 32(2), 393–410.

