



MEDIA RETORIKA DAKWAH PADA ERA MILENIAL

Bobby H.Trilaksono¹, Wahyu Prasetyawan², Amirudin³, Kiky Rizky⁴
corresponding author: UIN Syarif Hidayatullah - Jakarta,
bobby_trilaksono19@mhs.uinjkt.ac.id

Received: 6 - 7 - 2021

Accepted: 6 - 7 - 2021

Published: 31 - 7 - 2021

ABSTRACT

Rhetoric media is an art that can help to achieve the communication process and influence others to accept the content of the message conveyed. The rhetoric of da'wah becomes an important point that is needed to deliver the messages given to humans. The application of rhetoric da'wah will help to achieve the desired missionary goals. Everyone will have the same opportunity to be able to preach in the millennial era like today. There are applications of the art of speaking that can be accepted by audiences easily. In the millennial era, people have experienced lifestyle changes which are all accompanied by the use of digital technology. Humans seem unable to live without digital technology which now can help meet their needs. Indeed, da'wah will be carried out well and be able to persuade the recipient of the message if it was done using digital technology. Now da'wah can be carried out and disseminated through various social media such as WhatsApp, Facebook, Internet, Instagram, Youtube, Twitter, and other media.

Keyword: *media rhetoric da'wah, millennial era.*

ABSTRAK

Media retorika menjadi sebuah seni yang dapat membantu tercapainya proses komunikasi dan mempengaruhi orang lain untuk menerima isi pesan yang disampaikan. Retorika dakwah merupakan poin penting yang dibutuhkan dalam menyampaikan sebuah isi pesan dakwah yang diberikan kepada manusia. Penerapan retorika dakwah dapat membantu tercapainya tujuan dakwah yang diinginkan. Setiap orang akan memiliki kesempatan yang sama untuk bisa menyampaikan dakwah di era milenial seperti saat ini. Adanya penerapan seni berbicara yang mampu diterima dengan mudah oleh para khalayak. Di era milenial masyarakat telah mengalami perubahan pada pola hidup di mana segala sesuatunya didampingi dengan penggunaan teknologi digital. Manusia serasa tidak bisa hidup tanpa adanya teknologi digital yang kini dapat membantu terpenuhinya kebutuhan yang dimiliki. Tentunya, dakwah akan bisa dilakukan dengan baik dan mampu mempersuasi penerima pesan saat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital. Kini dakwah dapat dilakukan dan disebarakan melalui beragam media sosial seperti WA, Facebook, internet, Instagram, Youtube, Twitter, dan media lainnya.

Kata Kunci: media retorika, dakwah, era milenial.

PENDAHULUAN

Kini manusia sudah memasuki era modernisasi yang diiringi dengan adanya pergeseran perilaku yang dijalankan oleh manusia. Manusia telah berhasil masuk pada era modern dalam berbagai macam kegiatan yang dilakukan di dalam kehidupannya. Era modern seperti saat ini dapat dikatakan sebagai era milenial yang sudah dilengkapi dengan kebutuhan akan kecanggihan dunia digital. Sejak tahun 1990-an tentunya manusia sudah masuk pada yang namanya era milenial yang dapat diketahui dari adanya pengaruh teknologi yang tersedia. Parameter ini telah menggeser pola kehidupan manusia dari waktu ke waktu.

Milenial menurut pendapat Elwood Carlson (KPPA, 2018) dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom* (2008), generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Istilah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993.

Era milenial adalah masa di mana semua kehidupan manusia dilakukan berhubungan dengan kecanggihan teknologi di bidang digital. (Hidayatullah dkk., 2018). Di era milenial memang dimulai pada tahun 1990-an. Sehingga mengalami pergeseran perilaku dan tingkah laku masyarakat berubah menjadi lebih modern dan cenderung mencari yang lebih mudah. Oleh karenanya, teknologi menjadi kebutuhan generasi milenial.

Berhubungan dengan hal tersebut pada dasarnya masyarakat di era milenial perlu mendapatkan dakwah dengan hal yang berbeda. Di mana dalam penyampaian dakwah perlu untuk dilakukan beberapa strategi yang penting untuk diberikan kepada masyarakat. Sehingga dakwah yang disampaikan kepada masyarakat bisa lebih mudah menjangkau sasaran yang ingin dituju. Dakwah pada era milenial tentu perlu untuk memanfaatkan media sebagai sebuah cara menyampaikan isi dari dakwah yang disampaikan. (Habibi, 2018) menyatakan, bahwa sejatinya dakwah di era milenial seperti saat ini perlu memanfaatkan media dengan sebaik-baiknya, utamanya pada media media baru. Karena hanya dengan begitu maka kemudian para pendakwah akan bisa mendapatkan kemudahan dalam menyampaikan isi dakwah yang ingin disampaikan.

Perkembangan teknologi digital yang semakin canggih di era milenial telah mengubah adanya cara berkomunikasi yang dilakukan oleh setiap orang. Masyarakat yang melek digital dewasa ini menggunakan internet, dan media sosial sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah secara virtual. Perubahan inilah yang dapat membantu generasi milenial mudah mengakses informasi seputar agama di dunia maya.

Adapun pandangan (Habibi, 2018) menegaskan, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh pada cara berkomunikasi yang dilakukan oleh masyarakat. Pesatnya kecanggihan teknologi digital yang hadir di tengah masyarakat dan juga tingkat ketergantungan masyarakat pada teknologi digital menjadi faktor yang berpengaruh. Media internet tentunya menjadi salah satu strategi dakwah yang sangat penting dan berpengaruh pada tercapainya sasaran dari dakwah yang diinginkan. Pesan dakwah akan mudah untuk menjangkau sasaran saat disebarakan melalui media sosial yang kini sudah semakin berkembang dengan pesat. Karena pada dasarnya media sendiri

menjadi salah satu faktor yang dapat sangat berpengaruh dan tidak terbatas pada ruang waktu.

Faktor perkembangan era digital menjadi tuntutan bagi para da'i untuk berdakwah sebagai mana gaya dakwah ala milenial. Dakwah pada era kekinian tersebut selalu memanfaatkan internet, dan media sosial dalam mengakses informasi, khususnya terkait agama. Untuk itu, dakwah yang menggunakan pendekatan milenial harus menjadi keyakinan penceramah guna menyajikan pemahaman dengan sangat mudah.

Lister (Rafiq, 2015) mengatakan, perubahan dalam proses produksi media, distribusi, dan juga penggunaan yang dilakukan menjadikan media baru sebagai sesuatu yang tidak pernah lepas dari berbagai macam aspek, yaitu *digitality*, *interactivity*, *hypertextuality*, dispersal dan juga *virtuality*. Beragam aspek tersebut tentunya termuat dan saling berpengaruh satu dengan yang lainnya pada proses perkembangan teknologi digital yang semakin canggih. Dalam konsep *digitality* pada dasarnya semua proses media digital diubah (disimpan) ke dalam bilangan, sehingga informasi yang dikeluarkan dalam bentuk sumber Online, *disk digital*, atau *memory drives*. Di mana semua itu kemudian akan diubah dan kemudian diterima dalam layar monitor atau dalam bentuk *hardcopy*.

Lister (2015) menyatakan, *interactivity* adalah hal yang merujuk pada adanya kesempatan di mana teks dalam media baru mampu untuk memberikan *user's* untuk "*write back into the text*". Konsep dispersal tentunya lebih mengacu pada proses produksi dan juga distribusi media untuk kemudian menjadi *decentralized* serta mengandalkan keaktifan pada individu.

Tantangan da'i hari ini adalah bagaimana generasi di era milenial menguasai teknologi alias internet, dan memiliki media sosial. Perubahan aktivitas tersebut setidaknya mampu memberikan wawasan keagamaan yang lebih mudah diakses generasi milenial. Cara ini sebenarnya bisa lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya.

Dakwah pada era milenial menjadi tekanan dan tuntutan bagi generasi muda dalam rangka belajar agama melalui mesin pencari google. Dakwah seperti ini tidak cukup hanya dengan mengandalkan teknologi dan media sosial saja, melainkan adalah membuat generasi Indonesia mudah memahami pesan yang disampaikan oleh para da'i.

Pada kenyataannya, kecepatan dan kemudahan generasi milenial sangat dominan dalam rangka menggali informasi tentang agama di dunia maya, termasuk di kanal media sosial para da'i. Tindakan sosial tersebut menunjukkan retorika media tersebut memiliki peran penting guna mewujudkan manfaat dakwah virtual pada era milenial.

Paling tidak, dakwah hari ini adalah memperjelas mata rantai penyebaran agama oleh da'i melalui internet, dan media sosial. Pengoptimalisasian retorika dakwah ini mampu memajukan situasi dan kondisi menjadi kondusif, serta membenahi cara penceramah dalam model berdakwah. Terutama, dakwah seperti yang berkembang saat ini

Dari latar belakang yang sudah sedikit diulas di atas maka dapat diidentifikasi adanya dua permasalahan utama yang penting untuk dibahas. Pertama, mengenai adanya retorika dakwah pada era milenial yang menjadi sebuah tantangan yang perlu dihadapi oleh masyarakat dalam perkembangan teknologi yang semakin canggih. Kedua, mengenai karakteristik dari masyarakat milenial yang identik dengan adanya

kecenderungan pada penggunaan media sosial. Sehingga dengan begitu maka kemudian dapat dirumuskan permasalahan yang dapat membantu peneliti untuk mengkaji mengenai pembahasan yang akan dikaji lebih lanjut tentunya.

Berdasarkan permasalahan yang sudah maka peneliti merumuskan masalah, yaitu, “bagaimana retorika media dakwah pada era milenial”. Dari perumusan masalah tersebut kemudian dapat dituliskan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang retorika dakwah pada era milenial yang identik dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih. Selain itu, peneliti juga menawarkan adanya solusi yang kemudian dapat diimplementasikan dalam mendukung pengoptimalan retorika dakwah pada era milenial seperti saat ini.

METODE

Artikel ini disusun dengan menggunakan jenis penelitian studi literatur yang dilakukan dengan melakukan kajian pustaka dan kemudian menghimpun data dari berbagai sumber (Dewi Sadiyah, 2015). Berbagai sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun artikel ini. Di antaranya, adalah jurnal, buku dokumentasi, literatur, dan internet. Peneliti kemudian melanjutkan dengan mencari referensi teori yang relevan dengan adanya permasalahan yang akan dibahas di dalam artikel ini. Data yang didapatkan oleh peneliti kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengemukakan pada fakta-fakta atau pun temuan yang akan ditinjau secara teoretis.

HASIL DAN DISKUSI

Dakwah (Tinjauan Secara Umum)

(Rakhmawati, 2013) menyampaikan, pengertian mengenai dakwah secara etimologis yang berasal dari *dua'a yad'u* yang berasal dari kata bahasa Arab. Arti dari kata *dua'a yad'u* sendiri adalah memanggil, mendorong, dan juga memohon. Ini berkaitan dengan bahasa yang secara umum dapat dikatakan sebagai sebuah ajakan kepada khalayak ramai untuk mengetahui dan melakukan sesuatu yang baik. Secara terminologi sendiri dakwah dapat diartikan sebagai sebuah ajakan, baik itu dilakukan dalam bentuk lisan ataupun tulisan, serta tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan juga berencana dalam upaya untuk mempengaruhi orang lain baik secara individu ataupun berkelompok. Dakwah dilakukan sebagai sebuah usaha sadar untuk memunculkan suatu pengertian, kesadaran sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap pengajaran agama yang dimiliki oleh setiap individu. Dakwah dilakukan sebagai sebuah pengajaran agama sebagai sebuah *message* atau pesan yang disampaikan kepada setiap individu tanpa adanya unsur pemaksaan.

(SUARDI, 2018) menyampaikan, bahwa di dalam dakwah yang disampaikan kepada khalayak tidak memiliki unsur pemaksaan. Tujuannya adalah untuk memberikan pembelajaran kepada setiap orang mengenai ajaran agama baik kewajiban ataupun perintah yang diberikan oleh Allah SWT. Dakwah yang disampaikan kepada setiap individu pada dasarnya didasarkan pada Al-Qur'an di suruh an-Nahl ayat 125. Ayat ini bunyinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan

Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk". (QS. An-Nahl: 125)

(Habibi, 2018) menyampaikan, dakwah juga dapat ditinjau dari perspektif komunikasi yang masuk dalam kategori komunikasi persuasif. Di mana komunikasi yang dilakukan bertujuan untuk dapat mengubah dan juga mempengaruhi kepercayaan, sikap, perilaku seseorang sehingga dapat bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator tentunya. (Noviyanto & Jaswadi, 2014) juga menambahkan, bahwa dakwah sendiri memiliki berbagai macam unsur atau pun komponen yang ada di dalamnya. Unsur pertama yang menjadi komponen penting di dalam dakwah sendiri adalah *da'i*. *Da'i* sendiri adalah sebuah pelaksana kegiatan dari dakwah yang dilakukan baik secara perorangan individual maupun secara bersama sama secara terorganisasi. Setiap seseorang yang mengaku bahwa dirinya Muslim pada dasarnya memiliki peran sebagai *da'i* yang memiliki kewajiban untuk menyampaikan ajaran Islam. Ini berlaku untuk semua pribadi Muslim yang wajib menyampaikan dakwah meskipun hanya satu ayat saja.

Menurut (Nashrulloh, 2016) terdapat beberapa hal: Pertama, untuk bisa menjadi seorang *da'i* yang profesional memerlukan kriteria tertentu. Di mana beberapa kriteria yang diperlukan untuk menjadi seorang *da'i*. Di antaranya, mendalami Al-Qur'an dan Hadis yang menjadi pedoman hidup umat Islam, mampu memahami kondisi *mad'u*, berani untuk dapat mengungkap kebenaran, serta ikhlas dalam melaksanakan tugas dari dakwah tanpa tergiur dengan nikmat materi yang hanya bersifat sementara. Seorang *da'i* pada dasarnya juga perlu melakukan perbuatan yang sejalan dengan perkataan, serta harus bisa menjauhkan diri dari hal-hal yang dapat menjatuhkan harga diri tentunya. Kedua, dakwah sendiri adalah *mad'u*, di mana hal ini berkaitan dengan objek ataupun sasaran dari dakwah. *Mad'u* merupakan penerima dakwah baik itu secara individu ataupun berkelompok. Penerima dakwah bersifat universal bisa dari kaum Muslim ataupun non Muslim. Ketiga, dakwah adalah metode yang digunakan, di mana metode dakwah sendiri adalah cara-cara tertentu yang digunakan oleh seorang *da'i* yang dilakukan dalam menyampaikan pesan dakwah. Tentu ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam dakwah yang dilakukan diantaranya menyampaikan secara lisan, tulisan, perbuatan, silaturahmi, infiltrasi, drama, dan beberapa metode yang lainnya. Keempat, materi dakwah (*maddah*) yang berisikan pesan-pesan dari ajaran Islam agar kemudian dapat lebih mudah diketahui, dipahami, dan kemudian diamalkan sebagai pedoman hidup. Materi dakwah pada dasarnya dapat dibagi menjadi tiga topik utama yang secara umum dapat dijabarkan. Akidah, syariah, dan juga akhlak pada dasarnya menjadi tiga topik yang menjadi materi dakwah di mana semuanya bersumber pada Al-Qur'an dan juga hadist. Kelima, media yang digunakan dalam berdakwah. Seseorang yang ingin melakukan dakwah di jalan Allah tentu memerlukan media untuk dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah yang akan diberikan kepada khalayak. Tanpa adanya media maka sesuatu hal hanyalah milik sendiri dan menjadi informasi pribadi, itu berarti belum dapat dikatakan sebagai dakwah.

Apabila membahas mengenai media untuk melakukan dakwah maka dipandang penting dalam menambahkan ada beberapa media yang dapat digunakan untuk menyampaikannya. Beberapa bentuk media yang dapat digunakan dalam menyampaikan dakwah. Di antaranya, adalah lisan, tulisan, elektronik, dan media yang

kini menjadi poin penting adalah *new media* (internet). Kini penggunaan media internet tentunya lebih banyak digunakan oleh khalayak dibandingkan dengan media lainnya. Hampir semua orang tentunya kini telah menggunakan internet sebagai media untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Dengan begitu maka dakwah di era milenial seperti saat ini sangatlah membutuhkan media internet untuk mendukung tersampainya isi pesan yang ingin diberikan kepada khalayak.

(Irfan, 2019) menyampaikan, dakwah yang dilakukan dengan tujuan untuk bisa menyadarkan manusia akan hak dan kewajibannya sebagai umat Islam. Setiap orang perlu menjalankan kehidupannya sesuai dengan tuntunan agama yang sudah ada di dalam Al-Qur'an. Dakwah yang dilakukan dengan baik pada dasarnya akan membuat setiap orang bisa merasakan perubahan di dalam kehidupannya. Karena sejatinya saat kehidupan dijalankan sesuai dengan tuntunan agama Islam maka ketenangan dan juga kedamaian bisa didapatkan. Ini menjadi tujuan utama dari dilakukannya dakwah kepada setiap umat Islam dan juga menjadi kewajiban dari setiap orang.

Retorika

Aristoteles sebagai sebuah filsuf ternama menyebutkan tentang retorika sendiri adalah *the art of persuasion*. (Abidin, 2013) menuturkan, retorika berarti sebuah seni yang digunakan untuk bisa mempersuasi orang lain dari informasi yang disampaikan. Retorika menurut Aristoteles diartikan sebagai sebuah seni mempengaruhi. Retorika merupakan sebuah ilmu kepandaian yang dilakukan oleh seseorang dalam menyampaikan sesuatu kepada orang lain. Sehingga kemudian orang yang mendengarkan informasi dapat terpengaruh dan menerima pesan yang ingin disampaikan oleh si pemberi pesan. Filsuf lain yaitu Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren menyebutkan bahwa retorika berarti *the art of using language effectivity* yang dapat diartikan sebagai sebuah seni penggunaan bahasa secara efektif.

(Hidayatullah dkk., 2018) mengatakan, secara mendasar retorika sendiri sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menarik perhatian orang banyak lewat kepandaian berbicara, khususnya saat berbicara di depan umum. Retorika juga dapat diartikan sebagai seni untuk berkomunikasi baik secara lisan atau tulisan yang dilakukan oleh seseorang kepada sekelompok orang secara langsung atau pun bertatap muka. Istilah retorika sendiri sering kali dikaitkan dengan penggunaannya dalam pidato dan juga ceramah.

(Siregar, t.t.) menyebutkan, retorika dilakukan untuk bisa meningkatkan kualitas eksistensi di tengah-tengah orang lain. Retorika berarti seseorang tidak boleh hanya asal bicara saja dalam menyampaikan sesuatu tapi isi dari pembicaraan yang dilakukan haruslah menarik, bernilai informasi, menghibur, dan juga berpengaruh. Manusia perlu untuk menggunakan seni dalam berbicara agar kemudian orang yang diajak untuk berkomunikasi dapat menerima pesan yang disampaikan. Saat seseorang memiliki kepandaian dan juga seni di dalam berbicara dan menyampaikan informasi maka itulah yang dikatakan sebagai retorika.

Seseorang dalam menyampaikan sesuatu tentunya perlu memahami apa tujuan dan juga maksud dari pembicaraannya. Sehingga kemudian pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak akan lebih mudah untuk diterima nantinya. Dalam penerapannya retorika sering kali dilakukan untuk aktivitas dakwah guna menarik perhatian sasaran yang ingin dituju. Adanya retorika yang dilakukan dengan baik tentu

dapat berpengaruh pada penerimaan isi pesan yang didapatkan oleh khalayak. Retorika ada dan mulai di kembangkan dalam dunia komunikasi linguistik dengan beberapa tujuan yang dimiliki.

(Zahro, 2017) menyebutkan, bahwa terdapat beberapa tujuan dari adanya retorika yang awalnya hanya digunakan sebagai sebuah seni untuk mempersuasi. Ada beberapa tujuan khusus dari dilakukannya retorika dalam penyampaian informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak. Pandangan ini berhasil diterapkan oleh seseorang dalam penyampaian informasi maka hasilnya akan jauh lebih maksimal.

Secara massa tujuan dari retorika adalah untuk *to inform* yang artinya memberikan penerangan dan juga pengertian kepada massa, guna untuk memberikan penerangan yang kemudian mampu menanamkan sebuah pengertian dengan sebaik-baiknya. Selain itu tujuan dari retorika sendiri adalah *to consive*, yang artinya retorika dilakukan untuk meyakinkan dan juga menginsafkan. Tujuan lain dari retorika adalah *to inspire* yang artinya menimbulkan inspirasi dengan teknik dan juga sistem penyampaian yang dilakukan dengan baik serta bijaksana. *To intertain* merupakan tujuan lain dari penggunaan retorika yaitu untuk memberikan hiburan, menggembirakan, menyenangkan, ataupun memuaskan khalayak yang menerima isi pesan. *To ectuate* yang artinya menggerakkan dan mengarahkan si penerima pesan untuk bisa bertindak menetralsir dan juga melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator yang dilakukan di depan massa. (Morissan, 2015).

Retorika menjadi poin penting yang dapat mendukung penyampaian pesan yang dilakukan dengan tujuan dakwah. Seseorang dapat mempersuasi orang lain dan khalayak ramai dengan adanya retorika dakwah yang dilakukan dengan tepat. Penggunaan retorika di dalam dakwah tentu menjadi sebuah pendukung dalam tercapainya keberhasilan pencapaian tujuan dakwah yang ingin dicapai. Setiap orang akan menerima isi pesan dari dakwah yang disampaikan dan kemudian mengamalkannya dalam tindakan dan juga perilaku sehari-hari. Sehingga tujuan dari dakwah itu sendiri akan bisa dicapai dengan lebih mudah dari penggunaan retorika yang tepat.

Setiap orang akan memiliki kecenderungan untuk bisa menyampaikan dakwah kepada banyak orang dengan adanya penggunaan retorika yang tepat dilakukan. Tanpa adanya retorika dalam berdakwah maka tujuan dari penyampaian informasi tidak akan bisa dengan mudah diterima oleh khalayak. Akan muncul permasalahan lain yang kemudian dihadapi oleh orang-orang yang menyampaikan dakwah tanpa adanya retorika yang dilakukan. Seperti yang sudah dikatakan sebelumnya bahwa pada dasarnya retorika sendiri mengambil andil penting dalam tersampainya isi pesan dakwah. Sehingga setiap orang perlu untuk bisa menggunakan retorika yang tepat dalam menyampaikan isi dakwah kepada orang lain.

Retorika sebagai sebuah seni berkomunikasi dan mempersuasi orang lain tentu akan memberikan pengaruh besar pada tercapainya tujuan dari dakwah. Orang tidak akan salah dalam menangkap informasi yang dibutuhkan dan kemudian isi pesan yang ingin diberikan bisa didapatkan dengan mudah oleh si penerima pesan. Ini tentunya berkaitan dengan penggunaan retorika dakwah yang erat kaitannya dengan pemanfaatan dan pengolahan kata demi kata untuk disampaikan. Dalam penggunaan retorika dakwah sendiri seseorang perlu untuk memahami karakteristik dari khalayak yang akan dijadikan sebagai penerima informasi. Sehingga tidak akan terjadi

kesalahpahaman yang justru akan memunculkan permasalahan dan ketidakpercayaan khalayak pada isi pesan yang disampaikan.

Retorika dakwah yang dilakukan pada era milenial memiliki tantangan yang begitu besar untuk disampaikan kepada khalayak. Seorang pendakwah tentunya tidak hanya akan bisa dilihat oleh orang dalam satu kawasan saja. Akan tetapi di zaman yang sudah semakin modern seperti saat ini maka apa pun yang disampaikan akan bisa dilihat oleh orang banyak. Karena penggunaan media internet yang kini semakin canggih sangatlah berpengaruh pada keberhasilan penyampaian dakwah yang dilakukan. Seseorang akan bisa dikatakan berhasil dalam melakukan dakwah apabila ia mampu mempengaruhi dan mengajak orang lain untuk menuju jalan Allah. Di sinilah retorika bekerja dengan baik dan memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dari si pendakwah tentunya.

Retorika dakwah menjadi sebuah cara yang penting untuk dimiliki oleh seorang pendakwah dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Setiap orang memiliki tugas untuk dapat menyampaikan dakwah walau hanya satu ayat saja dengan penyampaian yang tepat dilakukan. Di sinilah retorika berfungsi dan bekerja untuk dapat mempersuasi orang lain dan dapat menyerap isi pesan yang disampaikan. Penyampaian isi pesan yang ingin diberikan kepada setiap orang pada dasarnya haruslah dengan tata cara dan tutur kata yang baik. Sopan santun menjadi poin penting dalam retorika dakwah yang harus dilakukan oleh setiap orang.

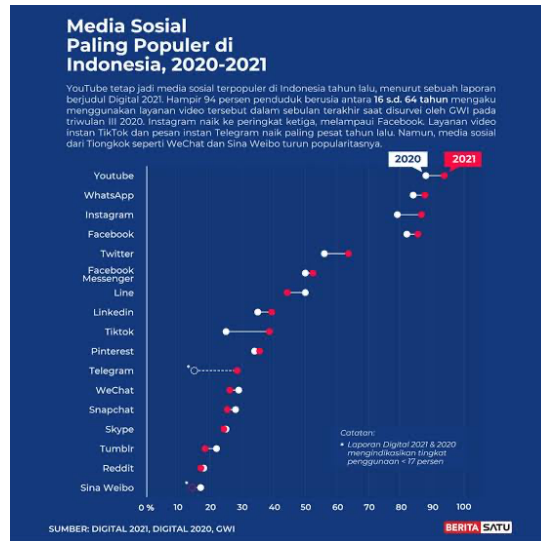
Dakwah menjadi sebuah tanggung jawab yang dipegang dan harus diberikan kepada setiap orang dalam kehidupannya. Dakwah berisikan pesan-pesan agamis yang membantu menuntun umat Islam untuk dapat menjalankan kehidupannya di jalan yang tepat. Sehingga kehidupan yang dijalankannya bisa sesuai dengan tanggung jawab sebagai umat Islam tentunya. Seorang pendakwah perlu untuk bisa memoles bahasa yang akan disampaikan kepada orang lain sebelum menyampaikannya sebagai sebuah kalimat. Dengan begitu maka setiap orang yang menerima pesan dakwah bisa lebih mudah menyerap isi pesan yang disampaikan tentunya.

Retorika pada dasarnya memiliki andil yang sangatlah penting pada diterima atau tidaknya isi pesan yang akan disampaikan. Seseorang yang ingin menyampaikan isi pesan baik kepada orang lain tapi disampaikan dengan cara yang salah maka persepsi orang akan salah. Perlu adanya penataan pada bahasa yang disampaikan sehingga dapat memunculkan persepsi dan pemahaman yang baik bagi setiap orang. Tata bahasa yang tepat akan membantu tercapainya tujuan dakwah yang diinginkan oleh setiap orang dalam penyampaian dakwah yang ingin dilakukan.

Ilmu retorika pada dasarnya membahas tentang sesuatu hal yang dibahas dan memiliki bukti nyata di dalam kehidupan manusia. Penyampaian dakwah yang dilengkapi dengan fakta dan juga data akan membuat orang lain yang menerima isi pesan lebih percaya. Ini akan menjadi sebuah poin penting dalam penyampaian dakwah yang akan dilakukan. Apalagi di era milenial yang kebanyakan masyarakat memiliki pemikiran jauh lebih kritis dibandingkan sebelumnya. Sehingga sangat penting bagi seorang pendakwah untuk dapat menyampaikan pesan dakwah didampingi dengan penggunaan fakta dan data terkait.

Penggunaan Media Sosial di Era Milenial

Gambar 1. Tren Penggunaan Media Sosial di Indonesia



(Habibi, 2018) menjelaskan, media sosial merupakan sebuah aplikasi yang berbasis internet (media online) di mana setiap penggunanya dapat membuat *web page* pribadinya. Media sosial memiliki fungsi untuk menghubungkan antara satu orang dengan yang lainnya yang berada di daerah yang berbeda. Setiap orang akan bisa bertukar informasi dan melakukan kegiatan komunikasi yang lebih mudah dengan adanya media sosial yang tersedia. Media sosial merupakan sesuatu hal yang kini sudah menginternalisasi kehidupan masyarakat di era milenial. Ada banyak sekali beragam bentuk media sosial yang banyak digunakan masyarakat dalam beragam aktivitas yang dilakukan. Baik itu blog ataupun media sosial lain seperti Instagram dan yang lainnya kini sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia.

Perkembangan media sosial yang semakin pesat seperti saat ini telah membuat hampir semua orang menggunakannya. Hampir semua orang di segala jenjang usia kini memiliki beragam media sosial pribadi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Baik komunikasi ataupun pencarian informasi tentunya dapat dilakukan dengan mudah dengan menggunakan media sosial. Perkembangan dunia digital yang sudah semakin pesat tentunya memberikan perubahan pada pola hidup masyarakat. Di mana kini beragam media sosial dapat dijadikan sebagai sebuah media yang dapat membantu beragam aktivitas yang dilakukan. Kini mulai dari aktivitas dakwah, politik, hingga bisnis dapat dilakukan dengan mudah melalui pemanfaatan media sosial yang tersedia.

(Jalaluddin, 2012), menyatakan, media sosial merupakan sebuah sarana yang sengaja dibuat untuk dapat memudahkan interaksi sosial dan juga komunikasi dua arah. Dengan adanya media sosial yang digunakan akan memudahkan terjadinya komunikasi dan juga pencarian informasi yang dilakukan setiap individu. Era milenial acap kali dihubungkan dengan generasi yang tidak pernah dapat dilepaskan dari penggunaan internet. Generasi milenial adalah sebuah generasi yang sangat ketergantungan dengan penggunaan internet di dalam kehidupan yang dijalankannya. Generasi milenial sendiri pada dasarnya cenderung tidak melihat dunia secara langsung dan menjalin interaksi tatap muka satu dengan yang lainnya. Generasi milenial cenderung lebih menyukai untuk berselancar di dunia maya dalam segala aktivitas yang dilakukannya.

Generasi milenial akan selalu membutuhkan internet dalam setiap aktivitas hidup yang dijalankannya mulai dari hal kecil hingga hal besar di dalam kehidupannya. Setiap aktivitas dalam kehidupan sehari-hari ini akan selalu berdampingan dengan penggunaan teknologi internet yang semakin canggih. Baik itu untuk melakukan komunikasi, pencarian informasi, hingga berbagai aktivitas sosial kini dapat dilakukan dengan memanfaatkan internet. Pergantian teknologi yang sudah semakin canggih telah sangat berpengaruh pada pergeseran tingkah laku dan pola hidup generasi milenial. Kini generasi milenial tidak lagi dapat dipisahkan dari yang namanya kecanggihan teknologi digital yang sudah semakin canggih perkembangannya.

Generasi milenial adalah sebuah generasi yang sejak lahir sudah melek akan kecanggihan teknologi digital yang sudah mengalami perkembangan. Dari awal kehidupan hingga saat ini generasi milenial identik dengan karakter tidak pernah bisa lepas dari *smartphone* dan internet. Hampir seluruh aktivitas yang dilakukan dikerjakan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi digital yang tersedia. Ini menjadi sebuah hal yang harus sama-sama dipahami oleh setiap orang bahwa di era milenial ini internet menjadi sesuatu hal yang penting. Seseorang yang tidak memiliki akses internet disebut sebagai orang-orang yang tertinggal karena tidak dapat menikmati kenyamanan dari teknologi digital yang tersedia.

Dapat dikatakan bahwa dengan adanya penggunaan internet di dalam kehidupannya lebih mengarahkan setiap individu untuk melakukan aktivitasnya di dunia maya. Dakwah yang dilakukan secara konvensional atau secara tatap muka langsung tentunya hanya mampu menjangkau sasaran pada suatu tempat saja. Akan tetapi saat bisa memanfaatkan kecanggihan teknologi digital yang tersedia maka seseorang akan mampu untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Ini berarti seseorang akan lebih mudah untuk bisa melakukan dakwah melalui dunia maya dan pesan yang disampaikan akan jauh lebih mudah diterima.

Dari hal inilah kemudian seseorang dapat menyebarkan dakwah dengan mudah dengan retorika yang tepat. Adanya penyampaian isi dakwah yang dilakukan dengan tepat dengan memanfaatkan teknologi digital yang kini tersedia tentu akan memberikan peluang untuk lebih mudah diterima. Setiap orang akan mendapatkan kemudahan dalam menyampaikan dakwah yang dilakukan dengan menerapkan prinsip retorika dengan paham positivisme dalam dakwahnya. Ini akan sangat membantu agar dakwah yang diberikan lebih diterima dan memiliki daya tarik tersendiri bagi penerima pesan.

Menurut Guru Besar Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, (Kahmad, 2020) mengatakan, milenial ada di generasi 4.0 dan 5.0 di mana orientasi mereka mengarah pada dunia virtual dan teknologi. Selain itu, banyak anak-anak muda yang mengenal organisasi keagamaan dan pemahamannya melalui pendakwah individual yang aktif di dunia maya. Sehingga hal ini sangat simpel, dan mudah. Beragam media sosial digunakan oleh para *da'imuda* kondang untuk menebar paham keagamaan di media sosial. Facebooks, Instagram, Whatsapp, dan Youtube memang menjadi instrument penting untuk menebar pesan-pesan hikmah kepada generasi milenial. Penggunaan media sosial yang tepat akan membantu memperluas jangkauan penerima pesan dakwah yang diinginkan sebagai mana minat pembaca maupun pendengar.

Gambar 2. Daftar Da'i Yang Aktif Berdakwah di Media Sosial



Retorika Dawah pada Era Milenial

Di era milenial seperti saat ini tentunya dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media yang membantu penyampaian pesan yang diberikan kepada penerima. Tentunya kini dakwah dapat disampaikan melalui berbagai media sosial yang dapat membantu lebih luasnya jangkauan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, tantangan dalam berdakwah adalah bagaimana pesan yang disampaikan dapat memberikan dampak yang luas kepada masyarakat. Era milenial sendiri pada dasarnya menjadi sebuah era di mana manusia telah menggunakan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhannya. Di mana pada dasarnya penggunaan teknologi digital yang kini sudah masuk di dalam kehidupan manusia perlu dimanfaatkan dengan tepat.

Masyarakat di era milenial sendiri tengah hidup berdampingan dengan kecanggihan teknologi digital yang semakin berkembang. Kini masyarakat mulai terbiasa melakukan beragam aktivitas dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi digital yang semakin canggih. Penggunaan internet kini menjadi sebuah kebutuhan tersendiri yang sudah menginternalisasi di dalam kehidupan masyarakat saat ini. Bahkan jika ditotal hampir seluruh masyarakat kini telah memiliki *smartphone* yang memiliki beragam fitur canggih di dalamnya. Sehingga setiap orang kini dapat menikmati kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses beragam informasi yang dibutuhkan di dalam internet.

Media untuk memunculkan retorika dakwah dan membantu pengembangan dakwah kepada seluruh elemen masyarakat maka setiap orang perlu memanfaatkan internet (Maarif, 2015). Internet menjadi media yang paling bermanfaat dan sangat membantu setiap orang untuk melakukan dakwah di era milenial seperti saat ini. Dengan menggunakan internet sebagai media yang mampu mencapai penerima informasi di berbagai kalangan usia maka tujuan yang diharapkan lebih mudah didapatkan. Sehingga setiap orang nantinya akan lebih mudah mengetahui dan juga menerima dakwah yang disampaikan sebagai sebuah pengetahuan yang dibutuhkan.

(Esenwein Berg & Carnegie, 2013) menyatakan, bahwa retorika sebagai sebuah seni khusus yang disampaikan di dalam kegiatan berdakwah tentu perlu melihat karakteristik masyarakat secara universal. Tentunya setiap orang yang ingin berdakwah

perlu memiliki pola berfikir dan juga cara penyampaian dakwah yang mengikuti jaman modern seperti saat ini. Semua unsur-unsur dakwah yang perlu dipenuhi tentu menjadi pertimbangan penting yang membantu tercapainya tujuan dakwah secara efisien. Setiap orang yang ingin berdakwah di era milenial seperti saat ini perlu memahami fakta-fakta yang ada di lapangan dan mengaitkannya dengan isi dakwah yang disampaikan.

Retorika menjadi sebuah seni yang menunjukkan kecerdasan berpikir sehingga bisa menarik perhatian massa yang ada di media sosial. Sebuah seni untuk dapat mempersuasi orang lain dengan tidak memaksa mereka untuk menerima apa yang diajarkan menjadi sebuah hal yang penting. Setiap kata-kata yang dikeluarkan sebagai isi dari dakwah yang disampaikan tentu perlu di perhatikan dengan tepat sehingga tidak memojokkan satu kalangan. Ini akan memudahkan jalan seseorang untuk menyampaikan dakwah kepada banyak orang dengan mudah dan juga lebih efisien. Karena pada dasarnya masyarakat pengguna internet saat ini sudah sangat cerdas dan memiliki keberanian untuk mengkritik sesuatu hal yang bertentangan dengan dirinya.

Pesan dakwah yang jelas tentu akan cenderung lebih menyenangkan masyarakat. Seseorang yang menyampaikan dakwahnya diiringi dengan bukti-bukti kongkret yang ada pada Al-Qur'an dan hadits menjadi menarik simpati dan perhatian massa. Inilah yang kemudian menjadi sebuah poin penting yang dapat mendorong khalayak untuk tertarik menyimak dan memahami isi pesan yang disampaikan. Dakwah yang dilakukan di era milenial tentu sangatlah berbeda dengan yang disampaikan pada jaman dahulu. Jika sebelumnya dakwah hanya disampaikan melalui kegiatan ceramah tanpa adanya pertanyaan interaktif maka saat ini hal tersebut sudah tidak ada lagi.

Kini dalam setiap kegiatan dakwah yang dilakukan oleh seseorang tentu perlu menasar setiap kalangan dan membuatnya menjadi menarik. Retorika dalam hal ini memiliki peranan penting untuk menarik perhatian dari khalayak untuk mau mendengarkan dakwah yang disampaikan. Masyarakat era milenial saat ini lebih cenderung menyukai dakwah yang dilakukan secara interaktif. (Zulkarnaini, 2015) menyebutkan bahwa seseorang yang ingin berdakwah di era modern seperti saat ini perlu untuk menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Baik dari materi dakwah hingga metode yang digunakan untuk berdakwah akan mempengaruhi hasil yang didapatkan. Seseorang yang menggunakan metode dakwah interaktif dengan materi yang sesuai dengan kehidupan masyarakat akan lebih menarik perhatian banyak orang. Dengan begitu maka kemudian isi dakwah yang disampaikan akan lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat milenial.

(Ilaihi & Dakwah, 2013) menyatakan, strategi dakwah yang dilakukan dengan bijak dan juga terukur dengan tepat akan membantu seseorang menyampaikan pesan dakwahnya dengan baik. Hal tersebut tentunya memiliki peranan penting yang dapat membantu setiap orang untuk menerima pesan yang disampaikan. Dakwah merupakan sebuah informasi yang berisikan ajakan dan juga seruan bagi setiap orang untuk bisa menjalankan perintah Allah SWT dan menghindari segala larangannya. Dengan adanya retorika yang dijalankan sebagai sebuah seni berkomunikasi yang dapat digunakan untuk mempengaruhi para pendengar. Ini akan membantu tercapainya tujuan dakwah yang diharapkan untuk dapat diinternalisasikan di dalam kehidupan setiap orang.

Tabel 1. Perbedaan Dakwah di Era Milenial dengan Dakwah di Era Klasik

Dakwah di Era Milenial	Dakwah di Era Klasik
<p>Dakwah di era milenial sangat menarik karena sangat simpel hanya dengan bermodal internet dan media sosial pesan-pesannya mudah dijangkau luas oleh berbagai kalangan pendengar, dan pembaca. Terutama, generasi milenial yang cenderung mengikuti tren modern.</p>	<p>Dakwah di era klasik cenderung sulit membuka akses informasi yang disampaikan para da'i. Sehingga jalan satu-satunya dakwah ini terkesan tidak simpel karena mengharuskan pendengar, pembaca, dan masyarakat hadir di masjid, dsb.</p>
	

Dalam konteks ini, internet menjadi kebutuhan sendiri bagi para da'i untuk berinteraksi dengan generasi milenial yang suka belajar agama melalui dunia maya. Karena itu, media sosial sebagai alat efektif dan efisien dalam berdakwah secara virtual. Karakter tersebut yang sangat membedakan di kalangan para pendakwah modern dan klasik. Dakwah pada dasarnya harus mampu menjangkau semua kalangan agar kemudian bisa mendapatkan kesempatan untuk diterima oleh masyarakat. Adanya perkembangan teknologi digital menjadi sebuah media yang dapat digunakan untuk menyebarkan dakwah pada kalangan masyarakat. Dakwah bisa dilakukan dengan berbagai macam strategi yang kemudian dapat membantu tercapainya tujuan yang diharapkan. Pelaksanaan dakwah yang dilakukan di era milenial tentu perlu untuk disesuaikan dengan kondisi dan juga situasi yang terjadi saat ini. Adanya penerapan retorika dakwah yang tepat akan membantu terciptanya kesempatan bagi setiap orang menyebarkan isi pesan baik kepada setiap orang. Sehingga setiap orang akan tahu mengenai baik benar serta kewajiban dan larangan yang harus dipatuhi sebagai umat Islam.

Dakwah setidaknya perlu untuk dilakukan sebagai ajakan yang membantu setiap orang untuk menginternalisasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Ini akan membantu setiap orang untuk menjalankan kehidupannya dengan baik dan sesuai dengan tuntunan ajaran Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan juga hadist. Retorika menjadi sebuah seni yang dapat membantu untuk lebih mudah mengajak banyak orang untuk melakukan hal yang baik di dalam hidupnya. Adanya seni yang dilakukan dengan tepat akan membantu terciptanya dakwah yang lebih menyenangkan dan mudah diterima oleh khalayak.

Da'i yang memakai dakwah dengan adanya retorika yang tepat menjadi mudah karena menggunakan pendekatan teori positivisme. Yang hasilnya akan lebih maksimal. Perlu diketahui bahwa pada dasarnya di dalam teori positivisme sosial sendiri seseorang berinteraksi dan berkomunikasi harus berdasarkan fakta yang konkret. Tanpa adanya fakta yang konkret maka setiap ucapan dan perkataan yang disampaikannya tidaklah berarti apa pun. Ini akan berpengaruh pada strategi penyampaian pesan yang dilakukan oleh setiap orang pada obyek sasaran. Saat seseorang dapat menerapkan retorika dakwah yang baik maka hasil yang didapatkan akan sesuai dengan harapan yang diinginkan tentunya. Dengan begitu maka dalam penyampaian dakwah Islam perlu untuk memanfaatkan dan menginternalisasikan teori positivisme dalam penyampaian pesan.

Saat retorika dakwah sudah bisa disusun dengan baik dan dioptimalkan dengan baik maka seseorang perlu memperhatikan media yang digunakan. Pastikan media dakwah yang digunakan untuk menyampaikan isi dari dakwah tersebut dapat menjangkau setiap kalangan mulai dari remaja hingga orang yang sudah dewasa. Tentunya internet kini menjadi sebuah media yang digunakan oleh semua kalangan di berbagai jenjang usia mulai dari remaja hingga dewasa. Saat seseorang dapat menyampaikan dakwahnya melalui internet maka khalayak yang dapat disasar lebih luas cakupannya. Hal ini akan mendorong terciptanya efisiensi penyebaran informasi dakwah yang dilakukan baik dalam bentuk tulisan ataupun audio visual. Sebuah pesan yang bagus dan juga tidak membosankan akan lebih mudah diterima oleh masyarakat luas dan menjadi poin penting untuk di perhatikan.

Saat retorika dakwah sudah disusun sedemikian rupa dan penyampaiannya dakwahnya sudah terarah maka semua akan mudah. Semuanya akan bergantung pada bagaimana metode yang akan digunakan dalam menyampaikan isi dakwah kepada khalayak luas. Retorika dakwah yang sudah tersusun rapi tapi tidak menggunakan media yang dapat membantu maka hasilnya tidak akan sesuai dengan harapan. Mereka akan kesulitan untuk bisa menyampaikan isi pesan pada khalayak ramai yang kini cenderung lebih aktif pada aktivitas dunia maya. Menggunakan media sosial tentu akan sangat membantu pada terciptanya optimalisasi dakwah yang disampaikan kepada khalayak ramai. Sehingga penting bagi setiap orang agar dapat memperhatikan penggunaan media sosial dalam menyebarkan isi pesan dakwah yang diberikan kepada khalayak.

Penyampaian retorika dakwah pada era milenial menjadi sebuah tanggung jawab yang besar untuk dilakukan oleh setiap orang. Setiap orang dapat melakukan penyampaian isi pesan dakwah dengan baik berdasarkan pada Al-Qur'an dan hadist. Penyampaian pesan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang sopan dan juga santun akan menarik perhatian umat. Akan jauh lebih mudah bagi setiap orang nantinya untuk mendapatkan kesempatan yang sama melakukan dakwah dengan memperhatikan komponen yang diperlukan. Ini akan membantu tercapainya tujuan dari dakwah yang diinginkan dalam merubah kehidupan setiap manusia.

KESIMPULAN

Retorika dakwah pada era milenial seperti saat ini tentunya disampaikan dengan memanfaatkan internet. Internet kini sudah menginternalisasi dalam kehidupan masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media untuk menyampaikan dakwah pada era milenial dinilai sangat efisien. Sehingga semua orang bisa mendapatkan

kesempatan yang sama untuk melihat dan menerima informasi berupa isi pesan yang disampaikan dari dakwah yang dilakukan. Dapat dikatakan bahwa penyesuaian dakwah yang dilakukan sesuai dengan kondisi generasi milenial saat ini menjadi poin penting yang diperlukan. Setiap orang akan mudah menjangkau khalayak banyak sebagai penerima informasi dakwah dengan memanfaatkan internet. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah akan jauh lebih optimal saat media yang digunakan tepat sesuai dengan kondisi. Di mana pada dasarnya setiap orang akan lebih mudah menyampaikan isi pesan dakwah melalui internet karena kehidupan generasi milenial saat ini lebih banyak di dunia maya. Sehingga dakwah perlu dilakukan dengan memanfaatkan media sosial agar jangkauannya lebih luas.

REFERENSI

- Esenwin Berg J, Dale Carnigie. Buku Sakti Public Speaking. Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka, 2013.
- Habibi, Muhammad. "Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Milenial," Jurnal Dakwah, Vol. 12 No. 1, 2018.
- Hidayatullah, S. H. dkk. "Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food," Jurnal Manajemen & Kewirausahaan. Vol. 6 No. 2, 2018.
- <https://www.republika.co.id/berita/ql9jnz430/riset-58-persen-milenial-belajar-agama-di-medsos>
- Ilahi, Wahyu. Komunikasi Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Irfan & Aini. "Gaya Komunikasi dan Retorika Dakwah T.G.K.H Muhammad Zainul Majdi dalam Pengajian Hultah ke 70-80 NWDI di Pancor," Vol. 1 No. 3, 2019.
- Ma'arif, Zainul. Retorika Metode Komunikasi Publik. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015. Rafiq, M. "Urgensi Retorika dalam Aktivitas Dakwah. Fitrah Jurnal Ilmu Ilmu Keislaman," Jurnal IAIN Padang sidimpuan.ac.id, 2015.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Nasrulloh, M. A. "Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an," Jurnal Darussalam Vol. VIII. No. 1, 2016.
- Noviyanto & Jaswadi. "Gaya Retorika Da'idan Perilaku memilih Penceramah," Jurnal Komunikasi Islam Vol. 04, No. 01, 2014.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Rakhmawati, Isina. "Kontribusi Retorika dalam Komunikasi Dakwah (Relasi atas Pendekatan Stelestika Bahasa)," Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol 1 (2), 2013.
- Sadiah, Dewi. *Metode Penelitian Dakwah: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Siregar, Nurhalali. "Retorika Syekh Abdul Efendi Ritonga dalam Ceramah," Volume 2 Nomor 1, 2019.
- Suardi. "Urgensi Retorika Dalam Perspektif Islam dan Persepsi Masyarakat," Jurnal Pemikiran Islam. Vol. 41 No. 2, 2017.
- Yusuf Zainal Abidin. *Pengantar Retorika*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Zahro, Fatimatu. "*Retorika Dakwah KH. Faturrohman*". Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017.

Zulkarnain. "*Dakwah Islam di Era Modern,*" Jurnal RISALAH, Vol.26 No. 3, 2015