

**METODE RETORIKA DAN KOMUNIKASI DAKWAH  
DI ERA MODERN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Sebagai Prasyarat Mencapai Gelar SI*



Oleh  
**Iis Masruroh**  
92.0070

**Fakultas Ushuluddin/Dakwah  
INSTITUT ILMU ALQURAN (IIQ)  
JAKARTA  
2002**

**METODE RETORIKA DAN KOMUNIKASI DAKWAH  
DI ERA MODERN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Sebagai Prasyarat Mencapai Gelar SI*

Oleh  
**Iis Masruroh**  
**92.0070**

Dibawah bimbingan:



**(Dr. H. A. Sayuti Anshori Nasution)**

**Fakultas Ushuluddin/Dakwah  
INSTITUT ILMU ALQURAN (IIQ)  
JAKARTA  
2002**

## PENGESAHAN PANITIA UJIAN

Skripsi yang berjudul Metode Retorika dan Komunikasi Dakwah Di Era Modern, telah diujiikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ushuluddin Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta pada tanggal 22 April 2002. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana program Strata I (SI) pada jurusan dakwah.

Jakarta, 22 April 2003

### Panitia Sidang Munaqasah

Ketua Merangkap Anggota



**(Dra. Rukoyah Tamami)**

Sekretaris Merangkap Anggota



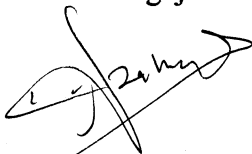
**(Dra. Suci Rahayuningsih)**

Pembimbing I



**(Dr. H. A. Sayuti Anshori Nasution)**

Penguji I



**(Dr. Hj. Faizah Ali Sibromalisi, MA)**

Penguji II



**(Dr. Hj. Amany Lubis)**

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji serta syukur penmulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Taufiq dan Hidayat-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam penulis ucapkan kepada junjungan kita Nabi Muhamad SAW, yang menuntun manusia kepada ilmu pengetahuan dan jalan kebenaran.

Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat kan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan fak. Ushuluddin Institut Ilmu Al-Qura'an (IIQ) yang telah mengarahkan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
2. Bapak DR. H. A. Sayuti A. Nasution. selaku pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis dalam rangka menyusun skripsi ini.
3. Para Dosen Fakultas Ushuluddin serta seluruh civitas akademika Institut Ilmu Al-Qura'an (IIQ) yang telah membantu penulis dalam memberikan pelayanan yang baik dan terlaksananya skripsi ini.
4. Kepada Ibunda Tercinta Ny. Hj. Rosidah, Uwa KH. Sueb Syarbhini, serta semua adik-adik tercinta M. Toha, Nuraeni, Makhrus dan Amriyah yang tidak henti-hentinya memberi dorongan untuk kakandanya.

5. kepada suami tercinta yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
  6. Teman-teman seperjuangan, keluarga mahasiswa Institut Ilmu Al-Qura'an (IIQ) yang telah memberikan motivasi penulis dengan baik.
  7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini
- Akhirnya hanya doa yang dapat penulis mohonkan kepada Allah SWT. semoga mendapatkan pembalasan yang setimpal, dan harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pribadi khususnya dan semua masyarakat yang membutuhkan rujukan umumnya.

Jakarta, 23 September 2003

Penulis

Iis Masruroh

*Motto:*

*Ilmu adalah Kunci Sukses*

*Karya Ilmiah ini kupersembahkan Untuk Suami tercinta*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	7
C. Pembatasan dan Perumusan Masalah .....	7
D. Metode Penelitian .....	10
E. Sistematika Penyusunan .....	10
<b>BAB II RETORIKA DAKWAH</b>	
A. Pengertian Retorika Dakwah .....	12
B. Sejarah Perkembangannya .....	13
1. Retorika Zaman Yunani .....	15
2. Retorika Abad Pertengahan .....	17
3. Retorika Modern .....	17
C. Peranan dan Fungsi Retorika .....	20
1. Peranan Retorika .....	20
2. Fungsi Retorika .....	22
D. Pembagian Retorika .....	23
<b>BAB III KOMUNIKASI DAKWAH</b>	
A. Pengertian Komunikasi, Dakwah, dan Komunikasi Dakwah	25
1. Pengertian Komunikasi .....	25
2. Pengertian Dakwah .....	28
3. Komunikasi Dakwah .....	32
B. Prinsip-Prinsip Komunikasi Dakwah .....	34

C. Beberapa Aspek yang Membedakan Komunikasi dengan Komunikasi Dakwah .....	39
D. Unsur-Unsur Dakwah Islamiyah .....	44
E. Azas-Azas Strategi Dakwah .....	47

**BAB IV METODE RETORIKA DAN KOMUNIKASI DAKWAH  
DI ERA MODERN**

A. Hubungan Retorika dan Komunikasi Dakwah .....	49
B. Penerapan Retorika dalam Komunikasi Dakwah .....	51
C. Metode Retorika dan Komunikasi Dakwah di Era Modern	58
D. Tantangan Komunikasi Dakwah di Era Modern .....	63
1. Sosial Budaya dan Tantangan Masyarakat Modern .....	63
2. Media Komunikasi Dakwah Modern dan Tantangan.....	68

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	72
B. Saran-Saran .....	74

**DAFTAR PUSTAKA**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di antara karunia Tuhan yang paling besar bagi manusia ialah kemampuan berbicara. Kemampuan untuk mengungkapkan isi hatinya dengan bunyi yang dikeluarkan dari mulutnya. Berbicara telah membedakan manusia dari makhluk lain. Dengan berbicara manusia mengungkapkan dirinya, mengatur lingkungannya, dan pada akhirnya menciptakan bangunan budaya insani.

Lama sebelum lambang-lambang tulisan digunakan, orang sudah menggunakan bicara sebagai alat komunikasi. Bahkan setelah tulisan ditemukan sekalipun, bicara tetap lebih banyak digunakan. Ada beberapa kelebihan bicara yang tidak dapat digantikan dengan tulisan. Bicara lebih akrab, lebih pribadi (personal), lebih manusiawi. Tidak mengherankan, bila “ilmu bicara” dewasa ini sedang menjadi perhatian manusia.

Berbicara mengenai “bicara” sebagai alat komunikasi yang efektif maka dakwah menggunakan media komunikasi bicara adalah juga lebih efektif. Kita sebagai umat Islam dianjurkan sekali untuk berdakwah karena dakwah merupakan satu cara penyebaran Islam untuk menggerakkan *ism* dan akidah Islam secara meluas. Pegangan Islam tidak akan dapat dianuti atau tidak akan tersebar luas jika tidak ada

dakwah. “Maka Allah perintahkan (mewajibkan) seluruh lapisan masyarakat baik individu, jemaah, lelaki, perempuan yang akil balig untuk keluar berdakwah agar *din* Islam terus kekal di muka bumi Allah ini”.<sup>1</sup>

Kewajiban berdakwah tersebut telah disebutkan dalam firman Allah surah *al-Nahl*; ayat 125

ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجدلهم بالتي هي أحسن إن  
ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين (النحل و ١٢٥)

Terjemahannya :

*“Ajaklah mereka kepada jalan Tuhan dengan bijaksana dengan pengajaran yang baik, dan bertukarpikiranlah dengan mereka menurut cara yang sebaik-baiknya. Sesungguhnya Tuhan engkau lebih tahu siapa yang tersesat jalan-Nya, dan Dia lebih tahu pula orang yang menuruti jalan yang benar”.*

Dakwah sebagai salah satu bentuk komunikasi yang khas juga memenuhi beberapa unsur (*komponen*) yaitu adanya komunikator (*mubalig*), pesan atau materi, media, serta komunikan, unsur atau komponen-komponen ini merupakan suatu sistem yang tidak bisa terlepas antara satu dengan yang lainnya.

Jika diperhatikan secara seksama dan mendalam maka pengertian dakwah itu sebenarnya tidak lain adalah komunikasi. Hanya saja yang membedakan secara khas

---

<sup>1</sup>Ghazali Darusman, *Dinamika Ilmu Dakwah Islamiah*, (Kuala Lumpur: Sdn Bhd, 1996), cet 1, h . 26

dari bentuk komunikasi lainnya terletak pada materi, cara, dan tujuan yang akan dicapai.

Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dengan pesan-pesan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku sebagaimana yang diharapkan.

Dari itu dakwah sebagai sarana komunikasi juga dapat menimbulkan *disintegrasi* apabila pesan-pesan yang diterima terlalu jauh dari kerangka berpikir serta ruang lingkup yang keliru atau salah menginterpretasikan dari komunikannya.

Dalam situasi seperti ini, bisa menimbulkan salah pengertian terhadap pesan yang disampaikan dan tentunya akan berakibat pula terhadap kesalahan tanggapan, sikap dan tingkah laku yang akan menyimpang dari harapan pesan dakwah yang disampaikan oleh komunikator atau (*mubalig*). Oleh karena itu dalam berdakwah juga diperlukan suatu retorika, strategi dan cara (*metode*) supaya pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh komunikannya dan menghindari kesalahan interpretasi yang terlalu jauh sehingga dapat menimbulkan kesalahpahaman.

Pentingnya retorika **Jalaluddin Rahmat** menyebutkan “retorika ternyata bukan hanya mempunyai, tetapi juga mengubah sejarah”.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung: Rosda Karya , 2001), cet. 7, h.v.

Didalam Islam, retorika dinamakan fanul khitobah. Rasul-rasul adalah pembawa risalah dengan mempergunakan retorika untuk menyebarkan akidah dan keimanan pada ummat-ummatnya. Rasul yang paling terkenal dalam mempergunakan retorika adalah Nabi Besar **Muhammad SAW**, karena hanya dalam masa 23 tahun saja dapat mengubah Jazirah Arab menjadi negara aman, makmur, damai, sentausa.<sup>3</sup>

Sepeninggal Rasulullah penyiaran agama dengan retorika dilanjutkan oleh para Sahabat, Tabi'in, Tabi'in-tabi'in. Khalifah yang empat termasuk ahli retorika yang ulung. Selain dari khalifah yang empat menonjol pula seperti **Mu'awiyah**,<sup>4</sup> **Ziyad bin Abihi**, **Abdul Malik**, **Al-Hajjaj**, **Qathri bin Faj'ah**, **Abi Hamzah Asy'ari**. Dikalangan wanita Islam muncul pula ahli retorika seperti, **Aisyah** istri nabi Muhammad SAW, **Asma'** putri Yazid Anshari, **Fatimah** puteri nabi Muhammad SAW, **Zainab**, Saudara Hasan Husain putri dari Fatimah dan lain sebagainya.

Setelah kehadiran Syekh Jamaluddin Al-Afghani (1873-1897 M) sebagai tokoh pembaharuan Islam, maka Universitas Al-Azhar Kairo, mempelopori kebangkitan pengembangan Islam dengan menyusun kembali kitab-kitab dalam ilmu retorika.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Sei H. Datuk Tombak Alam, *Kunci Sukses Penerangan dan Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), cet. 2. h. 37

<sup>4</sup>Ibid, h. 37

<sup>5</sup>Ibid, h. 37

**Y.B. Mangunwijaya** dalam artikelnya dengan judul “Pendidikan Manusia Merdeka” (Kompas, 11 Agustus 1992), menyebutkan:

“Banyak orang keliru menganalisis seolah-olah kemajuan dunia barat bertopang primer pada matematika fisika, atau kimia. Namun bila kita mau dan lagi menyelam, maka kita akan melihat bahwa yinya tetapi disangsikan kebenaran isinya. Padahal arti asli dari retorika jauh lebih mendalam, yakni pemekaran bakat-bakat tertinggi manusia, yakni rasio dan cita rasa lewat bahasa selaku kemampuan untuk berkomunikasi dalam medan pikiran. *To be victorius lords in the battle of minds*. Maka retorika menjadi mata ajaran poros demi emansipasi manusia menjadi tuan dan puan”.<sup>6</sup>

Begitu besar pengaruh retorika terhadap keberhasilan seseorang dalam menyampaikan sesuatu atau menggapai sesuatu seperti digambarkan dalam buku “*Retorika Modern*” :

“Seorang koprал kecil, veteran Perang Dunia II berhasil naik menjadi Kaisar Jerman. Dalam bukunya, *Mein Kampf*, dengan tegas **Hitler** mengatakan bahwa keberhasilannya disebabkan oleh kemampuannya berbicara. *Ich konnte reden*, katanya. Lebih lanjut **Hitler** berkata: *Jede grosse Bewegung auf dieser Erde verdankt ihr Wachsen den grossern Rednern und nicht den grossen Schreibern* setiap (gerakan besar di dunia ini dikembangkan oleh ahli-ahli pidato dan bukan oleh jago-jago tulisan)”.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Jalaluddin Rakhmat, Op.Cit, h. V

<sup>7</sup>Ibid. h. 1

Namun demikian anggapan sebagian besar orang bahwa retorika hanya seni propaganda saja dan tidak penting untuk dipelajari, retorika hanya pantas buat politisi yang pandai mempengaruhi rakyat dan tidak pandai merealisasikan. Ada sebagian orang juga beranggapan bahwa keahlian atau kemahiran ber-retorika dan ber-komunikasi adalah disebabkan karena faktor bakat semata, bagi yang tidak berbakat mustahil untuk bisa menguasainya. Pandangan demikian adalah salah besar. Pengalaman sejarah menunjukkan, banyak orang-orang yang memiliki bakat tetapi mereka tidak dapat berretorika dan komunikasi sebagaimana layaknya, sebaliknya tidak sedikit orang yang tadinya tidak memiliki bakat namun dapat menguasainya

Sayang, dalam sistem pendidikan kita, retorika disudutkan pada pojok kecil di Fakultas Sastra dan pojok lebih kecil lagi di Fakultas Ilmu Komunikasi. Di tempat lain, sesekali retorika muncul dalam ejekan, “ah itu cuma retorika!” begitu rendahnya retorika, padahal retorika di negara maju seperti Amerika Serikat pada tingkat “*undergrad*” retorika diajarkan sebagai kuliah wajib untuk jurusan apapun, ini menunjukkan betapa pentingnya retorika sehingga retorika menjadi mata kuliah dasar umum.

Berangkat dari dasar itulah maka penulis menganggap sangat urgen sekali untuk mengangkat “***METODE RETORIKA DAN KOMUNIKASI DAKWAH DI ERA MODERN***” sebagai judul skripsi, mengingat masih sangat asingnya retorika dalam dunia intelektual kita baik ditingkat dasar atau di tingkat perguruan tinggi,

padahal dengan retorikalah manusia dapat meraih keberhasilan khususnya di bidang dakwah.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan skripsi ini antara lain adalah:

1. Untuk memperkaya kajian keilmuan tentang paradigma, konsep dan teoritis tentang metode retorika dan komunikasi dakwah secara umum yang relevan dengan perkembangan zaman dewasa ini.
2. Dapat digunakan sebagai bahan rujukan dan pegangan bagi para juru dakwah atau dai dalam mengembangkan dakwahnya di masyarakat agar pesan yang disampaikan mengenai sasaran dan sesuai dengan harapannya.
3. Dapat digunakan sebagai referensi yang *up to date* dalam suatu kajian-kajian dakwah baik dikalangan akademisi atau umum.

## **C. Pembatasan dan Perumusan Masalah**

Seringkali keberhasilan dakwah seseorang selalu dikaitkan dengan bakat, bahwa memang seseorang itu pandai berbicara atau berpidato sehingga orang senang untuk mendengarkannya dan melaksanakan pesan dakwahnya itu, kalau demikian halnya kenapa harus ada ilmu dakwah, metode dakwah, retorika dakwah dan lain sebagainya yang berkaitan dengan dakwah.

Bakat bukan satu-satunya alasan yang dapat dibenarkan, bahwa suatu dakwah dapat berhasil hanya dengan bakat semata, sehingga menafikan unsur-unsur penting

yang lainnya. Penulis berpandangan bahwa suatu dakwah dapat berhasil dan mengenai sasaran apabila dakwah itu dikembangkan dengan suatu metode tertentu dan retorika yang menarik, sehingga dakwah menjadi suatu komunikasi yang menarik dan berkesan.

Dalam buku "Psikologi Dakwah" dijelaskan, bahwa keberhasilan suatu dakwah dimungkinkan oleh berbagai hal,<sup>8</sup> antara lain :

1. Kemungkinan pertama karena pesan dakwah yang disampaikan oleh dai memang relevan dengan kebutuhan masyarakat, yang merupakan suatu keniscayaan yang tak mungkin ditolak, sehingga mereka menerima pesan dakwah itu dengan antusias.
2. Kemungkinan ke dua karena faktor pesona dai, yakni dai tersebut memiliki daya tarik personal yang menyebabkan masyarakat mudah menerima pesan dakwahnya, meski kualitas dakwahnya boleh jadi sederhana saja.
3. Kemungkinan ke tiga karena kondisi psikologi masyarakat yang sedang haus siraman rohani, dan mereka terlanjur memiliki persepsi positif kepada setiap dai, sehingga pesan dakwah yang sebenarnya kurang jelas ditafsirkan sendiri oleh masyarakat dengan penafsiran yang jelas.
4. Kemungkinan ke empat, karena kemasan yang menarik. Masyarakat yang semula acuh tak acuh terhadap agama dan juga dai setelah melihat paket dakwah yang

---

<sup>8</sup>Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1999), cet. 1. h. 161

yang diberikan kemasan lain (misalnya kesenian stimulasi atau dalam program-program pengembangan masyarakat) maka paket dakwah itu berhasil menjadi stimulasi yang menggelitik persepsi masyarakat, dan akhirnya mereka pun merespon secara positif.

Dari kutipan diatas, jelas keberhasilan suatu dakwah tidak hanya didasari pada bakat semata justru membutuhkan suatu metode yang benar-benar matang dan retorika yang sangat bagus, inilah yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu dakwah, apalagi di era global ini, masyarakat semakin plural dan latar belakang kultur dan budaya yang berbeda, sehingga dalam melaksanakan dakwah harus semakin dan hati-hati agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Disinilah perlunya suatu metode retorika dan komunikasi dakwah yang relevan untuk menghadapi kondisi zaman yang semakin banyak tantangannya.

Oleh karena itu dari alasan-alasan tersebut di atas maka penulis merumuskan permasalahan penulisan skripsi ini sebagaimana berikut :

1. Sejauh mana peran metode retorika dan komunikasi dakwah terhadap keberhasilan suatu dakwah ?
2. Metode retorika dan komunikasi dakwah yang bagaimana yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern dewasa ini ?

Mengingat luasnya ruang lingkup dalam cakupan bahasan metode retorika dan komunikasi dakwah, yakni keseluruhan masalah kegiatan mengajak, maka agar jangan terlalu melebar dalam pembahasan dan dapat terarah serta mengenai sasaran

penulisan skripsi ini, penulis memberi batasan terhadap hal-hal yang menyangkut metode retorika komunikasi dakwah islamiyah.

#### **D. Metode Penelitian**

Jenis dan pendekatan yang akan digunakan oleh penulis untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adalah melalui pendekatan kepustakaan (*Library Research*), dengan menelaah dan mengkaji buku-buku literatur yang ada hubungannya dengan materi pembahasan, baik dari karya ilmiah ataupun dari buku agama yang dipandang perlu untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi ini.

Adapun teknik penulisan skripsi ini berpedoman pada buku **Pedoman Penulisan Skripsi, tesis, dan disertasi** yang diterbitkan oleh IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta cetakan 1. Tahun 2000.

#### **E. Sistematika Penyusunan**

Dalam rangka memudahkan penulisan skripsi ini, penulis membagi kepada lima bab. Sebagaimana penulisan karya ilmiah yang diawali dengan pendahuluan dan ditutup dengan kesimpulan dan beberapa butir saran: Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang meliputi alasan pemilihan judul, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, metode pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II Retorika Dakwah, meliputi pengertian retorika, sejarah perkembangannya, serta fungsi dan tujuannya.

BAB III Komunikasi Dakwah, meliputi komunikasi, pengertian komunikasi, aspek-aspek komunikasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi dakwah.

BAB IV Metode Retorika dan Komunikasi Dakwah Era Modern, meliputi hubungan retorika dan komunikasi dakwah, penerapan retorika dalam komunikasi dakwah dan metode retorika dakwah serta komunikasi dakwah di era modern.

BAB V Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

Pada akhirnya penulis mengakhiri penulisan skripsi ini dengan melampirkan daftar pustaka.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pemaparan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai mana berikut :

Retorika peranannya dalam dunia komunikasi dakwah sangat esensial sekali, karena dalam retorika terdapat tujuan untuk mempengaruhi orang lain atau berkomunikasi agar mau mengikuti keinginan komunikator, sehingga mempelajari retorika adalah merupakan suatu keharusan. Retorika sebagai ilmu bicara sebenarnya diperlukan setiap orang. Bagi ahli komunikasi atau komunikator adalah *conditio sine qua non*.

Keberadaan retorika dalam komunikasi dakwah tidak berdiri sendiri melainkan harus di topang dengan beberapa unsur, oleh karena itu dalam menerapkan retorika pada komunikasi dakwah hendaknya diperhatikan :

1. Aktualitas
2. Analisa personal dan situasi
3. Kekuatan bahasa dan pengalaman
4. Intonasi
5. Analogi dan peribahasa.

Metode dakwah konvensional dewasa ini sudah tidak efektif lagi karena masyarakat (*audience*) tak sanggup menghubungkan secara tepat isi dakwah yang sering di sampaikan secara konvensional (dakwah lisan) dengan realitas kehidupan sosial ekonomi sehari-hari.

Dalam menghadapi tantangan modern, dimana masyarakatnya semakin majemuk dan diferensiasi status semakin kompleks maka harus diadakan revolusi metode retorika dan komunikasi dakwah yang dapat mengakomodasi pola berpikir umat dan kebutuhan riil (nyata) umat.

## **B. Saran-Saran**

1. Dalam menjalankan dakwah di masa mendatang, seharusnya memperhatikan atau menggunakan metode dakwah penyuluhan sabagai alternatif atau atau dakwah bil hikmatil hasanah
2. Meninjau kembali pendekatan dakwah dengan upaya sentral perencanaan dakwah yang lebih berorientasi pada pemecahan masalah yang dihadapi umat.
3. Pergeseran medan dakwah (model komunikasi dakwah) konvensional yaitu tablig dalam makna sempit menjadi dakwah yang multi dialog (dialog amal, dialog seni, dialog intelektual dan dialog budaya).
4. Perlunya pengembangan mekanisme pengorganisasian yang lebih profesional, dengan pemilahan tugas yang jelas antara subjek dakwah (da'i, perencana, dan pengelola kegiatan dakwah).
5. Disamping metode dan media dakwah, yang harus diperhatikan adalah materi dakwah itu sendiri, materi dakwah harus disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan masyarakat yang didakwahi.
6. Walaupun kemajuan teknologi semakin canggih dan modern akan tetapi peran retorika tidak bisa diabaikan atau di tinggalkan, bahkan retorika harus semakin bagus dan berkembang seiring dengan kemajuan jaman. Justru retorika akan semakin dibutuhkan dalam dunia modern, tidak hanya berhenti pada dakwah akan tetapi dalam segala bidang terutama yang berkaitan dengan komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya*, Jakarta, 1975.
- A. Muis, *Komunikasi Islam*, Bandung, Rosda Karya, 2001, Cet. I
- Abdurrachman, Oemi, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1995.
- Abidin, Djamalul, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, Jakarta, Gema Insani Perss, 1996.
- Achmad, Amrullah, (ed), *Dakwah Islam dan Tranformasi Sosial-Budaya* YogyaKarta, PLP2M, 1985, cet. 1
- Alam, H. Datuk Tombak, *Kunci Sukses Penerapan dan Dakwah*, Jakarta, Rineka Cipta, 1990, Cet. II
- Anwar, Machfudz, *Pokok-Pokok Retorika Dakwah*, Jakarta, CV Gramada, 1985, cet. 1
- Arifin, H.M., *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, Jakarta, Bumi Aksara, 1994.
- Darusman Ghazali, *Dinamika Ilmu Dakwah Islamiah*, Kuala Lumpur, Sdn Bhd, 1996, cet. 1
- Detik, *Berita* Tanggal 28, September 2001
- Ghazali, Bahri, *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997, cet. 1
- Haroen, Nasrun, *Usul Fiqh 1*, Jakarta: logos Wacana Ilmu, 1997, cet.2
- Hasanuddin, A.H., *Rhetorika Da'wah & Publisistik dalam Kepemimpinan*, Surabaya, Usaha Nasional, 1982.
- Mubarak, Ahmad, *Psikologi Dakwah*, Jakarta, Pustaka Firdaus, 1999, cet. 1
- Muhaemin, Slamet, *Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah*, Surabaya, Al-Ikhlas, 1994, Cet. I

- Mukhan, Abdul Munir, *Ideologisasi Gerakan Dakwah, Episod Kehidupan M. Natsir dan Azhar Basyir*, Yogyakarta, Sypress, 1996, Cet. I
- Munsiy, Abdul Kadir, DIP. AD. ED, *Method Diskusi Dalam Dakwah*, Surabaya, Al-Ikhlash, 1981.
- Omar, Toha Yahya, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Widjaya, 1983.
- Onong Uchjana, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: remaja Karya, 1986, cet. 1
- Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi, IAIN Jakarta Press, 2000.
- Rafiuddin dan Abdul Djaliel, Maman, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung, Pustaka Setia, 1997, Cet. I
- Rakhmat, Jalaluddin, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, Bandung, Rosda Karya, 2001, cet. 7
- Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash 1983.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta, Gaya Media Pratama, 1997, cet. II
- Umary, Barmawi, *Asasa-Asas Ilmu Dakwah*, Solo CV. Ramadhani, 1987, cet. 2.