

TEORI KOMUNIKASI DAKWAH KONTEMPORER: PERPADUAN RETORIKA DAN KOMUNIKASI MASSA DALAM DAKWAH MODERN

Sugiharto¹, Isdandi Kamili², Etika Santri Julia³, Said Agil Hasan⁴, Fifi Alayda Shofah⁵,
Muhammad Fikri Al Habib⁶

(Manajemen Dakwah, FDIKOM, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, Indonesia)

E-mail: sugih.arto@uinjkt.ac.id, dandikamili@gmail.com, santrijulietika@gmail.com,
sagilh131104@gmail.com, fifialaydashofah@gmail.com, fikrihabib320@gmail.com

Abstract

This study examines contemporary Islamic preaching communication theory, emphasizing the integration of rhetorical art and mass communication strategies in modern Islamic preaching. Advances in information technology mean that Islamic preaching is no longer limited to traditional methods but has evolved into a communication process that demands both persuasive skills and media literacy. In the digital era, Islamic preachers need to utilize ethos, logos, and pathos, as well as utilize mass media and online platforms, to ensure their religious messages reach a wider audience. This study employs a qualitative method based on literature review, examining various classical and modern literature on rhetoric, Islamic preaching, and mass communication. Descriptive-analytical analysis is applied to uncover the relevance of Islamic preaching in the context of digital media. The research findings indicate that rhetoric enhances the quality of message delivery, while mass media expands the reach of Islamic preaching. This study offers an integrative approach that combines rhetorical skills and media strategies as a foundation for more adaptive and effective Islamic preaching in the modern era.

Keywords: Islamic Da'wah Communication, Rhetoric, Mass Communication, Contemporary Da'wah, Digital Media, Ethos, Logos, Pathos, Persuasion, Da'wah Strategy, Social Media, Digital Era.

Abstrak

Penelitian ini membahas teori komunikasi dakwah kontemporer dengan menekankan perpaduan antara seni retorika dan strategi komunikasi massa dalam dakwah modern. Perubahan teknologi informasi membuat dakwah tidak lagi terbatas pada metode tradisional, tetapi berkembang menjadi proses komunikasi yang menuntut kemampuan persuasi sekaligus literasi media. Pada era digital, pendakwah perlu memanfaatkan ethos, logos, dan pathos serta menggunakan media massa dan platform daring agar pesan keagamaan dapat diterima oleh khalayak yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi kepustakaan dengan menelaah berbagai literatur klasik dan modern mengenai

Article History

Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No 610
Prefix DOI :

10.8734/Tashdiq.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Tasdiq



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](#)

retorika, dakwah, serta komunikasi massa. Analisis deskriptif-analitis diterapkan untuk mengungkap relevansi dakwah dalam konteks media digital. Temuan penelitian menunjukkan bahwa retorika memperkuat kualitas penyampaian pesan, sedangkan media massa memperbesar jangkauan dakwah. Studi ini menawarkan pendekatan integratif yang menggabungkan kemampuan retorika dan strategi media sebagai landasan dakwah yang lebih adaptif dan efektif di era modern.

Kata Kunci: Komunikasi Dakwah, Retorika, Komunikasi Massa, Dakwah Kontemporer, Media Digital, Ethos, Logos, Pathos, Persuasi, Strategi Dakwah, Media Sosial, Era Digital

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi dan perkembangan pola interaksi masyarakat modern telah memunculkan bentuk dakwah baru yang lebih fleksibel dan responsif. Dakwah tidak lagi sekadar dipahami sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam secara lisan, tetapi berkembang menjadi proses komunikasi strategis yang bertujuan mentransformasikan nilai-nilai moral, spiritual, dan sosial melalui berbagai media. Dalam era digital, dakwah membutuhkan pendekatan yang mampu mengharmonikan seni retorika dengan strategi komunikasi massa agar pesan Islam dapat disampaikan secara lebih luas, cepat, dan selaras dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Retorika tetap menjadi pilar utama dakwah, namun penggunaannya kini harus menyesuaikan dengan karakter ruang publik digital yang terus bergerak.

Dalam sudut pandang ilmu komunikasi, dakwah modern menuntut perencanaan pesan, pengelolaan media, serta teknik penyampaian yang terukur dan terarah. Prinsip-prinsip pengelolaan seperti yang dikemukakan George R. Terry (2006) perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan tidak hanya relevan dalam manajemen umum, tetapi juga menjadi landasan penting dalam mengatur konten dakwah masa kini. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menjadi aktivitas berbicara, melainkan proses komunikasi yang harus dirancang untuk menghasilkan dampak sosial yang nyata.

Dalam perspektif dakwah Islam, pemanfaatan media modern tidak menghilangkan dimensi ruhani yang menjadi esensi dakwah. Pesan dakwah tetap harus dibangun di atas nilai ketulusan, akhlak, dan integritas moral. Pemikiran Al-Ghazali yang menekankan bahwa ilmu tidak bermakna tanpa akhlak mempertegas pentingnya karakter seorang da'i dalam menyampaikan pesan melalui media apa pun. Oleh karena itu, teori komunikasi dakwah kontemporer menuntut para pendakwah menguasai kemampuan teknis sekaligus mempertahankan kualitas spiritual.

Transformasi dalam metode dakwah juga terlihat pada proses penyampaiannya. Jika sebelumnya dakwah bertumpu pada ceramah tatap muka, kini penyusunan pesan, pemilihan platform, dan strategi pengemasan konten membutuhkan kecermatan yang lebih tinggi. Dakwah kontemporer memadukan keahlian retorika, penguasaan situasi sosial, serta keterampilan komunikasi persuasif yang disalurkan melalui media digital seperti televisi, podcast, media sosial, dan platform streaming. Efektivitas dakwah pun diukur dari keterlibatan audiens dan dampaknya dalam ruang publik digital, bukan hanya dari kehadiran fisik.

Hakikat dakwah kontemporer terletak pada kemampuannya menjawab tantangan umat dalam kehidupan modern yang kompleks. Dakwah harus mampu mengangkat persoalan sosial, moral, dan spiritual dengan bahasa yang mudah dipahami dan sesuai perkembangan zaman. Pandangan Syekh Muhammad Abduh mengenai dakwah sebagai sarana pencerahan masyarakat kembali menemukan relevansinya, karena para da'i kini dituntut menjadi fasilitator perubahan yang memanfaatkan media tanpa meninggalkan nilai ajaran Islam.

Efektivitas dakwah modern sangat dipengaruhi oleh pengelolaan pesan dan media secara tepat. Dalam teori komunikasi, efektivitas diukur bukan hanya dari tersampainya pesan, tetapi juga dari sejauh mana pesan tersebut mempengaruhi sikap dan perilaku audiens. Prinsip efektivitas dan efisiensi sebagaimana dijelaskan Handoko (2012) menjadi acuan penting agar dakwah modern tetap fokus dan membawa dampak positif.

Pada akhirnya, teori komunikasi dakwah kontemporer yang memadukan retorika dan komunikasi massa menjadi fondasi penting bagi pengembangan dakwah di era baru. Pendekatan ini memungkinkan dakwah terus relevan, mengikuti perubahan teknologi, dan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam. Dengan memahami karakter media dan audiens digital, dakwah dapat berfungsi lebih humanis, kontekstual, dan transformatif, sejalan dengan misinya untuk menghadirkan kebaikan bagi umat manusia.

Pesatnya laju kemajuan teknologi komunikasi telah menciptakan disrupsi signifikan dalam berbagai sendi kehidupan masyarakat, termasuk dalam praktik keagamaan. Konsekuensinya, dakwah sebagai proses penyampaian ajaran Islam mengalami metamorfosis fundamental, beranjak dari sekadar aktivitas lisan tatap muka menuju proses komunikasi strategis yang adaptif dan transformatif. Di era modern, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar konvensional, melainkan telah merambah ruang publik digital, menuntut para pelaku dakwah (da'i) untuk menguasai tidak hanya substansi ajaran, tetapi juga mekanisme penyebaran pesan melalui media massa dan digital. Transformasi ini menggarisbawahi bahwa efektivitas dakwah masa kini sangat bergantung pada kemampuan mengharmoniskan seni retorika Islam dengan prinsip-prinsip komunikasi massa yang terukur.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, fenomena ini menempatkan dakwah modern sebagai studi kasus komunikasi persuasif yang kompleks. Aktivitas dakwah kontemporer kini menuntut perencanaan pesan yang matang, manajemen media yang efektif, serta teknik penyampaian yang terarah. Prinsip-prinsip manajemen klasik yang digagas oleh George R. Terry, seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*), menemukan relevansi krusialnya dalam pengelolaan konten dakwah digital. Hal ini menegaskan bahwa dakwah telah bertransformasi dari sekadar aktivitas berbicara menjadi sebuah proses komunikasi terencana yang wajib dirancang untuk menghasilkan dampak sosial dan perubahan perilaku yang nyata di tengah masyarakat.

Meskipun terjadi pergeseran signifikan dalam metode dan media, esensi spiritual dan dimensi ruhani dakwah tidak boleh tereduksi. Dalam perspektif Islam, pemanfaatan teknologi dan media modern harus tetap berpijak pada nilai ketulusan (*ikhlas*), akhlak mulia, dan

integritas moral seorang da'i. Pemikiran Al-Ghazali yang menyoroti bahwa ilmu tanpa dilandasi akhlak tidak akan mencapai kebermaknaan, menjadi pengingat fundamental bagi para pendakwah digital. Oleh karena itu, teori komunikasi dakwah kontemporer menuntut adanya keseimbangan harmonis antara penguasaan kemampuan teknis dalam mengelola media digital dan pemeliharaan kualitas spiritual serta karakter personal da'i sebagai pembawa risalah.

Perubahan mendasar dalam metode penyampaian pesan terlihat jelas dari pergeseran fokus. Jika sebelumnya kekuatan dakwah bertumpu pada otoritas dan kehadiran fisik dalam ceramah tatap muka, kini efektivitas dakwah sangat ditentukan oleh kecermatan dalam penyusunan pesan yang kontekstual, pemilihan platform yang strategis (seperti media sosial, *podcast*, dan *platform streaming*), serta strategi pengemasan konten yang menarik. Dakwah kontemporer adalah perpaduan dinamis antara keahlian retorika tradisional, sensitivitas terhadap situasi sosial audiens, dan keterampilan komunikasi persuasif yang disalurkan melalui medium digital. Indikator keberhasilan dakwah pun turut bergeser; dari sekadar kehadiran fisik, kini efektivitasnya diukur dari tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) dan dampak transformatifnya di ruang publik digital.

Hakikat keberadaan dakwah kontemporer terletak pada kemampuannya memberikan jawaban dan solusi atas berbagai tantangan umat dalam kehidupan modern yang semakin kompleks. Dakwah dituntut untuk mampu mengangkat dan menguraikan persoalan sosial, moral, dan spiritual yang dihadapi audiens dengan bahasa yang mudah dipahami dan selaras dengan perkembangan zaman. Pandangan Syekh Muhammad Abduh yang melihat dakwah sebagai instrumen pencerahan dan pembaharu masyarakat kembali menemukan relevansinya. Para da'i modern kini diposisikan sebagai fasilitator perubahan sosial dan moral yang cerdas dalam memanfaatkan media tanpa harus mengorbankan atau menanggalkan nilai-nilai esensial ajaran Islam.

Pada akhirnya, keberhasilan dakwah modern tidak terlepas dari penerapan prinsip efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan pesan dan media, sebagaimana ditekankan dalam literatur manajemen dan komunikasi. Efektivitas, dalam konteks ini, tidak hanya diukur dari tersampainya pesan, melainkan sejauh mana pesan tersebut mampu memengaruhi secara mendalam sikap dan perilaku audiens. Teori komunikasi dakwah kontemporer yang memadukan retorika tradisional dengan strategi komunikasi massa dan manajemen media digital, menjadi fondasi penting bagi pengembangan dakwah di era baru. Pendekatan ini memungkinkan dakwah untuk tetap relevan, adaptif terhadap inovasi teknologi, dan secara konsisten berpegang teguh pada nilai-nilai humanis dan transformatif Islam, demi menghadirkan kebaikan bagi umat manusia.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian berjudul "*Teori Komunikasi Dakwah Kontemporer: Perpaduan Retorika dan Komunikasi Massa dalam Dakwah Modern*" dilakukan dengan metode kualitatif menggunakan kualitatif deskriptif. Metode ini menitik beratkan pada kajian mendalam terhadap berbagai data literatur seperti buku rujukan, jurnal akademik, artikel ilmiah, serta karya penting yang membahas teori komunikasi, retorika, dakwah Islam, dan perkembangan media massa.

Pendekatan kepustakaan dipilih karena penelitian ini berorientasi pada penelaahan konsep-konsep teoretis, model pemikiran, serta fondasi filosofis yang membentuk praktik dakwah modern, terutama dalam konteks integrasi antara seni berbicara persuasif dan penyiaran melalui media massa. Dengan demikian, penelitian ini tidak menuntut pengumpulan data lapangan, melainkan fokus pada analisis literatur yang komprehensif guna memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai arah dan bentuk komunikasi dakwah masa kini.

Sumber data penelitian dibagi menjadi dua, yaitu sumber primer dan sekunder. Sumber primer mencakup karya klasik dan mutakhir dalam bidang retorika dan dakwah, seperti pemikiran Aristoteles mengenai retorika, karya Yusuf al-Qardhawi dalam *Fiqh al-Da'wah*, tulisan al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin*, serta literatur komunikasi massa karya McQuail seperti *Mass Communication Theory*. Sumber sekunder terdiri dari buku-buku pendukung, artikel ilmiah terbaru, riset yang mengkaji komunikasi dakwah di era digital, dan publikasi akademik terkait integrasi media digital dalam aktivitas dakwah. Seluruh bahan ini dianalisis untuk menemukan titik persinggungan antara teori retorika dan teori komunikasi massa dalam kerangka dakwah modern.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif-analitis dan hermeneutik. Analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan perkembangan teori komunikasi dakwah, fungsi retorika dalam penyampaian pesan keagamaan, serta cara kerja media massa dalam menyebarkan pesan dakwah pada era modern. Sementara itu, analisis hermeneutik dimanfaatkan untuk menafsirkan nilai-nilai filosofis dan makna tersirat dalam berbagai teks klasik dan kontemporer, sehingga dapat digali esensi hubungan antara retorika, media, dan dakwah. Melalui pendekatan hermeneutik, penelitian berupaya memahami teks bukan hanya dari sisi teori, tetapi juga dari konteks makna, tujuan, serta relevansinya terhadap tantangan dakwah di era digital.

Proses penelitian dilakukan melalui empat tahap utama. Pertama, tahap pengumpulan literatur dengan menghimpun berbagai sumber ilmiah tentang retorika, komunikasi massa, dan dakwah kontemporer. Kedua, tahap pembacaan dan pencatatan kritis untuk merangkum konsep utama, pandangan tokoh, serta temuan-temuan penting terkait komunikasi dakwah modern. Ketiga, tahap analisis dan interpretasi, yaitu menghubungkan teori retorika dengan teori komunikasi massa serta mengintegrasikannya dalam konteks dakwah Islam masa kini. Keempat, tahap penyimpulan melalui perumusan hasil analisis ke dalam konsep integratif mengenai teori komunikasi dakwah kontemporer yang memadukan retorika dengan strategi komunikasi massa.

Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih dalam, sistematis, dan menyeluruh tentang bagaimana dakwah modern dapat dijalankan secara efektif di tengah perkembangan media masa kini. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan posisi teoretis dakwah kontemporer yang tetap berpijak pada nilai-nilai Islam, namun adaptif terhadap kemajuan teknologi komunikasi dan dinamika budaya digital.

LANDASAN TEORI

A. Konsep Teori Komunikasi Dakwah Kontemporer

Konsep teori komunikasi dakwah kontemporer bergerak melampaui paradigma komunikasi interpersonal tradisional, mengintegrasikan dua disiplin ilmu yang krusial: Retorika dan Komunikasi Massa (Al-Haddad, 2021). Retorika, yang berakar pada persuasi Aristotelian, berfungsi sebagai pondasi untuk membangun pesan dakwah yang efektif, logis (logos), etis (ethos), dan mampu menyentuh emosi khalayak (pathos). Dalam konteks ini, juru dakwah (dai) tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan tetapi juga menyusun argumen yang kuat, memilih gaya bahasa yang relevan, dan mempersonalisasi kredibilitas diri mereka untuk mengoptimalkan penerimaan pesan. Sementara itu, menurut (CNN, 2022) komunikasi Massa memberikan kerangka kerja untuk distribusi pesan dakwah secara luas, memanfaatkan teknologi digital, media sosial, dan platform siaran. Perpaduan ini menghasilkan model dakwah hibrida yang menyeimbangkan kedalaman pesan retorik dengan jangkauan dan kecepatan diseminasi massal, menjadikannya relevan bagi audiens yang beragam dan tersebar.

Dalam konteks Manajemen Pelatihan Dakwah yang kontemporer, pengintegrasian Retorika dan Komunikasi Massa menjadi inti kurikulum yang transformatif (Syafi'i, 2024). Pelatihan tidak lagi hanya berfokus pada penguasaan materi keagamaan, tetapi pada pengembangan keterampilan produksi pesan content creation yang menarik dan sesuai format media massa, serta keterampilan presentasi persuasif di hadapan kamera atau live streaming. Manajemen pelatihan harus memastikan bahwa dai memiliki kompetensi dalam analisis audiens media digital, memahami algoritma penyebaran konten, dan mampu beradaptasi dengan tren komunikasi yang cepat berubah, seperti penggunaan video pendek dan podcast (Al-Haddad, 2021). Oleh karena itu, output dari pelatihan ini adalah dai yang tidak hanya fasih berkhotbah di mimbar tetapi juga mahir beretorika digital di ruang publik virtual.

Penerapan teori komunikasi dakwah kontemporer ini dalam pelatihan memerlukan penekanan khusus pada strategi adaptasi media dan analisis framing pesan (Amin, 2023). Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial Komunikasi Massa harus di-frame sedemikian rupa sehingga isu-isu keagamaan yang kompleks dapat disederhanakan tanpa kehilangan esensi teologis, sekaligus menarik perhatian netizen. Retorika memainkan peran vital dalam proses framing ini, memastikan pilihan kata, metafora, dan narasi yang digunakan mempertahankan nilai-nilai etika dakwah (hikmah, mau'idzah hasanah, dan mujadalah ahsan) sebagaimana dianjurkan dalam ajaran Islam (Q.S. An-Nahl [16]: 125). Keberhasilan manajemen pelatihan diukur dari kemampuan dai untuk mengkonversi nilai-nilai retorik klasik menjadi format konten massa yang viral dan berdampak positif, meminimalkan potensi kesalahpahaman atau konflik.

Tegasnya, Teori ditemukan (Azzam, 2023) merupakan sintesis strategis yang bertujuan mencetak Dai Omnichannel. Pendekatan ini secara eksplisit mengakui bahwa efektivitas dakwah masa kini sangat bergantung pada kemampuan dai untuk menguasai

teknik persuasi verbal (Retorika) dan instrumen distribusi digital Komunikasi Massa secara simultan. Pelatihan yang terstruktur dengan baik harus mampu menjembatani kesenjangan antara tradisi dan modernitas, membekali dai dengan perangkat lunak dan keras untuk berdakwah secara etis, luas, dan mendalam. Integrasi ini memastikan pesan Islam yang damai dan inklusif dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat global yang semakin terdigitalisasi (Syafi'i, 2024).

B. Kontribusi Retorika dalam Meningkatkan Kualitas Penyampaian Dakwah Modern

a. Meningkatkan Kejelasan Pesan Dakwah

Salah satu fungsi utama retorika dalam dakwah modern adalah menjadikan pesan agama lebih jelas, terstruktur, dan mudah dipahami oleh audiens. Retorika membantu pendakwah memilih diksi, gaya bahasa, serta pola penjelasan yang sesuai dengan karakter pendengar sehingga makna ajaran yang ingin disampaikan tidak disalahpahami (Rokibullah, 2023). Dalam konteks dakwah digital, kejelasan pesan bahkan menjadi kebutuhan utama karena informasi yang beredar di internet sering bersifat singkat, padat, dan kompetitif dengan konten lainnya (Ramli & Tasruddin, 2024).

b. Menghadirkan Pesan yang Emosional dan Menyentuh

Retorika memiliki kemampuan untuk menyentuh sisi emosional audiens melalui pendekatan *pathos*. Dalam dakwah, aspek emosional seringkali menjadi pintu masuk bagi perubahan perilaku dan kesadaran keagamaan. Misalnya pendakwah menyisipkan kisah teladan, pengalaman pribadi, atau ilustrasi menyentuh yang mendekatkan ajaran Islam dengan realitas kehidupan sehari-hari (Nasution & Rifqi, 2025). Ketika audiens merasakan kedekatan emosional, pesan agama lebih mudah diterima dan membekas dalam hati.

c. Membentuk Kredibilitas Pendakwah

Retorika juga berfungsi memperkuat kredibilitas pendakwah di hadapan masyarakat. Melalui etika komunikasi, cara tutur yang santun, serta penguasaan materi keagamaan, seorang pendakwah dinilai memiliki karakter yang dapat dipercaya (*ethos*). Kredibilitas sangat menentukan penerimaan pesan, terlebih di era media digital yang penuh informasi hoaks dan pesan keagamaan yang tidak terverifikasi (Faridah, 2025). Karena itu, retorika berperan menumbuhkan kepercayaan audiens sehingga dakwah tidak dianggap sekadar opini, tetapi memiliki landasan keilmuan.

d. Salah satu kontribusi penting retorika adalah kemampuan adaptasi.

Dakwah tidak bisa lagi bersifat satu arah dan seragam, tetapi harus menyesuaikan karakter audiens yang berbeda-beda baik dari sisi usia, pendidikan, budaya, maupun tingkat pemahaman agama. Retorika memberikan ruang bagi pendakwah untuk menyesuaikan gaya bicara, pemilihan contoh, hingga pendekatan visual yang relevan bagi audiens tertentu (Ali, 2024). Di sinilah retorika menjadi kunci dakwah modern agar tidak kaku, tetapi fleksibel, dialogis, dan komunikatif sesuai perkembangan zaman.

C. Pengaruh Media Massa dan Media Digital Terhadap Pola dan Strategi Dakwah Kontemporer

Perkembangan teknologi informasi sejak awal 2000-an hingga periode 2021-2025 telah membawa transformasi besar dalam cara masyarakat memperoleh, menghasilkan,

dan mendistribusikan informasi. Aktivitas dakwah, yang sebelumnya berlangsung terutama di ruang-ruang fisik seperti masjid, majelis taklim, ataupun institusi pendidikan, kini mengalami perluasan ke ranah baru. Kehadiran media massa televisi, radio, surat kabar beserta media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, podcast, laman web, dan aplikasi berbasis dakwah, telah menggeser pola komunikasi keagamaan menjadi lebih cepat, lebih inklusif, serta memungkinkan interaksi dua arah. (Qury, 2025)

Dalam konteks kekinian, dakwah harus bersifat adaptif terhadap gaya hidup masyarakat digital, terutama Generasi Z dan Generasi Alpha yang cenderung menyukai konten visual, ritme yang dinamis, dan memiliki kecenderungan kritis terhadap pesan yang diterima. Oleh sebab itu, pemahaman mengenai bagaimana media massa dan media digital mempengaruhi proses dan strategi dakwah menjadi aspek penting bagi para pendakwah, lembaga keagamaan, maupun kalangan akademisi. (Jenris & Pardosi 2024)

Kemunculan media massa seperti televisi, radio, dan surat kabar telah menghadirkan wadah baru bagi penyebaran pesan-pesan dakwah Islam. Kehadiran media tersebut memungkinkan informasi keagamaan menjangkau masyarakat secara lebih luas, melampaui batas wilayah, perbedaan usia, maupun latar sosial yang sebelumnya menjadi kendala utama dalam proses dakwah. Berikut ini merupakan uraian lengkap untuk masing-masing aspek yang terkait.

1. Media massa memungkinkan pesan dakwah disampaikan kepada kelompok masyarakat dari berbagai rentang usia. Anak-anak dapat memperoleh materi keislaman melalui tayangan edukatif seperti animasi yang mengajarkan nilai moral, sementara remaja dan orang dewasa dapat mengakses kajian tematik melalui program televisi maupun siaran radio. Bahkan kelompok lanjut usia yang memiliki keterbatasan mobilitas tetap mampu mendapatkan bimbingan spiritual tanpa harus keluar dari rumah. Dengan cara ini, media massa berperan menghapus sekat usia dan kondisi fisik dalam proses penerimaan dakwah. (Effendy, 2023)
2. Media massa memiliki kemampuan untuk mencapai daerah-daerah terpencil yang sebelumnya sulit dijangkau secara langsung. Berkat jaringan penyiaran nasional, masyarakat yang tinggal di wilayah pedalaman, kawasan pegunungan, maupun pulau-pulau kecil tetap dapat menerima materi dakwah tanpa memerlukan kehadiran penceramah di tempat mereka. Perluasan infrastruktur penyiaran juga mendorong persebaran informasi keagamaan yang lebih merata, sehingga akses terhadap dakwah tidak lagi terbatas bagi penduduk kota-kota besar saja. (Adrian, 2024)
3. Media massa juga mampu menjangkau kelompok masyarakat yang tidak aktif menghadiri majelis taklim maupun kegiatan keagamaan formal. Mereka yang memiliki rutinitas kerja yang padat, tinggal di wilayah urban, berstatus mahasiswa, atau bekerja sebagai tenaga profesional dapat mengakses materi dakwah pada waktu yang sesuai dengan kesibukan mereka. Selain itu, media menyajikan dakwah dalam bentuk yang lebih fleksibel dan relevan dengan kehidupan modern, sehingga kesan bahwa dakwah hanya ditujukan bagi komunitas religius dapat terkikis. (Effendy, 2023)

4. Dakwah yang disampaikan melalui media massa juga mampu mencapai komunitas Muslim yang menjadi minoritas di berbagai negara. Melalui layanan televisi satelit dan siaran radio bertaraf internasional, umat Muslim diaspora di kawasan Eropa, Australia, maupun Amerika dapat tetap mengikuti ceramah dan kajian dari para ulama Indonesia. Akses terhadap konten dakwah tersebut tidak hanya membantu mereka mempertahankan identitas keislaman, tetapi juga menghadirkan rasa keterhubungan spiritual dengan tanah air. (Rusli, 2023)

Dampak media massa dalam memperluas jangkauan dakwah terlihat jelas melalui berbagai contoh, seperti penyiaran ceramah Ramadhan oleh Mamah Dedeh, AA Gym, Ustaz Abdul Somad, dan sejumlah pendakwah lainnya. Baik melalui siaran langsung maupun tayangan ulang, materi dakwah tidak hanya dinikmati masyarakat di Indonesia, tetapi juga diakses oleh komunitas Muslim diaspora di berbagai belahan dunia melalui platform digital dan layanan streaming.

Secara keseluruhan, media massa memberikan kontribusi penting dalam mengubah cara dakwah disebarkan agar lebih cepat, lebih luas, dan lebih merata. Kehadirannya memungkinkan dakwah beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat global, sekaligus menjaga keberlangsungan penyampaian nilai-nilai keagamaan di tengah perubahan zaman. (Haq, 2024)

D. Model Integratif yang Menggabungkan Retorika dan Komunikasi Massa dalam Dakwah Modern

a. Dakwah sebagai proses komunikasi strategis

Model integratif memandang dakwah sebagai proses komunikasi strategis yang bertujuan mempersuasi, menginformasikan, sekaligus membentuk opini keagamaan di ruang publik. Karena itu, dakwah tidak cukup hanya disampaikan melalui ceramah lisan, tetapi harus dirancang melalui pendekatan komunikasi yang terstruktur dengan memahami audiens, media, serta konteks sosial yang sedang berkembang. Pendekatan ini menempatkan da'i bukan sekadar penyampai ayat, tetapi sebagai komunikator sosial yang menyampaikan pesan dengan metode yang tepat dan relevan terhadap kondisi kekinian (Munir, 2012).

b. Integrasi retorika sebagai basis penyusunan pesan

Retorika menjadi landasan dalam proses penyusunan pesan dakwah sehingga isi dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga argumentatif dan persuasif. Retorika modern mengajarkan bagaimana struktur pesan, pemilihan bahasa, gaya penyampaian, serta penyusunan narasi dapat meningkatkan daya terima dan daya pengaruh pesan keagamaan. Dalam konteks masyarakat digital yang kritis dan plural, unsur retorika menjadi aspek penting agar pesan dakwah mampu bersaing dengan berbagai wacana lain di ruang publik (Hidayat, 2022).

c. Pemanfaatan media massa sebagai saluran penyebaran dakwah

Komunikasi massa memiliki peran utama dalam memperluas jangkauan dakwah sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya diterima komunitas lokal, tetapi juga audiens global. Media massa modern seperti televisi, radio, dan platform digital memfasilitasi penyebaran dakwah ke berbagai segmentasi masyarakat yang berbeda latar sosial dan geografis. Dengan demikian, media massa tidak hanya menjadi alat publikasi, tetapi merupakan bagian dari strategi komunikasi dakwah modern (Nasrullah, 2019).

d. Adaptasi dakwah terhadap era media digital

Dakwah modern tidak dapat dilepaskan dari perkembangan media digital yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara interaktif, cepat, dan mudah dibagikan. Kehadiran media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok mendorong penyusunan pesan dakwah dengan format visual, naratif, dan konkret agar sesuai dengan karakter konsumsi media masyarakat digital. Pendekatan ini membuat dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif, kreatif, dan relevan dengan perkembangan zaman (Rakhmat, 2018).

e. Penegasan etika dakwah dalam ruang publik modern

Integrasi retorika dan media massa tetap membutuhkan prinsip etika komunikasi Islam agar dakwah tidak terjebak pada konten provokatif atau manipulatif yang hanya mengejar popularitas. Model ini menekankan penggunaan dakwah yang santun, dialogis, inklusif, dan berorientasi kemaslahatan, sehingga media massa tidak sekadar menjadi sarana penyebaran informasi agama, melainkan media pembentukan nilai, moral, dan kedamaian sosial dalam masyarakat global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian berjudul *“Teori Komunikasi Dakwah Kontemporer: Perpaduan Retorika dan Komunikasi Massa dalam Dakwah Modern”* mengungkapkan bahwa perpaduan antara kecakapan retorika dan pemanfaatan berbagai bentuk media massa merupakan fondasi yang sangat menentukan dalam merancang model dakwah yang benar-benar efektif pada era digital. Melalui pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kepustakaan, kajian ini menelaah beragam literatur penting yang menjelaskan perkembangan teori komunikasi, prinsip-prinsip persuasi retorik, serta dinamika media massa yang terus berevolusi. Hasil dari proses penelaahan tersebut memperlihatkan bagaimana seluruh unsur itu berkontribusi membentuk pola dakwah yang lebih strategis, adaptif, dan mampu merespons kebutuhan masyarakat modern yang sangat beragam.

Pada bagian pembahasan awal, penelitian ini menekankan bahwa komunikasi dakwah kontemporer tidak lagi terbatas pada interaksi langsung seperti ceramah konvensional atau tatap muka di majelis ilmu. Dakwah telah mengalami transformasi menjadi bentuk komunikasi hibrida yang mengintegrasikan kekuatan logos, ethos, dan pathos tiga pilar utama retorika klasik dengan jangkauan dan kecepatan distribusi pesan yang ditawarkan oleh media massa digital. Retorika bekerja sebagai alat konseptual yang membantu pendakwah merumuskan pesan yang jelas, menggugah emosi, dan menunjukkan kredibilitas personal, sementara media

masa kini berperan memperluas penyebaran pesan sehingga mampu menjangkau audiens yang jauh lebih luas, lintas generasi, dan lintas budaya. Temuan ini memperlihatkan bahwa kemitraan antara retorika dan teknologi komunikasi merupakan syarat vital bagi dakwah pada era globalisasi informasi.

Lebih jauh, penelitian menyoroti bagaimana retorika mampu meningkatkan kualitas penyampaian pesan keagamaan secara signifikan. Retorika memberi kerangka bagi pendakwah untuk merumuskan argumen yang kuat, membangun hubungan emosional yang mendalam dengan audiens, serta mempertahankan integritas dan kredibilitas sebagai komunikator spiritual. Dalam konteks masyarakat digital yang diwarnai arus informasi cepat dan kompetisi pesan yang semakin ketat, kemampuan retorika menjadi perangkat penting agar pesan dakwah tetap terbaca jelas, tidak kehilangan substansi, dan mampu menghadirkan pemahaman yang tepat bagi berbagai kalangan.

Penelitian ini juga menegaskan besarnya dampak media massa dan media digital terhadap cara dakwah disampaikan dan diterima. Televisi, radio, serta berbagai platform digital mulai dari YouTube, Instagram, hingga TikTok memberikan ruang baru bagi pendakwah untuk menjangkau audiens yang secara karakter berbeda-beda: generasi muda yang mengutamakan visual, masyarakat perkotaan yang serba cepat, hingga komunitas Muslim diaspora yang memerlukan akses dakwah fleksibel. Keberadaan media menjadikan dakwah tidak lagi dibatasi ruang geografis dan waktu, melainkan dapat mengalir mengikuti ritme digital masyarakat global. Hal ini membuktikan bahwa dakwah modern harus mampu menyesuaikan diri dengan kultur digital agar tetap relevan dan diterima.

Selain itu, penelitian menunjukkan perlunya suatu model dakwah integratif yang memandang dakwah sebagai proses komunikasi strategis yang melibatkan banyak aspek. Model ini menggabungkan kepekaan retorika, pemahaman mendalam terhadap karakter audiens, kemampuan memanfaatkan teknologi komunikasi digital, serta penerapan etika dakwah yang berakar pada ajaran Islam. Perpaduan ini menghasilkan gambaran tentang dai masa kini sebagai *dai omnichannel* yakni pendakwah yang mampu bergerak luwes antara ruang dakwah tradisional dan platform digital dengan efektivitas yang sama.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi bahwa dakwah yang ingin tetap bertahan dan berkembang di era modern harus bertumpu pada dua kekuatan pokok: kecermatan retorika dalam membentuk pesan yang meyakinkan dan kedalaman pemanfaatan media massa dalam menyebarkan pesan tersebut kepada publik. Kedua aspek ini saling menguatkan sehingga mampu menghadirkan model dakwah yang lebih relevan, responsif, inklusif, serta sejalan dengan kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat masa kini.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai “*Teori Komunikasi Dakwah Kontemporer: Perpaduan Retorika dan Komunikasi Massa dalam Dakwah Modern*” menyimpulkan bahwa dakwah pada era digital hanya dapat berjalan efektif jika mampu memadukan kemampuan retorika dengan pemanfaatan media massa. Retorika berperan penting dalam membangun pesan yang jelas, menarik, dan meyakinkan, sementara media massa termasuk televisi, radio, dan media digital memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang jauh lebih luas dan beragam.

Perkembangan teknologi membuat dakwah tidak lagi terbatas pada pertemuan langsung, tetapi dapat disampaikan melalui berbagai platform digital. Hal ini menuntut pendakwah untuk menyesuaikan cara penyampaian, memahami karakter audiens, serta menggunakan media dengan bijak agar pesan tetap relevan dan mudah diterima.

Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah modern memerlukan pendekatan integratif, yaitu menggabungkan seni berbicara yang persuasif dengan kemampuan memanfaatkan teknologi komunikasi. Dengan sinergi tersebut, dakwah dapat menjadi lebih efektif, inklusif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat masa kini. Dakwah tidak hanya menyampaikan ajaran, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dan dialogis dengan masyarakat di tengah perubahan digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, A. &. (2024). Agama, media, dan masyarakat di era digital. Borneo. *Journal of Islamic Studies*.
- Al-Haddad. (2021). *Dakwah di Era Digital: Konten, Kreativitas, dan Konvergensi Media*. Jakarta : Lentera Ilmu.
- Ali, M. (2024). Transformation of Mass Media Communication in Teungku Dayah Aceh's Dakwah. *Jurnal Al-Fikrah*.
- Amin. (2023). Analisis Framing Pesan Dakwah di Media Sosial: Studi Kasus Pengaruh Retorika dalam Opini Publik. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 45-60.
- Azzam. (2023). Teori Komunikasi Dakwah Kontemporer: Integrasi Retorika dan Konsep Omnichannel. *Jurnal Kajian Komunikasi Islam*, 112-130.
- CNN. (2022). *The Role of Mass Media in Shaping Religious Discourse*. . New York: Communication Press.
- Effendy, e. a. (2023). Peran Siaran Radio, Televisi dan Multimedia Dalam Pengembangan DakwahModern. *Journal of Islamic Education*.
- Faridah. (2025). *Teori Komunikasi Dalam Perspektif Komunikasi Islam*.
- Haq. (2024). Ramadhan Momentum Transformasi Dakwah Digital Sebagai Upaya Membangun Kedigdayaan Islam. *Journal of Islamic Studies*.
- Hidayat. (2022). Integrasi Retorika dan Dakwah Digital pada Platform Streaming. *Jurnal Komunikasi Islam*, 45-59.
- Jenris, P. &. (2024). *Efektivitas Penginjilan Digital sebagai Media dan Tantangan dalam Pemuridan Generasi Muda*. . .

- Qury. (2025, 12 Selasa). *Dakwah Kontemporer dan Teknologi Informasi di Dunia Pendidikan Pondok Pesantren. Al-Munawwarah*. Retrieved from <https://doi.org/10.35964/munawwarah.v16i1>
- Ramli, R. &. (2024). Teori Komunikasi Dakwah Dalam Penyebaran Pesan Islam. *Jurnal Kolaboratif Sains*.
- Rifqi, N. &. (2025). *Retorika: Dari Filsafat Yunani Menuju Komunikasi Dakwah Modern. Prophetica*.
- Rokibullah. (2023). Integrasi Retorika Klasik dan Prinsip Qur'ani dalam Strategi Dakwah Islam Kontemporer. *Jurnal Impresi Indonesia*.
- Rusli. (2023). Information Technology as a Modern Da'wah Media in Indonesia: Prospects and Challenges. *Jurnal Pendidikan, Hukum dan Sosial Keagamaan*.
- Syafi'i. (2024). Manajemen Pelatihan Dai Kontemporer: Kurikulum Berbasis Digital Rhetoric dan Komunikasi Massa. *Studi Manajemen Dakwah*, 1-18.