

MAKNA RETORIKA ISLAM DAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENYAMPAIAN PESAN TABLIGH BUYA YAHYA

Febrina Tri Anjani, Nasichah, Nailatul Fakhriyah, Salsabilah Dewi Safani

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: nasichah@uinjkt.ac.id

febrina.tri.anjani24@mhs.uinjkt.ac.id

nailatul.fakhriyah24@mhs.uinjkt.ac.id

salsabilah.dewi.safani24@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi antara retorika Islam dan psikologi komunikasi dalam ceramah Buya Yahya berjudul *“Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti”* yang disampaikan melalui platform YouTube. Fenomena tabligh digital menuntut para da'i untuk mampu menggabungkan pesan keagamaan yang rasional dan menyentuh emosi dengan pendekatan psikologis yang menenangkan audiens. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan analisis isi, berfokus pada penerapan unsur *ethos*, *pathos*, *logos* dalam retorika Islam serta empat tahap psikologi komunikasi George A. Miller, yaitu perhatian, pemahaman, penerimaan, dan perubahan perilaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Buya Yahya mampu menyampaikan pesan dakwah secara efektif melalui perpaduan gaya bahasa santun, penggunaan dalil yang kuat, serta pendekatan emosional yang lembut dan empatik. Ceramahnya tidak hanya mentransfer pengetahuan agama, tetapi juga menumbuhkan kesadaran spiritual dan perubahan sikap audiens menuju ketenangan, kesabaran, dan keikhlasan. Integrasi retorika Islam dan psikologi komunikasi menjadikan dakwah Buya Yahya relevan dan humanis di era digital, karena mampu menyentuh hati sekaligus pikiran pendengar.

Kata kunci: retorika Islam, psikologi komunikasi, tabligh, ceramah, Buya Yahya

Abstract

This study aims to analyze the integration of Islamic rhetoric and communication psychology in Buya Yahya's sermon titled *“Living Peacefully and Calmly Even When Hurt”* delivered via YouTube. The phenomenon of digital preaching requires preachers to combine rational religious messages with psychological approaches that emotionally engage and soothe the audience. Using a qualitative descriptive method and content analysis, this research focuses on the application of rhetorical elements—*ethos*, *pathos*, *logos*—and George A. Miller's four stages of communication psychology: attention, comprehension, acceptance, and behavioral change. The findings reveal that Buya Yahya effectively delivers his da'wah messages through a combination of polite language, strong religious argumentation, and empathetic emotional appeal. His sermons not only transmit religious knowledge but also foster spiritual awareness and behavioral transformation toward calmness, patience, and sincerity. The integration of Islamic rhetoric and communication psychology makes Buya Yahya's preaching both relevant and humanistic in the digital era, touching both the hearts and minds of the audience.

Keyword: Islamic rhetoric, communication psychology, digital preaching, sermon, Buya Yahya

PENDAHULUAN

Dalam era digital ini, kegiatan tabligh atau dakwah Islam tidak hanya terbatas pada lokasi fisik seperti masjid atau majelis, tetapi juga menjangkau dunia maya melalui platform video seperti YouTube, podcast, media sosial, serta forum online lainnya. Perubahan ini memiliki dampak signifikan terhadap strategi komunikasi penceramah: tidak hanya mencakup pemilihan topik dakwah yang sesuai, tetapi juga melibatkan perancangan pesan agar dapat diterima, dipahami, dan disebarluaskan oleh audiens digital yang semakin aktif dan interaktif. Penggabungan antara retorika Islami (seperti etos-pathos-logos, referensi dalil, dan gaya bahasa yang persuasif) dengan prinsip-prinsip psikologi komunikasi (contohnya: perhatian, pemahaman, penerimaan, dan perubahan perilaku) semakin memiliki peranan yang penting. Studi mengenai dakwah digital menunjukkan bahwa keberhasilan pesan dakwah sangat tergantung pada cara pesan itu disusun, disampaikan, dan diterima oleh audiens daring yang memiliki ciri-ciri tertentu, mulai dari sifat selektif, kemudahan untuk terputus, hingga kemampuan untuk memberikan tanggapan secara langsung. penyampaian dakwah melalui YouTube dianggap efektif oleh generasi milenial. Hal ini disebabkan oleh kelebihan audio-visual, fleksibilitas waktu, serta kemudahan dalam mengakses materi jika dibandingkan dengan metode dakwah tradisional¹. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami cara penceramah terkenal seperti Buya Yahya . Prof. KH. Yahya Zainul Ma'arif, Lc., M.A., Ph.D., atau yang lebih dikenal sebagai Buya Yahya, merupakan figur ulama kontemporer yang merepresentasikan tradisi intelektual pesantren dengan kualifikasi akademis Timur Tengah. Lahir di Blitar pada tahun 1973, beliau menyelesaikan studi doktoralnya di Universitas Al-Ahghaff, Yaman, yang membentuk kedalaman pemahamannya dalam fikih mazhab Syafi'i dan teologi *Ahlussunnah wal Jama'ah*. Sebagai pendiri Lembaga Pengembangan Dakwah (LPD) Al-Bahjah, Buya Yahya tidak hanya berperan sebagai pendidik, tetapi juga sebagai penggerak sosial yang berhasil mengintegrasikan dakwah tradisional dengan manajemen modern. Pengaruh dakwah Buya Yahya di Indonesia sangat signifikan dalam memperkuat narasi moderasi beragama (*wasathiyyah*). Beliau dikenal memiliki kemampuan retorika yang menyejukkan, sehingga mampu meredam polarisasi umat dengan cara menjawab persoalan hukum Islam secara objektif, santun, dan berbasis pada adab perbedaan pendapat

¹ Faridah, Suriati, Dian Damayanti, "Da'wah Through Youtube in the Perspective of Millennial Society", Jurnal AFKARUNA Vol.19 No. 1 June 2023
Faridah, Suriati, Dian Damayanti, "Da'wah Through Youtube in the Perspective of Millennial Society", Jurnal AFKARUNA Vol.19 No. 1 June 2023

(*ikhhtilaf*). Secara struktural, pengaruhnya terlihat dari meluasnya pemanfaatan media digital yang masif, yang menjadikan pemikirannya sebagai rujukan utama bagi Muslim urban dalam menghadapi kompleksitas isu modern—mulai dari ekonomi syariah hingga etika keluarga. Melalui kemandirian ekonomi lembaga dan pendekatannya yang inklusif, Buya Yahya telah menjadi salah satu pilar penting dalam menjaga stabilitas sosial dan spiritualitas masyarakat Muslim di Indonesia.

Buya Yahya menentukan ruang lingkup pesan dan gaya penyampaian dakwahnya melalui YouTube, dengan mempertimbangkan karakteristik audiens digital dan mekanisme psikologi komunikasi. Dalam zaman digital ini, kegiatan tabligh atau dakwah Islam tidak hanya terbatas pada lokasi fisik seperti masjid atau majelis, tetapi juga menjangkau dunia maya melalui platform video seperti YouTube, podcast, media sosial, serta forum online lainnya. Perubahan ini memiliki dampak signifikan terhadap strategi komunikasi penceramah: tidak hanya mencakup pemilihan topik dakwah yang sesuai, tetapi juga melibatkan perancangan pesan agar dapat diterima, dipahami, dan disebarluaskan oleh audiens digital yang semakin aktif dan interaktif. Penggabungan antara retorika Islami (seperti etos-pathos-logos, referensi dalil, dan gaya bahasa yang persuasif) dengan prinsip-prinsip psikologi komunikasi (contohnya: perhatian, pemahaman, penerimaan, dan perubahan perilaku) semakin memiliki peranan yang penting. Studi mengenai dakwah digital menunjukkan bahwa keberhasilan pesan dakwah sangat tergantung pada cara pesan itu disusun, disampaikan, dan diterima oleh audiens daring yang memiliki ciri-ciri tertentu—mulai dari sifat selektif, kemudahan untuk terputus, hingga kemampuan untuk memberikan tanggapan secara langsung.

Penelitian tentang retorika dakwah dan psikologi komunikasi telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, namun sebagian besar masih mengkaji kedua aspek tersebut secara terpisah. Studi mengenai retorika Islam biasanya menitikberatkan pada aspek bahasa, gaya penyampaian, dan etika komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah. Di sisi lain, penelitian psikologi komunikasi cenderung lebih memfokuskan pada proses internal dari audiens, termasuk perhatian, pemahaman, dan penerimaan pesan.

Hingga saat ini, masih sedikit penelitian yang menggabungkan kedua sudut pandang tersebut secara menyeluruh, terutama dalam konteks tabligh digital melalui platform seperti YouTube. Sebenarnya, zaman digital mengharuskan adanya metode dakwah yang tidak hanya memperhatikan isi pesan (logos), tetapi juga menimbang keadaan psikologis dan berbagai karakteristik audiens yang interaktif secara online.

Selain itu, banyak penelitian sebelumnya hanya membahas dakwah digital dari sisi teknologi komunikasi atau isi pesan, tanpa menyelidiki lebih dalam tentang bagaimana strategi retorika dan pendekatan psikologis diterapkan oleh penceramah untuk meningkatkan efektivitas pesan dakwah. Dalam situasi ini, Buya Yahya sebagai salah satu pembicara yang memiliki daya tarik dan pengaruh signifikan di kalangan audiens digital, menyajikan fenomena yang menarik untuk diteliti.

Oleh karena itu, studi ini mengisi kekurangan dalam literatur akademik dengan menganalisis perpaduan antara retorika Islam dan psikologi komunikasi dalam ceramah Buya Yahya di YouTube, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas komunikasi dakwah di zaman digital.

Studi ini penting bagi pengembangan dakwah Islam di era digital. Pertama, secara teoretis, penelitian ini mengintegrasikan retorika Islam dan psikologi komunikasi, dua bidang yang jarang dikaji bersama. Pendekatan ini memperdalam pemahaman tentang cara merancang dan menyampaikan pesan dakwah yang efektif dengan mempertimbangkan karakter psikologis audiens digital, khususnya pengguna YouTube.

Kedua, secara praktis, hasil penelitian ini relevan bagi para da'i, pendakwah, dan mahasiswa komunikasi Islam untuk meningkatkan penyampaian pesan agar lebih persuasif, bermartabat, dan mudah dipahami. Analisis terhadap gaya retorika Buya Yahya dapat menjadi acuan strategi dakwah yang menyentuh emosi audiens.

Ketiga, dalam konteks kekinian, fenomena tabligh digital telah menjadi bagian penting kehidupan beragama. YouTube berperan sebagai saluran utama penyiaran Islam, sehingga kajian terhadap tokoh seperti Buya Yahya sangat bermanfaat untuk memperkaya pola komunikasi dakwah modern.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis cara Buya Yahya mengembangkan serta mengarahkan komunikasi dakwahnya dengan menggunakan pendekatan psikologi komunikasi dalam ceramah yang disampaikan melalui platform YouTube, serta untuk mengidentifikasi dan menjelaskan penerapan retorika Buya Yahya dalam penyampaian pesan dakwahnya.

Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Buya Yahya membangun dan mengarahkan lingkup komunikasi dakwahnya melalui pendekatan psikologi komunikasi dalam

ceramah yang disampaikan melalui platform YouTube, serta untuk menganalisis penerapan retorika Buya Yahya dalam penyampaian pesan dakwahnya

Alur Berpikir

Alur berpikir dalam penelitian ini mulai dari permasalahan, yaitu bagaimana Buya Yahya membangun dan mengarahkan komunikasi dakwahnya di masa kini, terutama dalam dunia digital, agar pesan keislaman dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan audiens. Untuk menjawab permasalahan tersebut, peneliti menggunakan dua teori, yaitu retorika Islam dan psikologi komunikasi.

Pertama, teori retorika Islam digunakan untuk menganalisis bagaimana Buya Yahya menyusun pesan dan gaya penyampaian dakwahnya melalui tiga elemen utama, yakni ethos, pathos, dan logos.² Pendekatan ini membantu peneliti memahami bagaimana kredibilitas (ethos), sentuhan emosional (pathos), dan kekuatan logika serta dalil (logos) membentuk efektivitas pesan dakwah. Retorika dalam konteks dakwah Islam tidak hanya menekankan keterampilan berbicara, tetapi juga nilai etika, moral, serta kesesuaian pesan dengan karakter audiens (Abdullah, 2009).³

Kedua, teori psikologi komunikasi digunakan untuk menilai bagaimana proses komunikasi dalam ceramah Buya Yahya memengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku audiens. Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi terdiri dari empat tahap utama: perhatian, pemahaman, penerimaan, dan perubahan perilaku.⁴ Dengan memakai teori ini, peneliti bisa melihat bagaimana Buya Yahya membangun komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan bisa menenangkan emosi pendengarnya.

Hubungan antara teori, data, dan dugaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: teori retorika Islam digunakan untuk menganalisis struktur dan gaya penyampaian pesan dakwah Buya Yahya, sedangkan teori psikologi komunikasi digunakan untuk memahami bagaimana pesan tersebut diterima oleh audiens secara psikologis. Data yang digunakan berasal dari ceramah Buya Yahya yang berjudul “Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti”

² Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 15.

³ Abdullah, A. (2009). Retorika dan Dakwah Islam. *Jurnal Dakwah*, 10(1), 1–12. https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/2009.10107?utm_source=chatgpt.com

⁴ Buya Yahya, “Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti,” YouTube, diunggah oleh Al Bahjah TV, 2022, https://youtu.be/08ZKQBkqIE0?si=G_3OcRTiYc5_XJiy

yang dipublikasikan di YouTube.⁵ Dari hubungan ini, peneliti menduga bahwa keberhasilan dakwah Buya Yahya terletak pada kemampuannya menggabungkan retorika yang lembut dan pendekatan psikologis yang nyaman, sehingga pesan dakwahnya terasa mudah diterima dan dihayati oleh audiens di dunia digital.

Dengan demikian, kerangka berpikir ini menunjukkan bahwa penggabungan antara retorika Islam dan psikologi komunikasi bisa menjadi model untuk memahami pola komunikasi dakwah yang humanis, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan audiens masa kini.

Penelitian sebelumnya

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bagas Tri Cahyo dan Akhmad Rifa'i (2023) dengan judul "Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Penyampaian Pesan Dakwah", hasil menunjukkan bahwa efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator untuk memahami aspek psikologis audiens dan menyesuaikan cara penyampaian pesan berdasarkan karakter serta usia santri. Studi ini menekankan penerapan psikologi komunikasi di TPA Baitul Qur'an Al-Hikmah Bandar Lampung, di mana proses penyampaian dakwah dilakukan dengan berbagai cara, seperti dakwah lisan, tulisan, dan tindakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dalam dakwah sangat dipengaruhi oleh empati, perhatian, dan kemampuan komunikator dalam mengelola aspek psikologis santri agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik.⁶

Dalam waktu yang bersamaan, kajian yang dilaksanakan oleh Meri Astuti, Atjep Mukhlis, dan Asep Shodiqin (2020) dengan judul "Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan" menekankan elemen retorika yang terdapat dalam kegiatan dakwah di platform media sosial, terutama Instagram. Penelitian ini menerapkan teori Aristoteles (ethos, pathos, logos) dan model komunikasi Harold Lasswell untuk mengkaji bagaimana Ustadz Haikal Hassan membangun reputasi, mempengaruhi perasaan, dan merumuskan argumentasi yang rasional dalam ceramahnya. Hasil studi menunjukkan bahwa penerapan gaya bahasa lucu, ungkapan emosional, dan argumen yang solid dapat menarik minat audiens serta meningkatkan efektivitas pesan dakwah di zaman digital.⁷

⁵ Buya Yahya, "Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti," YouTube, diunggah oleh Al Bahjah TV, 2022, https://youtu.be/08ZKQBkqIE0?si=G_3OeRTiYc5_XJiy

⁶ Bagas Tri Cahyo dan Akhmad Rifa'i, "Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Penyampaian Pesan Dakwah," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 6, no. 1 (2023): 149–160.

⁷ Meri Astuti, Atjep Mukhlis, dan Asep Shodiqin, "Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 1 (2020): 77–91.

Tidak seperti dua penelitian sebelumnya, penelitian ini berjudul “Integrasi Retorika Islam dengan Psikologi Komunikasi dalam Tabligh: Analisis Ceramah Buya Yahya” berusaha untuk menggabungkan dua pendekatan sekaligus yaitu retorika Islam dan psikologi komunikasi dalam konteks tabligh secara daring. Penelitian ini tidak hanya meneliti bagaimana Buya Yahya menyusun dan menyampaikan gaya retorikanya melalui platform YouTube, tetapi juga menganalisis bagaimana faktor-faktor psikologis seperti perhatian, penerimaan, dan perubahan perilaku audiens digital berkontribusi pada efektivitas pesan dakwah. Oleh karena itu, penelitian ini berada dalam posisi yang mengintegrasikan dan sekaligus menawarkan inovasi, karena memperluas bidang studi komunikasi dakwah dengan menggunakan pendekatan interdisipliner yang mengkombinasikan teori retorika klasik dengan pokok-pokok prinsip psikologi komunikasi masa kini. Keunikan penelitian ini terletak pada usaha untuk menyusun model komunikasi dakwah yang bersifat humanis dan persuasif melalui media digital, yang belum pernah diteliti secara mendalam dalam studi-studi sebelumnya.

Teori

A. Teori Retorika

- a. Retorika dakwah merujuk pada berbicara tentang ajaran Islam. Dr. Yusuf Al-Qaradhawi dalam bukunya mengemukakan prinsip-prinsip retorika islam sebagai berikut:
 1. Dakwah Islam adalah kewajiban setiap muslim.
 2. Dakwah harus mengarahkan manusia kepada jalan Allah..
 3. Mengajak manusia dengan menggunakan hikmah dan pelajaran yang baik.
 4. Hikmah dalam berdakwah berarti berkomunikasi dengan orang lain sesuai dengan bahasanya, dengan sikap yang ramah, memperhatikan tingkat pengetahuan dan kedudukan mereka, serta mengikuti proses secara bertahap.⁸
- b. Jalaluddin Rakhmat menyatakan:
 1. Dalam pengertian yang luas, retorika adalah disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana mengatur susunan kata-kata sehingga dapat menimbulkan kesan yang diinginkan pada audiens.

⁸ Rakhmawati Isina, “Kontribusi Retorika Dalam Dakwah Komunikasi,” *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013): 51–52.

2. Dalam pengertian yang lebih spesifik, retorika merupakan ilmu yang mempelajari dasar-dasar persiapan, penataan, dan pengemasan pidato agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.⁹

Fungsi dan Tujuan Retorika Dakwah dikatakan sebagai sebuah seni dikarenakan untuk berdakwah harus dengan cara dan strategi yang baik, benar dan jitu sehingga dakwahnya terasa indah, menarik serta mengena. Untuk itu kemampuan merangkai kata-kata dengan maksud agar pendengar mudah memahami, menerima dan mengikuti apa yang didakwahkan karena merasa tertarik, indah dan ikhlas inilah yang disebut sebagai sebuah seni dakwah. Sebagian besar da'i yang memiliki kemampuan beretorika atau berbicara yang baik, tentunya sudah memiliki tujuan pembicaraan sebelum memulai berbicara di depan umum. Berbicara tanpa adanya tujuan pembicaraan terlebih dahulu maka pembicaraan akan susah untuk dibatasi sehingga terjadi deviasi pembiasaan pembicaraan, disinilah perlunya tujuan pembicaraan meski ada yakni untuk menghindari kesan bertele-tele dalam berbicara. Pembicaraan akan menjadi tidak menarik jika kesannya berlebihan dan keluar dari tujuan pembicaraan. Semua manusia memiliki kemampuan untuk berbicara, terkecuali seorang yang cacat sejak lahir (tuna wicara), namun tidak semua orang dapat berbicara dengan baik. Semua itu disebabkan oleh berbagai faktor. Kadang kita melihat ada seseorang yang memiliki kemampuan berbicara namun tidak dapat menempatkan pembicaraannya pada tempatnya, ada lagi seorang yang menggunakan kemampuan berbicaranya namun pembicaraannya tidak memiliki manfaat juga sering terjadi di tengah-tengah masyarakat. Dalam berbicara tidak semua pembicaraan bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain. Berbicara disini yakni berbicara yang menghasilkan pengetahuan baru atau berbicara yang dimaksud adalah memiliki manfaat dan bukan hanya sekedar mengeluarkan bunyi ujaran pada seseorang atau khalayak ramai tanpa melihat unsur tujuan pembicaraannya. bisa kita simpulkan bahwa fungsi retorika dakwah adalah sebagai ilmu dan seni serta ketrampilan untuk menyampaikan ajaran Islam secara lisan guna memberikan pemahaman yang benar kepada kaum muslimin agar mereka dapat dengan mudah menerima seruan dakwah Islam sehingga pemahaman dan prilakunya

⁹ As, S. Retorika Dakwah: Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato (2014).

dapat berubah menjadi lebih Islami. Adapun tujuan mempelajari Retorika Dakwah menurut Agus Hermawan adalah sebagai berikut:

1. Agar mampu menguraikan berbagai macam konsep dakwah
2. Agar mampu merancang strategi dan materi dakwah sesuai situasi dan kondisi
3. Agar mampu mempraktikkan berbicara di depan umum secara santun perkataannya, sopan perilakunya, baik isinya, dan benar dalam penyampaian.¹⁰

B. Teori Psikologi Komunikasi

- a. George A. Miller mendefinisikan psikologi komunikasi sebagai “ilmu yang mencoba menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan peristiwa dalam pikiran dan perilaku saat berkomunikasi”. Menjelaskan berarti memahami mengapa suatu tindakan komunikasi bisa terjadi. Apa yang terjadi di dalam diri seseorang hingga tindakan itu muncul? Sementara memprediksi membawa arti bahwa dengan membuat kesimpulan umum berdasarkan beberapa perilaku yang berkaitan dengan kondisi psikologis tertentu, kita bisa memperkirakan bentuk perilaku apa yang akan muncul jika ada stimulus tertentu diberikan kepada seseorang dengan karakter psikologis tertentu. Adapun mengendalikan berarti kita bisa melakukan intervensi tertentu (memanipulasi) jika kita ingin mendapatkan atau menghindari efek tertentu dari komunikasi yang terjadi.¹¹

C. Teori tabligh

Bahasa tabligh berasal dari kata kerja "ballagha-yuballighu-tablīghan" yang artinya mengucapkan atau menyampaikan. Tabligh secara istilah adalah menyampaikan ajaran-ajaran Islam sesuai dengan petunjuk al-Qur'an dan Sunnah Nabi.¹² Berdasarkan beberapa pendapat para ulama, tabligh dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Asmuni Syukir mengatakan bahwa tabligh adalah menyampaikan ajaran Allah dan Nabi kepada orang lain.
- b. M. Bahri Ghazali menyebutkan bahwa tabligh adalah kegiatan menyampaikan pesan ajaran agama Islam, yang berisi ajakan, seruan, dan panggilan agar orang

¹⁰ Baharuddin Ali, “Tugas dan Fungsi Dakwah Dalam Pemikiran Sayyid Qhuthub”, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No. 01, 128

¹¹ Armando, N. (2015). Pengertian Psikologi dan Psikologi Komunikasi. Psikologi Komunikasi, 1-31.

¹² Baidi Bukhori, “Dakwah Melalui Bimbingan dan Konseling Islam”, Jurnal Bimbingan Konseling Islam, Vol. 05, No. 01, 5.

yang didengar merasa terdorong untuk mengubah sikap dan perbuatan sesuai dengan ajaran Islam yang dianutnya.

- c. Al-Ashfihani menyatakan bahwa tabligh adalah kegiatan menyampaikan kebenaran agama secara lisan.
- d. Sayyid Quthub mengatakan bahwa tabligh adalah menyampaikan dan menyeru manusia kepada kebenaran agama, terutama kebenaran aqidah tauhid. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tabligh adalah kegiatan menyampaikan dan menyeru manusia tentang ajaran Islam, yang dalamnya terdapat unsur ajakan dan seruan agar orang yang diajak dapat memahami ajaran Islam secara benar dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.¹³

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ceramah Buya Yahya yang berjudul “Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti” menjadi fokus utama dalam penelitian ini karena mengandung pesan dakwah yang menyentuh aspek psikologis individu. Dalam ceramah ini, Buya Yahya menjelaskan sikap yang seharusnya diambil ketika menghadapi perlakuan menyakitkan dari orang lain, baik itu berupa tindakan maupun kata-kata.¹⁴ Dia menekankan bahwa reaksi yang ideal terhadap perlakuan yang menyakitkan bukan kemarahan atau balas dendam, tetapi lebih kepada kesabaran, keikhlasan, dan kemampuan untuk memaafkan. Menurutnya, ketenangan hati adalah jenis kemenangan yang lebih bermakna dibandingkan membalas perlakuan yang menyakitkan. Buya Yahya juga menegaskan bahwa bersikap tenang tidak berarti lemah, melainkan mencerminkan kekuatan rohani yang berasal dari iman dan tawakal kepada Allah. Dalam berbicaranya, ia menggunakan bahasa yang sederhana, disertai dengan humor yang santai, contoh-contoh nyata, dan senyuman ramah, sehingga pendengar merasa dekat dan mudah memahami pesannya.

Pembahasan dimulai dari ayat sebagai jadi rujukan. Buya yahya kerap menafsirkan dan mengartikan tiap kata yang digunakan,. Dalam konteks retorika Buya yahya telah menerapkan penyusunan kata , dengan tujuan memberikan penjelasan kepada mad'u sebelum masuknya pada materi yang akan dijelaskan. Pada awal video buya terlebih dahulu menjelaskan pengertian dari tawaddu' dan juga mukhbitin

¹³ Baharuddin Ali, “Tugas dan Fungsi Dakwah Dalam Pemikiran Sayyid Qhuthub”, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No. 01, 128

¹⁴ Buya Yahya, “Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti,” YouTube, diunggah oleh Al Bahjah TV, 2022, <https://youtu.be/08ZKQBkqIE0?si=nBSzrZs8HilvoU7->

Al mukhbitin yang artinya orang yang tawadhu lalu buya menjelaskan Kembali, arti tawadhu yang artinya, di saat di dzolimi tidak ingin membela. Pengertian dari kata kata tersebut dijadikan muqaddimah, sebelum masuknya materi tentang “hidup tenang dan damai walau di sakiti”. Penjelasan karakteristik mad’u (orang yang bertawdhu), menjadikan pemaknaan baru mengenai tindakan seseorang dan hal ini tidak langsung membuat orang merasa menjadi objek kajian beliau.

Berdasarkan sudut pandang retorika, Buya Yahya menunjukkan penggunaan elemen ethos, pathos, dan logos yang sangat kuat. Unsur ethos terlihat dari kredibilitasnya sebagai seorang ulama berkompeten dan berpengalaman serta dari sikap tenang dan kewibawaan saat berbicara.¹⁵ Ia menciptakan kepercayaan di kalangan pendengar dengan mengutip dalil Al-Qur’an dan hadis sebagai dasar argumennya. Unsur pathos terwujud dalam kemampuannya untuk menyentuh emosi para pendengar. Dengan sikap empati, Buya Yahya mengerti perasaan orang yang mengalami sakit hati, membuat pesan yang disampaikan terasa relevan dan dapat menyentuh jiwa. Di sisi lain, unsur logos dapat dilihat dari struktur argumennya yang logis dan mudah diikuti: ia menggambarkan situasi ketika seseorang disakiti, menjelaskan reaksi alternatif yang bisa diambil, dan menyimpulkan bahwa memilih sabar dan ikhlas akan mendatangkan ketenangan dalam hidup. Hal ini sampai Dengan begitu, retorika yang digunakan oleh Buya Yahya menggabungkan kekuatan logika, etika, dan emosi yang secara bersamaan memperkuat daya persuasif dari dakwahnya. @fediprasetya5896 “*saya suka buya yahya karena Saling Mengingatkan agar Tak Tersesat*” Intonasi yang dibawakan oleh buya menggunakan inonasi lirik yakni menyentuh hati deangan adanya ajakan renungan pada jamaah yang mendengarkan baik secara langsung maupun daring . hal ini dikuatkan berdasarrrkan komenan yang di unggah pada kolom komentar youtube.

Dalam konteks psikologi komunikasi, ceramah Buya Yahya juga memenuhi langkah-langkah komunikasi efektif yang dijelaskan oleh George A. Miller, yaitu perhatian, pemahaman, penerimaan, dan perubahan perilaku.¹⁶ Pada tahap perhatian, Buya Yahya berhasil menarik perhatian pendengar dengan memilih tema yang dekat dengan pengalaman sehari-hari, seperti sakit hati dan kebutuhan akan ketenangan. Pada tahap pemahaman, ia menyampaikan pesan dengan bahasa yang mudah dimengerti, menghindari frasa yang terlalu teknis, dan

¹⁵ 2. Jalaluddin Rakhmat, Retorika Modern: Pendekatan Praktis (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 15.

¹⁶ George A. Miller, Psychology of Communication (New York: Basic Books, 1956), 22.

memperjelas makna melalui kisah-kisah dan contoh. Proses penerimaan terlihat ketika pendengar dapat menerima pesan tentang kesabaran dan keikhlasan bukan sebagai beban, tetapi sebagai solusi menenangkan yang dapat mereka terapkan.

@arafahazka-zw6sp *“Bismillah. Assalamualaikum. Saya berkali-kali didzalimi insya allah saya akan belajar sabar dan Ikhlas hanya karena Allah AWT. Terima kasih buya yahya dengan ceramahnya hati terasa tentram dan tenang, seberat apapun ujian yang yang allah beri, saya harus tenang, sabar, dan Ikhlas dan berserah kepada Allah SWT.. karena dibalik semua ujian itu ada hikmahnya. Biar terus dan terus belajar sabar dan Ikhlas. Hidup di dunia. Amin allahumma aamiin ya rabbal alamin.”* Dari komentar yang terunggah dapat diartikan bahwa pesan buya yahya tersampaikan dengan reflektif, karena mayoritas komentar merasa perasaannya tervalidasi, dan tidak menjadi objek yang buruk karena merasa terdzalimi.

Terakhir, untuk tahap perubahan perilaku, meskipun tidak dapat dinilai secara langsung, ajakan Buya Yahya agar pendengar memilih untuk memaafkan dan menjaga ketenangan hati mencerminkan upaya nyata untuk mendorong perubahan sikap spiritual dan sosial di kalangan audiens.

Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Meri Astuti, Atjep Mukhlis, dan Asep Shodiqin (2020) yang menekankan pentingnya menggabungkan humor, empati, dan argumen logis untuk meningkatkan efektivitas dakwah secara digital.¹⁷ Selain itu, penelitian Bagas Tri Cahyo dan Akhmad Rifa'i (2023) juga menyatakan bahwa kemampuan memahami psikologi audiens merupakan faktor penting dalam keberhasilan dakwah.¹⁸ Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa Buya Yahya tidak hanya memahami psikologi audiens, tetapi juga secara sadar mengintegrasikannya dalam gaya retorika yang ia gunakan. Dengan demikian, ceramah beliau menjadi contoh nyata penerapan dakwah yang menggabungkan pendekatan intelektual, emosional, dan spiritual secara seimbang.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan jawaban atas pertanyaan mengenai cara Buya Yahya dalam membangun dan mengarahkan komunikasi dakwahnya. Ia menggunakan strategi yang didasari oleh psikologi komunikasi dan retorika Islam. Dengan tema yang relevan, Buya Yahya berhasil menarik perhatian khalayak, menyampaikan pesan yang mudah dimengerti, serta membangun kepercayaan melalui kredibilitas ilmiah. Ia juga menciptakan

¹⁷ Meri Astuti, Atjep Mukhlis, dan Asep Shodiqin, “Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 1 (2020): 77–91.

¹⁸ Bagas Tri Cahyo dan Akhmad Rifa'i, “Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Penyampaian Pesan Dakwah,” *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 6, no. 1 (2023): 149–160.

rasa penerimaan dengan empati. Melalui penerapan ethos, pathos, dan logos, pesan dakwahnya menyentuh hati, sementara pendekatan psikologi komunikasi membuat audiens merasa didengar, dipahami, dan tergerak untuk melakukan perubahan. Gabungan kedua elemen tersebut membuat dakwah Buya Yahya lebih dari sekadar transfer ilmu. Ini merupakan suatu proses komunikasi spiritual yang dapat menyentuh hati dan pikiran pendengarnya.

Diskusi Kritis

Makna utama dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Buya Yahya berhasil menyatukan aspek retorika Islam dan psikologi komunikasi dalam satu cara yang seimbang. Ceramahnya tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga membimbing audiens untuk memahami makna ketenangan dan kesabaran secara emosional. Gaya komunikasi Buya Yahya mencerminkan dakwah yang lebih manusiawi, yaitu pendekatan yang fokus pada penyembuhan jiwa, bukan sekadar menyampaikan aturan agama. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam cara dakwah modern, yaitu dari sekadar memberi informasi ke arah transformasi psikologis dan spiritual audiens.

Hasil penelitian ini relevan dalam konteks masyarakat digital saat ini yang cenderung mudah tergugah secara emosional di media sosial. Pendekatan Buya Yahya yang lembut dan rasional menjadi contoh yang efektif dalam membangun komunikasi yang damai, terutama di tengah kesempitan opini publik. Dalam konteks akademik, penelitian ini memperkuat teori psikologi komunikasi Miller (1956) mengenai pentingnya proses penerimaan dalam memengaruhi perilaku komunikasi audiens.¹⁹ Selain itu, gaya dakwah Buya Yahya juga menunjukkan penerapan nyata prinsip ethos, pathos, dan logos seperti yang dijelaskan Rakhmat (2001) dalam konteks persuasi komunikasi.²⁰

Secara teoretis, penelitian ini memiliki implikasi dalam pengembangan studi tentang dakwah dan komunikasi Islam. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya bergantung pada ketepatan pesan agama, tetapi juga pada kemampuan komunikator dalam mengerti kondisi emosional audiens. Pendekatan ini bisa menjadi panduan bagi para da'i lainnya untuk mengadaptasi gaya komunikasi yang menenangkan dan penuh empati dalam konteks dakwah digital.²¹ Secara praktis, penelitian ini mendorong munculnya model dakwah

¹⁹ Miller, G. A. (1956). *Psychology of communication*. New York: Basic Books.

²⁰ Rakhmat, J. (2001). *Retorika modern: Pendekatan praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

²¹ Abdullah, A. (2009). Retorika dan dakwah Islam. *Jurnal Dakwah*, 10(1), 1–12. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/2009.10107>

yang lebih menitikberatkan pada kebutuhan emosional masyarakat modern, yang cenderung mencari ketenangan dalam lingkungan yang penuh tekanan dan informasi berlebihan.

Namun, ada keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu sumber datanya hanya berasal dari satu ceramah, yaitu video "Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti." Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum bisa digunakan secara umum untuk semua gaya dakwah Buya Yahya atau pendakwah lain. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis beberapa ceramah dengan tema berbeda atau melakukan studi banding dengan penceramah lain agar pemahaman tentang pola komunikasi dakwah yang empatik di era digital dapat terus berkembang.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana Buya Yahya membangun dan mengarahkan komunikasi dakwahnya melalui pendekatan psikologi komunikasi dan retorika Islam dalam ceramah yang berjudul "Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti." Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa Buya Yahya mampu menggabungkan kedua pendekatan tersebut secara seimbang. Dengan menerapkan teori psikologi komunikasi, ia mampu menarik perhatian pendengar karena tema yang sesuai, memudahkan pemahaman pesan dengan bahasa sederhana, memberikan kesan penerimaan melalui rasa empati dan tenang, serta mendorong perubahan perilaku menjadi lebih sabar dan ikhlas.²² Di sisi lain, retorika Islam terlihat melalui penggunaan ethos, pathos, dan logos secara seimbang. Buya Yahya membangun wibawa dan kepercayaan melalui dalil agama, menyentuh perasaan pendengar dengan empati, serta menyampaikan argumen yang jelas dan berdasar pada ajaran Islam.²³ Kombinasi kedua pendekatan ini membuat ceramah Buya Yahya terasa menenangkan, persuasif, dan humanis, sehingga pesan dakwahnya lebih mudah diterima oleh audiens digital yang beragam.

Hasil utama penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah Buya Yahya tidak hanya tergantung pada isi pesan, tetapi juga pada kemampuan memahami kondisi psikologis pendengar dan cara menyampaikan pesan secara retorik.²⁴ Pendekatan ini mencerminkan gaya dakwah yang relevan di era digital, di mana audiens lebih peka terhadap cara penyampaian pesan yang lembut dan penuh empati. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya

²² George A. Miller, *Psychology of Communication* (New York: Basic Books, 1956), 22.

²³ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 15.

²⁴ Buya Yahya, "Hidup Tetap Tenang dan Damai Walau Disakiti," YouTube, diunggah oleh Al Bahjah TV, 2022, https://youtu.be/08ZKQBkqIE0?si=G_3OcRTiYc5_XJiy

menggabungkan retorika Islam dan psikologi komunikasi dalam membangun strategi dakwah yang menyentuh hati dan pikiran sekaligus.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan agar para da'i dan komunikator Islam lebih memperhatikan kebutuhan psikologis pendengar dalam menyampaikan pesan. Cara ini bisa dilakukan dengan menggunakan bahasa yang santun, penuh empati, dan menenangkan.²⁵ Secara teoretis, penelitian ini memberikan sumbangan dalam memperluas studi tentang dakwah melalui integrasi antara retorika Islam dan psikologi komunikasi yang terbukti meningkatkan efektivitas dakwah di media digital. Untuk penelitian lanjutan, disarankan dilakukan studi langsung dengan melibatkan audiens untuk menilai dampak pesan dakwah melalui media digital terhadap perubahan sikap dan perilaku keagamaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2009). Retorika dan dakwah Islam. *Jurnal Dakwah*, 10(1), 1–12.
<https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/2009.10107>
- Ali, B. (2014). Tugas dan fungsi dakwah dalam pemikiran Sayyid Quthub. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(1), 128
- As, S. (2014). Retorika Dakwah: Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato.
- Astuti, M., Mukhlis, A., & Shodiqin, A. (2020). *Retorika dakwah Ustadz Haikal Hassan*. Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 5(1), 77–91.
- Bukhori, B. (2014). Dakwah melalui bimbingan dan konseling Islam. *Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 5(1), 5.
- Buya Yahya. (2022). Hidup tetap tenang dan damai walau disakiti [Video]. Al Bahjah TV.
<https://www.youtube.com/watch?v=08ZKQBkqIE0>
- Cahyo, B. T., & Rifa'i, A. (2023). Penerapan psikologi komunikasi dalam penyampaian pesan dakwah. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 6(1), 149–160.
- Hermawan Agus"RETORIKA DAKWAH." Yayasan Hj.Kartini Kudus, Cetakan 1. 2018
- Isina, Rakhmawati. "Kontribusi Retorika Dalam Dakwah Komunikasi." *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013): 51–52

²⁵ Bagas Tri Cahyo dan Akhmad Rifa'i, "Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Penyampaian Pesan Dakwah," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 6, no. 1 (2023): 149–160.

