



COMPARISON OF RELIGIOUS RHETORIC K.H. ABDULLAH GYMNASIAR WITH HABIB MUHAMMAD RIZIEQ

PERBANDINGAN RETORIKA DAKWAH K.H. ABDULLAH GYMNASIAR DENGAN HABIB MUHAMMAD RIZIEQ

Sabrina Fadilah Az-zahra¹, Nadra², Sawirman³

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Andalas,

¹e-mail: sabrinafadilahaz@yahoo.com, ² e-mail: nadra@hum.unand.ac.id ³ e-mail: sawirman@hum.unand.ac.id

Article history:

Received
2 Agustus 2021

Received in revised form
23 September 2021

Accepted
5 Oktober 2021

Available online
Oktober 2022

Keywords:

Aa Gym; Religious Speech;
Habib Rizieq; Comparison;
Rhetoric.

Kata Kunci:

Aa Gym; Dakwah; Habib
Rizieq; Perbandingan;
Retorika.

DOI

10.22216/kata.v5i2.456

Abstract

This research aims to (1) describe the differences in the religious rhetoric of Aa Gym's from Habib Rizieq's in terms of ethos, pathos, and logos; (2) describe the different rhetorical canons used; and (3) determine the elements of rhetorical content contained in both orator. This research uses a qualitative descriptive approach. The data were taken from the religious speech of Aa Gym and Habib Rizieq with the same theme available on the YouTube platform, which is about leaders and leadership. The research shows the following results. (1) The religious rhetoric of Aa Gym and Habib Rizieq both use all persuasion tools in the form of ethos, pathos, and logos. However, there are three aspects that are controlled by Aa Gym in terms of ethos, namely good competence, good moral character, and goodwill, while only two aspects are controlled by Habib Rizieq, namely good competence and goodwill. (2) All of the rhetorical canons were used by the two preachers, but there are still doubts about their application to Aa Gym. (3) Aa Gym's rhetoric belongs to the type of epideictic rhetoric with a few elements of deliberative rhetoric. Meanwhile, Habib Rizieq's rhetoric belongs to the type of epideictic and deliberative rhetoric with a few elements of forensic rhetoric.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan perbedaan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq dari segi ethos, pathos, dan logos; (2) mendeskripsikan perbedaan kanon retorika yang digunakan; dan (3) menentukan unsur muatan retorika yang terdapat dalam dakwah keduanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diambil dari dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq bertema sama yang tersedia di platform YouTube, yakni mengenai pemimpin dan kepemimpinan. Adapun penelitian menunjukkan beberapa hasil berikut. (1) Retorika dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq sama-sama menggunakan seluruh alat persuasi berupa ethos, pathos, dan logos. Akan tetapi, ada tiga aspek yang dikuasai Aa Gym dari segi ethos, yakni kompetensi, karakter, dan kehendak yang baik, sedangkan hanya dua aspek yang dikuasai Habib Rizieq, yakni kompetensi dan kehendak yang baik. (2) Seluruh kanon retorika digunakan oleh kedua pendakwah, tetapi kanon retorika ingatan masih ditemukan keraguan penerapannya bagi Aa Gym. (3) Retorika Aa Gym tergolong ke dalam jenis retorika epideiktik dengan sedikit unsur retorika deliberatif. Sementara, retorika Habib Rizieq tergolong ke dalam jenis retorika epideiktik dan deliberatif dengan adanya sedikit unsur muatan retorika forensik.

PENDAHULUAN

Retorika dakwah secara sederhana dapat dijelaskan sebagai keterampilan bahasa yang efektif dalam penyiaran agama (dalam hal ini Islam) dan pengembangannya di kalangan

Corresponding author.

E-mail address: sabrinafadilahaz@yahoo.com

masyarakat. Retorika dakwah dengan memanfaatkan bahasa sebagai media komunikasi untuk bertukar informasi, berkirim pesan, dan berhubungan satu sama lain mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman.

Menilik kecepatan arus informasi sesuai kesempatan akses saat ini, sarana dakwah semakin mengalami perluasan. Dulu dakwah disampaikan hanya secara langsung oleh para pendakwah di aneka tempat, misalnya masjid atau musala. Dakwah sekarang mulai merambah ke arah penyampaian secara tidak langsung di beragam media massa, seperti radio, televisi, dan jejaring internet. Media dakwah dengan saluran jejaring internet terdiri atas beberapa platform, yakni blog, media sosial Facebook, Twitter, Instagram, Spotify dengan konten *podcast*, dan YouTube sebagai media yang paling ramai diminati dengan banyak konten audio visual atau video.

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

Retorika menjadi topik penting untuk dibahas dan dikaji bagi masyarakat Indonesia mengingat jumlah penganut agama Islam di negara ini terbanyak di dunia. Sebagaimana data yang dirilis oleh (Futures, 2021) melalui laman resminya, penduduk beragama Islam (muslim) di Indonesia tercatat sebanyak 229.620.000 jiwa atau setara 87% dari total populasi. Jumlah tersebut disusul kemudian oleh India dengan angka 213.340.000 jiwa.

Di antara para pendakwah fenomenal di Indonesia, nama K.H. Abdullah Gymnastiar (selanjutnya ditulis Aa Gym) dan Habib Muhammad Rizieq bin Hussein Shihab (selanjutnya ditulis Habib Rizieq) muncul sebagai tokoh yang sering disebut. Keduanya memiliki karakteristik cukup bertolak belakang dilihat dari cara penyampaian dakwah.

Aa Gym dalam pandangan (Asmaya, 2002) diterangkan dapat mengemas materi-materi agama dalam bahasa sederhana dan mudah ditangkap, sesuai pola pikir para pendengar. Beliau selalu berbicara sesuai dengan kadar intelektual jemaah (*bi qadri 'uquulihim*). Hal ini berbeda dengan citra Habib Rizieq, seorang pendakwah keturunan Arab yang menurut (Muhammadi, 2017) sosoknya dikenal bagi sebagian orang sebagai pemimpin gerakan Islam dengan cara frontal dan tegas. Figur Habib Rizieq lewat bingkai media massa dinilai bergaya dakwah keras.

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

Pemahaman retorika dakwah perlu dimiliki oleh setiap pendakwah untuk bisa memilih ketepatan dan kesesuaian cara penyampaian. Sementara bagi masyarakat atau jemaah, pemahaman retorika dakwah diperlukan untuk menguasai berbagai jenis informasi. Oleh karena itu, penelitian mengenai perbandingan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq penting untuk menjawab secara empiris berbagai perbedaan penggunaan bahasa dalam keperluan syiar agama Islam.

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang sudah membahas retorika, perbandingan retorika, dakwah, dan retorika dakwah. Namun, penelitian mengenai perbandingan retorika dakwah antara Aa Gym dengan Habib Rizieq belum pernah dilakukan berdasarkan hasil penelusuran yang telah dilakukan. Beberapa referensi yang sudah ditemukan tersebut dipaparkan dengan ringkas sebagai berikut.

Kajian mengenai retorika dakwah yang dilakukan oleh (Zaini, 2017) memiliki perbedaan dalam hal pengumpulan data dan pemilihan objek penelitian, walaupun terdapat aspek persamaan dalam aspek yang diteliti, yakni analisis terhadap penggunaan kanon-kanon retorika. Pengumpulan data penelitian Zaini dilaksanakan melalui medium televisi, sedangkan pengumpulan data penelitian ini memanfaatkan jejaring internet melalui platform YouTube dengan konten video dakwah. Masing-masing penelitian juga memilih retorika dari pendakwah yang berbeda sebagai objek penelitian. Zaini memilih retorika dari Mamah Dedeh, sedangkan penelitian ini memilih retorika dari dua pendakwah fenomenal di Indonesia dengan karakter berbeda, yakni Aa Gym dan Habib Rizieq.

Salah satu objek penelitian yang sama, yakni retorika dakwah Aa Gym ditemukan dalam artikel ilmiah karya (Bahroni, 2016) dan tesis pascasarjana karya (Sari, 2019). Akan tetapi, kedua penelitian ini memanfaatkan kajian berbeda dalam penganalisisan data. Bahroni menggabungkan dua bidang antara analisis wacana kritis dan retorika dakwah, sedangkan Diana Sari menggunakan kajian dari perspektif tasawuf. Adapun penelitian ini menerapkan kajian retorika dakwah untuk menganalisis data dengan tambahan perbandingan terhadap satu objek lain.

Selanjutnya, penelitian (Sawirman, 2008) memiliki persamaan dengan penelitian ini dari segi analisis terhadap dakwah, tetapi berbeda dari segi fokus penelitiannya. Jika penelitian Sawirman lebih berfokus terhadap analisis wacana dakwah sehubungan dengan ketepatan penggunaannya dalam masyarakat pluralis, penelitian ini lebih berfokus terhadap penggunaan retorika dakwah oleh para pendakwah.

Adapun penelitian (Sofa, 2018) serta (Alyfia & Setiarini, 2020) membahas retorika dalam bidang politik yang dikaji dari satu orator, sedangkan penelitian ini membahas retorika dalam bidang keagamaan yang dikaji dari dua orator dengan cara melakukan perbandingan. Teori yang digunakan oleh Sofa pun berbeda dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Sofa menggunakan analisis wacana kritis, sedangkan penelitian ini menggunakan teori retorika. Sementara itu, aspek yang dikaji dalam penelitian Alyfia dan Setiarini berupa fungsi bicara, tipe suasana hati, modalitas, dan tipe dominan dalam tuturan berlainan dengan aspek yang dikaji dalam penelitian ini berupa ethos, pathos, logos, penggunaan kanon retorika, dan unsur muatan retorika.

Kemudian, penelitian (Driezen et al., 2021) mengkaji strategi masyarakat muslim di tengah kemajemukan sebagai minoritas. Sementara itu, penelitian yang dilakukan mengkaji strategi penyiaran agama Islam secara tepat di antara kemajemukan dengan umat muslim sebagai mayoritas.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian (Ricky, 2014), (Suhaimi, 2017), (Noermanzah et al., 2017), (Safitri, 2017), (Rahmawati & Muhid, 2019), dan (Saefudin, 2020) terkait perbandingan retorika. Namun, perbedaan masing-masing terletak pada konsep sumber data perbandingan, bidang pembahasan, dan konsep teori yang dimanfaatkan. Sumber data perbandingan retorika yang digunakan Ricky dan Suhaimi ialah debat, sedangkan sumber data perbandingan retorika penelitian ini ialah dakwah dari dua objek penelitian dengan momen atau tema yang sama.

Pembahasan Noermanzah, Emzir, dan Lustyantje berada dalam lingkup pemerintahan, sedangkan pembahasan penelitian ini lebih mengarah pada lingkup keagamaan. Konsep teori yang dimanfaatkan Safitri, Rahmawati, dan Saefudin dalam pembahasannya ialah analisis wacana kritis dan analisis teks, sedangkan penelitian ini memanfaatkan konsep teori retorika. Analisis dengan konsep teori retorika akan memperdalam hasil temuan terhadap perbandingan retorika dakwah. Dengan demikian, penelitian ini secara general dimaksudkan untuk menganalisis berbagai perbandingan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq. Baik dari segi ethos, phatos, dan logos, maupun kanon retorika, serta unsur muatan di dalamnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menerangkan dan mengidentifikasi fenomena bahasa yang diteliti, yaitu perbandingan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq. Menurut (Nida, 1963), analisis deskriptif semestinya memiliki empat dasar. Pertama, analisis deskriptif harus berlandaskan apa yang dituturkan, dalam hal ini sumber data penelitian berdasarkan retorika dakwah para tokoh. Kedua, mengkaji bentuk adalah hal yang utama, sedangkan fungsi adalah hal yang kedua. Ketiga, bahasa dapat dijelaskan berdasarkan prinsipnya masing-masing dan dapat mengacu pada referensi lain. (Sudaryanto, 2015) juga merumuskan bahwa penelitian dengan menggunakan deskriptif adalah penelitian yang memerikan objek berdasarkan fakta yang ada. Peneliti menguraikan dan menjabarkan data dengan melakukan proses penyelidikan terhadap fenomena bahasa lebih dahulu. Selanjutnya, melalui deskripsi tersebut dicatat perian bahasa yang bersifat apa adanya atau natural tanpa perubahan.

Tahapan awal penelitian dimulai dengan pengumpulan data menggunakan metode simak dan dilanjutkan dengan teknik Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), seperti yang dikemukakan oleh (Sudaryanto, 2015) dengan cara kerja menyimak seluruh retorika dakwah tanpa terlibat secara langsung antara peneliti dengan sumber data penelitian. Video dakwah dari kedua tokoh yang tersebar melalui platform YouTube dikumpulkan dengan cara diunduh. Kumpulan video seterusnya diklasifikasikan menurut tema. Pengumpulan sesuai tema ini bertujuan agar aspek yang diperbandingkan dalam retorika dakwah lebih seimbang. Kemudian, data berupa video ditranskripsikan dari bahasa lisan ke bahasa tulis. Hasil transkripsi pun dicatat di kartu data dengan memanfaatkan kertas dan alat tulis.

Analisis data memanfaatkan teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasarnya berupa Pilah Unsur Penentu (PUP) dengan daya pilah referensial. Data yang sudah ditentukan dibagi ke dalam ranah cakupan yang lebih kecil. Melalui hal ini akan diketahui retorika dakwah yang diterapkan oleh kedua pendakwah. Teknik lanjutan yang digunakan ialah teknik Hubung Banding Membedakan (HBB) yaitu cara membandingkan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq untuk melihat perbedaan retorika dakwah masing-masing yang berkaitan dengan ethos, pathos, dan logos. Kemudian, dapat juga ditentukan perbedaan kanon retorika, serta unsur muatan di dalamnya.

Sementara, untuk penyajian hasil penelitian diterapkan penggabungan dua metode, yaitu metode penyajian formal dan metode penyajian informal. (Sudaryanto, 2015) menjelaskan metode penyajian informal adalah penyajian dengan menggunakan kata-kata biasa. Analisis data dipaparkan dalam bentuk pernyataan mengenai berbagai perbedaan retorika dakwah Aa Gym dengan Habib Rizieq. Deskripsi secara jelas mencakup perbedaan retorika dakwah kedua tokoh, penggunaan kanon retorika, dan penentuan unsur muatan retorika.

Adapun dalam metode penyajian formal, hasil analisis data diuraikan dengan menggunakan tanda dan lambang-lambang. Salah satu di antaranya ialah penggunaan tabel yang berfungsi untuk memudahkan pembacaan hasil analisis berupa perbandingan retorika dakwah kedua tokoh dari bermacam-macam aspek. Pada setiap analisis ditampilkan data kebahasaan yang mendukung interpretasi akhir dari penelitian yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dipaparkan perbandingan retorika dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq dari segi ethos, pathos, dan logos; perbedaan kanon retorika yang digunakan; dan berbagai unsur muatan yang ditemukan di dalamnya.

Perbandingan Retorika Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar dengan Habib Muhammad Rizieq bin Hussein Shihab dari Segi Ethos, Pathos, dan Logos

Ethos berhubungan erat dengan kredibilitas, karakter, dan citra diri orator—yang dimaksud berdasarkan konteks ini ialah pendakwah—sebelum adanya penyampaian pesan kepada khalayak ramai. Kredibilitas atau kepercayaan akan meningkatkan penilaian masyarakat terhadap pendakwah dengan memperhatikan berbagai kelebihan yang dimiliki oleh pendakwah tersebut selaku orator. Artinya, pandangan masyarakat dari segi ethos dipengaruhi oleh rekam jejak pendakwah selama beberapa waktu.

Bertolak dari komponen ethos yang dikembangkan oleh Aristoteles (Uchyana, 2003) mengemukakan bahwa ada sedikitnya tiga hal yang membangun ethos, yaitu *good competence* (kompetensi yang baik) dengan keahlian, keilmuan, dan kemampuan yang tinggi; *good moral character* (karakter moral yang baik); dan *goodwill* (kehendak dan tujuan yang baik) dengan pembuktian berupa keikhlasan sikap.

Menilik dari segi *good competence* (kompetensi yang baik), Aa Gym tidak mempelajari penyiaran Islam melalui pendidikan formal, melainkan mendalami pemahaman spiritualitas ilmu *laduni* (ilmu tanpa melalui anggota belajar) di bawah bimbingan ajengan Jujun Junaedi di Garut, Jawa Barat sekitar tahun 1980 (Semarang, 2020). Proses lain yang ditempuh ialah mempelajari agama secara khusus dari K.H. Khoer Affandi (seorang ulama tasawuf sekaligus pemimpin Pondok Pesantren Miftakhul Huda, Tasikmalaya) dan K.H. Moh. Tasduqin (pengasuh Pondok Pesantren Kalangsari, Cijulang, Ciamis Selatan yang juga merupakan kakek dari istrinya).

Selanjutnya, dari segi *good moral character* (karakter moral yang baik), Aa Gym cenderung dikenal sebagai pendakwah dengan pembawaan tenang dan penuh kehati-hatian. Ada beberapa kata ganti orang jamak atau pronomina persona jamak yang digunakan oleh Aa Gym di dalam dakwahnya. Ia dominan memakai kata ganti *kita* (orang pertama jamak) yang berarti merujuk pendakwah selaku orator dan jemaah selaku audiens. Kesan ini menciptakan unsur kedekatan karena tidak adanya batasan antarsapaan. Penggunaan kata ganti tersebut dapat diamati melalui isi dakwah bagian berikut.

*“Nah ini kalau **kita** tidak serius sekali memeriksa penyakit hati pada diri **kita**, **kita** tidak bisa memimpin diri **kita**. **Kita** cenderung mata gampang berzina, ngomong juga sekenanya, sesepikranya, tanpa takut bahwa ucapan ini pasti dipertanggungjawabkan di sisi Allah.”*

Kata *kita* berdasarkan isi dakwah tersebut bermakna pemimpin dalam aspek apa pun dan dalam skala berapa pun. Pemimpin yang dimaksud bisa merujuk pemimpin dalam skala besar atau skala kecil saja, seperti pemimpin negara, pemimpin pemerintahan, pemimpin daerah, pemimpin lembaga, pemimpin organisasi, pemimpin rumah tangga, bahkan pemimpin diri sendiri. Penggunaan kata *kita* dalam penyampaian dakwah sama halnya dengan memasukkan Aa Gym juga ke dalam salah satu pemimpin yang disebutkan.

Terakhir, dari segi *goodwill* (kehendak dan tujuan yang baik), Aa Gym terlihat mengungkapkan citra diri tersebut melalui doa yang disampaikan pada bagian pembuka dakwah. Doa merupakan permohonan, permintaan, dan pujian kepada Maha Pencipta. Apabila seseorang berdoa, tentunya akan menunjukkan sikap tulus dan ikhlas menghambakan diri kepada-Nya. Ada berbagai keinginan dan tujuan baik yang disampaikan melalui doa sehingga dapat dikatakan bahwa segi *goodwill* sebagai salah satu pembangun ethos dari Aa Gym sudah terpenuhi.

Di samping itu, meskipun Habib Rizieq juga tidak menempuh pendidikan formal di sekolah Islam dan pesantren, ia mendalami studi mengenai agama Islam di bangku perkuliahan. Bahkan, baru-baru ini Habib Rizieq berhasil menyelesaikan studi strata tiga (S-

3) dan meraih gelar *doctor of philosophy* (Ph.D) dari Universiti Sains Islam Malaysia (USIM) dengan judul disertasi “Metodologi Pemilahan antara Usul dan Furu’ dalam Aqidah dan Syari’ah serta Akhlaq Menurut Ahlus Sunnah Wal Jama’ah” (Firmansyah, 2021). Fakta tersebut menjadi bukti bahwa Habib Rizieq memenuhi ethos retorika dari segi *good competence* (kompetensi yang baik) untuk meningkatkan rasa percaya jemaah.

Jika dilihat dari segi *good moral character* (karakter moral yang baik), Habib Rizieq jelas dikenal sebagai pendakwah dengan gaya keras dilihat dari volume suara yang tinggi dan banyaknya kalimat berupa seruan. Adapun untuk panggilan, Habib Rizieq juga condong memberikan jarak serta batasan dengan penggunaan kata *mereka*, *kalian*, dan *kami*.

Kata *mereka* merupakan kata ganti orang ketiga jamak sebagai rujukan kepada orang di luar bagian (pendakwah selaku orator dan jemaah selaku audiens) yang ikut dibicarakan. *Kalian* merujuk kepada pihak yang diajak bicara dengan jumlah banyak atau lebih dari satu orang. Sementara, *kami* merupakan penggunaan sebutan untuk menunjukkan yang berbicara bersama dengan orang lain (tidak termasuk yang diajak bicara). Adanya perbedaan sapaan tersebut secara tidak langsung memberikan rentang antara orator dengan sasaran dakwahnya, meskipun terhadap jemaah secara langsung ia membangun kedekatan dengan kerap menggunakan panggilan saudara. Jadi, pertimbangan *good moral character* (karakter moral yang baik) lebih diungguli oleh Aa Gym daripada Habib Rizieq.

Berikutnya, dari segi *goodwill* (kehendak dan tujuan yang baik), Habib Rizieq tampak memiliki niat baik untuk mencapai sesuatu. Terlebih terhadap masyarakat dan bangsa Indonesia, ia sedemikian rupa mengupayakan perubahan akhlak ke arah lebih baik. Habib Rizieq panjang lebar di dalam dakwah memaparkan perlunya revolusi akhlak untuk membawa dampak positif bagi kehidupan.

“Entah kenapa pada kesempatan ini, kita mengingatkan tentang revolusi akhlak Saudara sebab nabi kita tidaklah diutus, kecuali untuk menyempurnakan akhlak.”

Pernyataan di atas menunjukkan salah satu usaha baik Habib Rizieq demi mencapai tujuan yang baik sebagaimana diajarkan Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihi wasallam*, pemberi contoh dan teladan umat Islam sedunia. Dengan demikian, penilaian ethos yang turut mempertimbangkan *goodwill* sudah tercapai oleh Habib Rizieq.

Selain itu, analisis pathos retorika Aa Gym dan Habib Rizieq dalam penyampaian dakwah bertema pemimpin dan kepemimpinan didasarkan pada emosional dan tanggapan audiens selaku pendengar. Para jemaah Aa Gym dalam video dakwah tampak tidak begitu banyak merespons pernyataan Aa Gym, baik dari bagian awal, tengah, maupun akhir. Ini sepertinya dipengaruhi oleh penyampaian dakwah yang tidak secara langsung seperti biasa, melainkan menggunakan media perantara berupa Zoom *meeting* pada masa pandemi Covid-19.

Tidak ada dukungan atau jawaban yang diterima dari pertanyaan yang dilontarkan Aa Gym sebagai upaya penegasan, baik jawaban berbentuk suara, maupun berbentuk gerakan fisik tidak terdengar dan tidak terlihat. Akan tetapi, banyaknya jemaah yang mengajukan pertanyaan pada sesi akhir dakwah Aa Gym membuktikan bahwa pesan dakwah dari Aa Gym diperhatikan, disimak, diterima, lalu dipahami dengan baik. Jemaah meskipun dari tempat yang berbeda tetap antusias mengikuti agenda tersebut. Apalagi pertanyaan-pertanyaan yang muncul memang sesuai dengan isi dakwah (dibuktikan dengan adanya pengulangan kembali sedikit materi sebelum mengajukan pertanyaan lanjut oleh jemaah).

Di sisi lain, Habib Rizieq sukses menghidupkan emosional khalayak ramai melalui cara penyampaian dakwah yang penuh semangat menggebu-gebu. Artikulasi suara dan gerak tubuh menjadi penanda paling mudah diperhatikan. Tiap sebentar dirinya menanyakan argumen jemaah akan suatu permasalahan. Cara bertanya yang digunakan pun menarik, yakni

menerapkan jenis pertanyaan tertutup yang tidak membutuhkan jawaban panjang. Pertanyaan jenis ini terbatas dengan jawaban hanya berupa iya atau tidak. Repetisi pertanyaan membuat jemaah lebih jeli mendengar dan menjawab. Ketika pertanyaan diajukan pertama kali, masih sedikit terdengar tanggapan, ketika pertanyaan diajukan kedua kali, mulai banyak tanggapan, ketika pertanyaan diajukan untuk ketiga kalinya, suara jemaah yang menanggapi makin ramai, begitu terus sampai pertanyaan diajukan untuk terakhir kali. Beberapa kali juga jemaah merespons ucapan Habib Rizieq dengan tawa dan sorakan yang riuh. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Habib Rizieq lebih mampu mengolah emosi jemaah selaku audiensnya dibandingkan dengan Aa Gym dari segi pathos.

Aspek terakhir yang dianalisis dalam penelitian ini sebagai alat persuasi retorika ialah logos. Penentuan aspek logos berlandaskan pada pembuktian atau pembuktian semu dari dakwah itu sendiri. Alasan berupa contoh yang disampaikan oleh pendakwah harus logis atau bisa diterima oleh akal sehat. (Aristoteles, 2018) menerangkan bahwa penalaran logis ini secara umum terdiri atas dua jenis. Pertama penyebutan fakta masa lampau aktual dan kedua fakta yang ditemukan oleh pembicara.

Aa Gym di dalam dakwahnya memberikan contoh berupa format audio visual atau video yang dapat disaksikan secara langsung beramai-ramai oleh jemaah. Contoh yang dikemukakan oleh Aa Gym selaku pembicara ini berlangsung pada masa sekarang. Setelah memperlihatkan contoh, Aa Gym melanjutkannya dengan konsep yang harus diperhatikan jemaah. Video tersebut dimaksudkan agar memberi hikmah mengenai sifat, tindakan, dan sikap dalam upaya menjaga *hablumminallah* (hubungan dengan Allah) dan *hablumminannas* (hubungan sesama manusia). Tujuannya tentu untuk menyeimbangkan kepentingan dunia juga akhirat.

Berbeda dengan Aa Gym, Habib Rizieq menjelaskan contoh melalui pernyataan lisan. Beraneka kasus yang terkait dengan pemimpin dan kepemimpinan, khususnya di Indonesia disampaikan secara rinci, dipreteli satu per satu. Sebut saja kasus santri di Pasuruan, Dato Tahir, penahanan prajurit TNI, sampai dengan problematika undang-undang Omnibus Law yang hangat diperbincangkan di tanah air. Habib Rizieq dalam dakwahnya mengkritik ketidakadilan pemerintah sebagai pemimpin negara dan bangsa Indonesia sehubungan dengan perlakuan terhadap rakyat.

Analisis perbandingan retorika dari segi ethos, pathos, dan logos sebelumnya pernah dilakukan oleh (Ricky, 2014) dengan objek kajian berupa retorika Prabowo Subianto dan retorika Joko Widodo dalam debat calon presiden tahun 2014. Hasilnya menunjukkan bahwa ethos Prabowo mempresentasikan dirinya sebagai orang yang berwibawa, tegas, konsisten, dan berjiwa pemimpin; sedangkan Jokowi merupakan orang yang sederhana, prorakyat, *wong ndeso*, dan *down to earth*. Pathos dari Prabowo yakni adanya penggunaan kebocoran kekayaan negara untuk meningkatkan emosional khalayak, sedangkan Jokowi menggunakan fakta yang ia temukan ketika *blusukan* untuk meningkatkan simpati khalayak. Logos dari Prabowo ialah menggunakan fakta dari pernyataan ketua KPK terkait kekayaan negara dan korupsi yang dihadapi saat ini, sedangkan Jokowi menggunakan fakta program mengenai Kartu Indonesia Sehat (KIS) dan Kartu Indonesia Pintar (KIP) sebagai bukti nyata program yang akan dilakukannya.

Sementara itu, perbandingan retorika Aa Gym dan Habib Rizieq dilakukan dalam konteks situasi dakwah. Ada tiga aspek yang dipenuhi oleh Aa Gym dari segi ethos, yakni *good competence*, *good moral character*, dan *goodwill*; sedangkan hanya ada dua aspek yang dipenuhi oleh Habib Rizieq, yakni *good competence* dan *goodwill*. Dari segi pathos, Aa Gym berhasil menghidupkan emosi khalayak pada bagian akhir penyampaian dakwah dengan adanya bukti berupa pertanyaan dari jemaah, sedangkan Habib Rizieq menghidupkan emosi jemaah dengan mengajukan repetisi pertanyaan berupa pertanyaan tertutup yang hanya membutuhkan jawaban iya atau tidak. Adapun dari segi logos, Aa Gym memanfaatkan bukti

yang ditemukan pada masa sekarang melalui format audio visual dan Habib Rizieq memanfaatkan bukti yang ditemukan baru-baru ini di Indonesia.

Perbedaan Kanon Retorika Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar dengan Habib Muhammad Rizieq bin Hussein Shihab

Analisis mengenai perbedaan kanon retorika dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq menerapkan teori yang digagas oleh Aristoteles. Teori ini membagi kanon retorika atau lazim juga disebut hukum retorika atas lima unsur (Rakhmat, 2014). Pertama, penemuan (*invention*) terkait dengan penyusunan argumen oleh orator yang relevan dengan tujuan. Penemuan dimaknai sebagai informasi, pengetahuan, dan pengalaman yang sengaja disediakan pembicara untuk disampaikan kepada audiens. Aa Gym sebelum mengungkapkan lebih jauh perkara pemimpin dan kepemimpinan sudah memahami dan menyusun pemikirannya tentang hal ini.

Penemuan tersebut bisa diperhatikan dari beberapa dalil yang diutarakan oleh Aa Gym. Secara terang, Aa Gym juga menegaskan adanya perbedaan antara pemimpin, jabatan, dan kepemimpinan dengan memperlihatkan aspek-aspek tertentu. Menurut Aa Gym, orang yang menjadi pemimpin dan menduduki jabatan pemimpin belum berarti ia mutlak pribadi dengan jiwa kepemimpinan. Begitu pun sebaliknya, kepemimpinan lebih berhubungan dengan karakter seseorang sehingga pribadi yang mampu menerapkan jiwa kepemimpinan juga belum pasti menjadi seorang pemimpin dalam kehidupan.

Begitu pula halnya dengan Habib Rizieq, ia telah menyusun argumen dengan baik secara runut. Ia memaparkan landasan berupa firman Allah Swt., sabda Nabi Muhammad *shallallahu 'alaihi wasallam*, juga undang-undang yang tengah berlaku. Habib Rizieq menyampaikan argumen bahwa setiap karakter manusia terutama pemimpin hendaknya mencontoh segala amalan baik Rasulullah. Hal ini sendiri pun diterapkan dalam rencana revolusi akhlak yang akan digelar.

Kedua, pengaturan (*arrangement*) yang terkait dengan kemampuan pembicara menyusun pesan yang disampaikan. Jika diperhatikan, tidak ada perbedaan kanon retorika yang satu ini antara Aa Gym dan Habib Rizieq. Format yang digunakan sudah sepadan dengan fitur esensial pidato, yakni pendahuluan, pernyataan, argumen, dan epilog.

Ketiga, gaya (*style*) berhubungan dengan penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide dan gagasan pembicara. Aa Gym senantiasa menggunakan bahasa tutur yang halus dan menyentuh perasaan orang lain. Gaya bahasa eufemisme (ungkapan dengan penghalusan) juga sering dimanfaatkan untuk menghindari ketersinggungan perasaan orang lain. Alih-alih menggunakan istilah celaka dan bayaran, Aa Gym lebih memilih menggunakan istilah *tidak selamat* dan *amplop* di dalam dakwah bertema pemimpin dan kepemimpinan tersebut.

Sementara, Habib Rizieq menggunakan bahasa tutur yang keras dan tegas demi mencapai tujuan berupa *amar ma'ruf nahi munkar* (membela kebenaran dan mencegah kemungkaran). Gaya bahasa ini menunjukkan adanya keyakinan dalam diri. Habib Rizieq jelas tidak terlalu memperhatikan pemilihan kata. Hal itu terbukti dari adanya penggunaan disfemisme (ungkapan dengan pengasaran) secara berulang-ulang. Beberapa kata bermakna disfemisme yang digunakan yakni *unyil*, *lonte*, *mengangkangi*, dan *goblok* sebagai pengganti kata kecil, PSK (pekerja seks komersial) atau WTS (wanita tuna susila), menguasai, dan bodoh. Akibatnya, bahasa yang terlalu frontal dapat menyinggung perasaan pihak lain.

Keempat, penyampaian (*delivery*) yang berhubungan dengan aspek nonverbal pembicara. Aa Gym dengan cara pengungkapan satu demi satu tampak mengatur ritme suara. Tidak ada suara yang terdengar tinggi atau tiba-tiba rendah, hampir keseluruhan bersifat teratur dan pelan. Berbeda dengan Habib Rizieq, suara lantang dan penyampaian penuh semangat secara tidak langsung berperan untuk membangkitkan emosi audiens. Meskipun begitu, intonasi Habib Rizieq dalam berdakwah tetap terjaga. Nada tinggi dan nada rendah

pun jelas dibedakan sebagai salah satu usaha persuasif terhadap jemaah agar mengikuti alur dakwah.

Kelima sekaligus terakhir, ingatan (*memory*) yaitu kemampuan pendakwah untuk menyimpan segala aspek kanon retorika sebelumnya. Tidak ditemukan kendala berarti bagi kedua pendakwah untuk mengingat konsep yang disusun sebelumnya. Aa Gym dan Habib Rizieq sesuai analisis yang dilakukan memang tidak sering terbata-bata menyampaikan pesan. Akan tetapi, ditemukan satu kali keraguan Aa Gym menyebut ayat Al-qur'an dari dalil yang sudah ia bacakan sebelumnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai penggunaan kanon retorika, diketahui bahwa retorika masing-masing tokoh berbeda meskipun tetap memiliki tujuan yang sama Prabowo dan Jokowi dalam penelitian perbandingan retorika yang dilakukan oleh (Ricky, 2014) memiliki tujuan yang sama yaitu mendapatkan suara atau perhatian dari masyarakat Indonesia, sedangkan tujuan Aa Gym dan Habib Rizieq adalah sama-sama menyeru dan mengajak masyarakat menuju kebaikan untuk menjalankan perintah Allah Swt. dan menjauhkan diri dari segala larangan-Nya dalam agama Islam.

Unsur Muatan Retorika yang Ditemukan dalam Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar dan Habib Muhammad Rizieq bin Hussein Shihab

Penemuan unsur muatan retorika dalam dakwah masing-masing orator (pendakwah) akan memudahkan peneliti untuk membedakan jenis retorika yang diterapkan. Entah itu retorika forensik, retorika epideiktik, ataupun retorika deliberatif. Demi memudahkan pembacaan terhadap unsur muatan retorika dakwah yang ditemukan dalam analisis dakwah Aa Gym dan Habib Rizieq, disajikan tabel 1 berupa perbandingan.

Tabel 1. Perbandingan Unsur Muatan Retorika Dakwah

No.	Jenis Retorika	Unsur Muatan	Orator/Pendakwah	
			Aa Gym	Habib Rizieq
1	Retorika Forensik	pembelaan atau penyerangan terhadap seseorang dalam suatu kasus	–	√
		pihak yang terlibat langsung	–	–
		lokasi ruang pengadilan	–	–
2	Retorika Epideiktik	ungkapan memuji atau mencela	√	√
		berlangsung pada masa sekarang	√	√
		berkaitan dengan masa depan dan masa lalu	√	√
3	Retorika Deliberatif	persuasif terhadap audiens	√	√
		pemaparan manfaat atau bahaya	√	√
		urusan tata negara	–	√

Melalui hasil penelitian yang sudah lebih dulu dilakukan oleh (Bahroni, 2016) ditemukan bahwa Aa Gym dalam retorika dakwahnya menggunakan beberapa wujud kohesi gramatikal yang mencakup referensi, substitusi, elipsis, dan konjungsi. Adapun dalam penelitian ini ditemukan bahwa Aa Gym juga menggunakan unsur muatan retorika untuk

mendukung penyampaian dakwah tersebut. Dapat dipahami bahwa Aa Gym menggunakan satu jenis retorika saja di dalam penyampaian dakwahnya, yaitu retorika epideiktik. Sementara, Habib Rizieq dalam penyampaian dakwah menggunakan dua retorika sekaligus, yaitu retorika epideiktik dan retorika deliberatif. Retorika Aa Gym sama sekali tidak memiliki unsur muatan retorika forensik dan memiliki sebagian unsur muatan retorika deliberatif, sedangkan Habib Rizieq memiliki unsur muatan retorika forensik dan memiliki semua unsur muatan retorika deliberatif. Seluruh penentuan jenis ini didasarkan pada unsur muatan yang terkandung dalam masing-masing dakwah.

Secara keseluruhan, perbedaan retorika dakwah antara Aa Gym dengan Habib Rizieq memberikan implikasi yang berbeda. Retorika Aa Gym yang sudah memenuhi keseluruhan aspek ethos, yaitu *good competence* (kompetensi yang baik); *good moral character* (karakter moral yang baik); dan *goodwill* (kehendak dan tujuan yang baik) akan berbeda dengan retorika Habib Rizieq yang hanya memenuhi dua aspek yaitu *good competence* (kompetensi yang baik) dan *goodwill* (kehendak dan tujuan yang baik). Kemudian, jika dilihat dari kanon retorika yang digunakan, khususnya gaya (*style*), diketahui bahwa Aa Gym lebih memperhatikan penggunaan bahasa dengan gaya bahasa eufemisme dibandingkan Habib Rizieq yang masih ditemukan penggunaan gaya bahasa disfemisme. Implikasi dari hal ini adalah munculnya retorika dakwah Habib Rizieq yang dapat menyinggung perasaan orang lain sehingga berpotensi lebih mudah dipermasalahkan dalam ranah kasus kebahasaan daripada Aa Gym yang sudah memenuhi keseluruhan aspeknya.

SIMPULAN

Simpulan penelitian ini adalah 1) adanya pemakaian keseluruhan alat persuasi retorika oleh Aa Gym dan Habib Rizieq berupa ethos, pathos, dan logos dengan perbedaan terletak pada bagian ethos yang dikuasai; 2) kedua orator/pendakwah menggunakan kanon retorika dengan baik, meskipun ada sedikit kekurangan Aa Gym dalam penerapan *memory* (ingatan); dan 3) unsur muatan retorika yang ditemukan menunjukkan bahwa Aa Gym berdakwah dengan menggunakan jenis retorika epideiktik, sebagian retorika deliberatif, dan sama sekali tidak menggunakan retorika forensik. Sementara, Habib Rizieq menggunakan jenis retorika epideiktik dan deliberatif, termasuk sedikit retorika forensik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyfia, H., & Setiarini, N. L. P. (2020). The Interpersonal Meaning Analysis of Michelle Obama's Speech. *Jurnal KATA*, 5(1), 21–26. <https://doi.org/10.22216/kata.v4i2.4504>
- Aristoteles. (2018). *Retorika (Seni Berbicara)*. Basabasi.
- Asmaya, E. (2002). *Aa Gym Dai Sejuk dalam Masyarakat Majemuk*. Mizan.
- Bahroni, B. (2016). Analisis Wacana Retorika Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 1(1), 119–141. <https://doi.org/10.18326/inject.v1i1.119-141>
- Driezen, A., Verschraegen, G., & Clycq, N. (2021). Negotiating a Contested Identity: Religious Individualism among Muslim Youth in a Super-diverse City. *International Journal of Intercultural Relations*, 82(1), 25–36. <https://doi.org/10.1016/J.IJINTREL.2021.03.003>
- Firmansyah, M. J. (2021). *Rizieq Shihab Raih Gelar Doctor of Philosophy dari Universitas di Malaysia*. <https://metro.tempo.co/read/1453099/rizieq-shihab-raih-gelar-doctor-of-philosophy-dari-universitas-di-malaysia/full&view=ok>
- Futures, G. R. (2021). *Muslim Population by Country*. <http://www.globalreligiousfutures.org/explorer#/?subtopic=15&chartType=map&year=>

- 2020&data_type=number&religious_affiliation=23&destination=to&countries=Worldwide&age_group=all&gender=all&pdfMode=false
- Muhammadi, F. (2017). *Sisi Lain Habib Rizieq*. Zahira.
- Nida, E. A. (1963). *Morphology: The Descriptive Analysis of Word*. The University of Michigan Press.
- Noermanzah, N., Emzir, E., & Lustyantje, N. (2017). Variety of Rhetorics in Political Speech President of the Republic of Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono and Joko Widodo in Educational Field. *Humanus*, 16(2), 221. <https://doi.org/10.24036/humanus.v16i2.8103>
- Rahmawati, B., & Muhid, A. (2019). *Analisis Wacana Kritis di Media Sosial (Studi pada Fenomena Pro-Kontra Penolakan Dakwah Ustadz Abdul Somad)*. 20(1), 126–144. <http://digilib.uinsby.ac.id/32829/>
- Rakhmat, J. (2014). *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Rosdakarya.
- Ricky, H. (2014). Perbandingan Retorika Prabowo Subianto dan Joko Widodo dalam Debat Calon Presiden 2014 (Studi Kasus Retorika Debat Calon Presiden 2014 Mengenai Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Sosial). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–13. <http://e-journal.uajy.ac.id/6444/>
- Saefudin, S. (2020). Lexical Cohesion Roles In Speech Rhetorical Strategy of 2016 U.S Presidential Debate, Trump Vs Clinton. *Insaniyat: Journal of Islam and Humanities*, 4(2), 103–116. <https://doi.org/10.15408/INSANIYAT.V4I2.15119>
- Safitri, D. (2017). *Wacana Islam Nusantara di Kalangan Elit Intelektual NU dan HTI (Analisis Retorika dan Tindak Tutur Islam Nusantara pada Web Resmi NU dan HTI)* (Issue September). Universitas Negeri Jakarta.
- Sari, D. (2019). *Pesan Dakwah Aa Gym dalam Perspektif Tasawuf*. UIN Sunan Kalijaga.
- Sawirman. (2008). Wacana Dakwah “Posteror” dalam Ranah Cultural Studies dan E-135. *Linguistika Kultura*, 4(2), 1–10.
- Semarang, U. (2020). *Abdullah Gymnastiar*. http://p2k.unimus.ac.id/id3/3040-2937/Aa-Gym_108540_p2k-unimus.html
- Sofa, G. A. (2018). Yang Tersembunyi Dari Pidato Politik Pertama Anies Baswedan Sebagai Gubernur Dki Jakarta: Sebuah Analisis Wacana Kritis. *Jurnal KATA*, 2(2), 384. <https://doi.org/10.22216/jk.v2i2.3198>
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistis*. Sanata Dharma University Press.
- Suhaimi. (2017). Komunikasi Politik dan Retorika Debat antara Imam Syafi’i dan Harun al-Rasyid. *Al-Turas*, XIII(2). <http://www.journal.uinjkt.ac.id/index.php/al-turats/article/view/4259>
- Uchyana, O. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Zaini, A. (2017). Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” di Indosiar. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 219–234. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i.1900>