

Sejarah Dan Perkembangan *Public Speaking* Dalam Komunikasi Dakwah

Weny Maulida Nabila^{1*}, Silmi Fadhilatunnisa²

^{1,2}Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Az Zaytun Indonesia, Indramayu

Email : ^{1*}wenymaulidanabila@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak - *Public speaking* atau seni berbicara di depan umum memiliki peran yang sangat penting dalam dakwah Islam. Keterampilan ini tidak hanya dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga dalam dunia kerja. Sejarah menunjukkan bahwa *public speaking* telah menjadi bagian integral dari komunikasi dakwah sejak zaman Yunani dan Roma kuno. Dalam konteks Islam, *public speaking* menjadi kunci untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan efektif dan mempengaruhi sikap serta tindakan komunikan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui telaah literatur ilmiah, seperti buku, jurnal, skripsi, dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public speaking* dalam dakwah Islam memiliki peran krusial dalam menyebarkan ajaran agama. Sejarah dan perkembangan teknologi menunjukkan bahwa *public speaking* tidak hanya menjadi tradisi kuno tetapi juga terus beradaptasi dengan zaman. Para da'i dapat memanfaatkan teknologi dan media modern untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat penyebaran nilai-nilai Islam dalam masyarakat. *Public speaking* memiliki pengaruh positif dalam menyampaikan pesan dakwah, meningkatkan pemahaman, memotivasi, dan membentuk opini publik. Perkembangan teknologi dan media modern membawa transformasi dalam komunikasi.

Kata kunci: Sejarah, Perkembangan, *Public Speaking*, Komunikasi, Dakwah

Abstract - *Public speaking or the art of speaking in public has a very important role in Islamic da'wah. These skills are not only needed in everyday life, but also in the world of work. History shows that public speaking has been an integral part of preaching communication since ancient Greece and Rome. In the Islamic context, public speaking is the key to conveying religious messages effectively and influencing the attitudes and actions of communicants. This research is a type of library research with a qualitative approach. Data was collected through reviewing scientific literature, such as books, journals, theses and other sources relevant to the research topic. The research results show that public speaking in Islamic da'wah has a crucial role in spreading religious teachings. History and technological developments show that public speaking is not only an ancient tradition but also continues to adapt to the times. Da'is can utilize modern technology and media to reach a wider audience and strengthen the spread of Islamic values in society. Public speaking has a positive influence in conveying da'wah messages, increasing understanding, motivating and shaping public opinion. The development of technology and modern media has brought a transformation in communication.*

Keywords: History, Development, *Public Speaking*, Communication, Da'wah

1. PENDAHULUAN

Public speaking merupakan hal yang tidak bisa dihindari. *Public speaking* merupakan keterampilan yang penting dalam kehidupan sehari-hari dan dunia kerja. Pentingnya *public speaking* telah mendapat pengakuan dalam peradaban manusia. Dalam sejarah, *public speaking* pada zaman Yunani dan Roma kuno mulai diperkenalkan pada masa sistem politik demokratis. Keterampilan berbicara di depan umum diajarkan di sekolah pada saat itu karena diperlukan dalam pertemuan dan persidangan politik¹.

Di era ini kemampuan *public speaking* menjadi kebutuhan *soft skill* masyarakat. Dengan kemampuan *public speaking*, khalayak dapat menilai berkualitas tidaknya pribadi seseorang. Sebab cara berbicara menentukan keluwesan dan wawasan pengetahuan yang dimiliki seseorang.

Profesi yang membutuhkan skill *public speaking* tidak hanya guru dan dosen, akan tetapi semua profesi yang terdapat suatu interaksi dengan manusia lain. Seseorang dikatakan memiliki skill *public speaking* ialah ketika ia mampu berkomunikasi dengan baik, bagaimana suatu pesan atau informasi dapat tersampaikan dan dipahami oleh orang lain yang menjadi lawan bicaranya atau

¹ Rahayu, et al. (2023). *Public Speaking*. Tangerang Selatan: Unpam Press.

kepada khalayak umum. Pekerjaan seseorang akan terganggu jika tidak mampu berkomunikasi dengan baik. Orang lain akan kesulitan memahami atau bahkan tidak tertarik menanggapi pembicaraan seseorang yang tidak memiliki *skill public speaking*.

Banyak orang yang menyadari bahwa *public speaking* merupakan soft skill yang penting bahkan yang dibutuhkan oleh dunia saat ini, sehingga mereka berusaha keras untuk mengasah dan meningkatkan kemampuan berbicaranya. Dalam persaingan global ini, setiap orang menginginkan meraih kesuksesan. perlu diketahui bahwa setiap orang mampu berbicara, namun hanya sebagian orang yang dapat mengungkapkan perkataannya dengan baik dan percaya diri sehingga membuat pendengarnya merasa nyaman dan ingin mendengarkan.

Agama Islam sebagai agama dengan pemeluk besar di dunia, kegiatan Islami yang sering dilakukan tidak terpisahkan dari *public speaking* yaitu dakwah. Jumlah pemeluk agama Islam di muka bumi mencapai 1,8 miliar jiwa. Di negara Maldives, Arab Saudi, dan Mauritania, jumlah pemeluk Islam hampir mencapai 100%.²

Komunikasi berperan penting dalam tersampainya pesan dakwah. Komunikasi dakwah ditujukan tidak hanya kepada satu atau dua orang, akan tetapi orang banyak, sebab dalam dakwah menjangkau semua pihak.³ Sebab tujuan dari dakwah itu sendiri adalah untuk mengajak kebaikan. Dalam komunikasi dikenal istilah *public speaking* atau seni berbicara di depan banyak orang. Perlunya kemampuan *public speaking* agar dakwah tidak hanya tersampaikan kepada pendengar namun pesan dakwah mampu dipahami hingga diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari oleh pendengar. Adapun dalam tulisan ini, penulis akan mengkaji mengenai sejarah dan perkembangan *public speaking* dalam komunikasi dakwah.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Public speaking terdiri dari 2 kata yang berbahasa Inggris. Dalam Bahasa Indonesia *public* memiliki arti publik, umum dan masyarakat. Sedangkan *speaking* berarti berbicara. Kamus Internasional Webster's edisi ketika *public speaking* berarti kegiatan berbicara di depan umum atau seni melakukan komunikasi lisan yang efektif bagi para pendengar. Berbicara di depan umum membutuhkan teknik yang perlu dipelajari, dilalui *step by step* dan disampaikan dengan menarik⁴.

Sejarah *public speaking* menunjukkan bahwa asal muasal tradisi aktivitas berbicara di depan umum sudah ada sejak zaman peradaban Yunani kuno, khususnya dalam tradisi politiknya. Seni berbicara di depan umum sering disebut "retorika", dari kata Yunani *rhētorikós*, yang berarti "ucapan", atau dari *rhētōr* yang berarti "pembicara di depan umum" yang telah dipelajari bahkan dalam sains.

Komunikasi berasal dari bahasa latin yakni *communico* yang berarti membagi. Berarti pula *communis* yakni membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan. Komunikasi merupakan elemen dasar dari interaksi manusia yang memungkinkan seseorang untuk menetapkan, meningkatkan serta mempertahankan kontak dengan orang lain. Komunikasi adalah sebuah proses yang kompleks yang melibatkan tingkah laku dan hubungan serta memungkinkan seseorang untuk berasosiasi dengan orang lain serta lingkungannya. Komunikasi merupakan peristiwa yang terus berlangsung secara dinamis yang maknanya dapat dipacu dan ditransmisikan (Suheri, 2018).

Pengertian dakwah berasal dari kata *da'a* yang artinya memanggil, mengundang, ajakan, dan imbauan. Dalam Al Quran, kata dakwah ini memiliki makna hampir sama dengan tabligh, nasihat,

² Mangunjaya, F. (2022). *Generasi terakhir: aktivisme dunia muslim mencegah perubahan iklim dan kepunahan lingkungan hidup*. Depok: LP3ES.

³ Zahro, N. L. (2019). *es an Dakwah Dalam Film "Assalamualaikum Beijing Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure"*. Skripsi. IAIN Kediri.

⁴ Romelte. (2013, November 2). *Pengertian Public Speaking*. Diambil kembali dari Romelte Media: <https://www.romelteamdia.com/2013/11/pengertian-public-speaking.html>

tarbiyah, tafsir, dan tanzir. Namun jika dikaji lebih mendalam, kata-kata tersebut memiliki makna dan penggunaan yang berbeda.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kepustakaan yaitu dengan menggunakan telaah atau kajian konsep teoritis berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam artikel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk verbal atau tertulis tentang orang-orang dan perilaku mereka yang diamati dalam konteks dan secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yaitu yang berasal dari literatur ilmiah seperti buku, jurnal, skripsi, website dan sumber lain yang berkaitan dengan masalah di penelitian ini.⁵

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Awal Mula Komunikasi Dakwah dan *Public speaking*

Public speaking diartikan sebagai seni berbicara dan membangun argumen persuasif, ia menjadi dasar awal dari komunikasi dakwah. Pada mulanya, fokus *public speaking* lebih kepada *persuasive speech* dan teknik berbicara yang dapat memengaruhi pendengar.⁶

Praktik *public speaking* dalam bentuk retorika, banyak dilakukan pada sejarah masyarakat Yunani kuno. Kata retorika yang kita kenal ini berasal dari Bahasa Yunani “retorika”, yang mengacu pada teori dan praktik berbicara di depan umum. Pada saat itu, keputusan sosial diambil dalam pertemuan besar yang dihadiri oleh penduduk polis, kota Yunani. Adapun yang berhak menghadiri rapat dan menyampaikan pendapat adalah warga politik yang terdaftar secara sah sebagai warga negara bebas, bukan budak atau tahanan.⁷

Transisi politik dari kerajaan ke demokrasi pada saat ini justru mendorong kebebasan berekspresi. Oleh karena itu, kemampuan berbicara di depan umum menjadi penting dalam mempengaruhi keputusan yang diambil dalam pertemuan atau rapat umum politik. Praktik retorika juga terlihat di istana Yunani kuno. Kedua belah pihak yang berkonflik memulai argumen satu sama lain untuk mempengaruhi keputusan hakim dan juri untuk keuntungan mereka. Selain itu, para pemikir Yunani kuno sering kali mengungkapkan pemikiran mereka di depan umum sebagai bagian dari kompetisi untuk mendapatkan ketenaran atau pengaruh politik.

Public speaking sebenarnya bukanlah sebuah aktivitas baru yang diperuntukkan bagi masyarakat modern. Sejarah telah menunjukkan bahwa asal muasal tradisi aktivitas retorika sudah ada sejak zaman peradaban Yunani kuno. Sekitar 2.500 tahun yang lalu di Athena kuno, para pemuda diharuskan memberikan pidato yang efektif sebagai bagian dari tugas mereka sebagai warga negara. Pada periode ini, Sokrates (469-399 SM), Plato (427-347 SM), dan Aristoteles (384-322 SM) mengajarkan filsafat dan retorika kepada murid-muridnya. Retorika menurut Plato adalah “seni memenangkan jiwa melalui wacana. Demokrasi tumbuh subur ketika setiap warga negara harus mampu berbicara di DPR dan bersaksi di pengadilan. Orang-orang berkumpul dalam jumlah besar di alun-alun pasar untuk membahas masalah perang, ekonomi dan politik. Ditambah lagi dengan pendirian pengadilan populer pada tahun 594-593 SM, di mana warga negara dapat mengajukan banding ke pengadilan dan mengajukan pembelaan atas kasus mereka. Saat itu belum ada pengacara dan karena masyarakat sering saling menggugat, penting bagi setiap orang untuk memiliki keterampilan komunikasi bagi dirinya dan keluarganya. Tokoh terkenal dalam berbicara atau

⁵ Hasanah, et al. (2023). Hubungan Antara Penggunaan Instagram dengan Efektifitas Dakwah pada Akun@shiftmedia.id. *Journal of Islamic Studies*, 57-71.

⁶ Sulistyarini, Dhanik, and Anna Gustina Zainal. "Buku Ajar: Retorika." (2020): 1-184.

⁷ Swestin, G., & Primasanti, K. B. (2011). *Public Speaking: Teori dan Praktik (Studi Literatur mengenai Public Speaking dalam Konteks Pengajaran)*. Scriptura.

mempraktikkan retorika pada zaman dahulu antara lain Gorgias, Plato, dan Aristoteles dengan model komunikasi Aristoteliannya.⁸

Secara sederhana komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu media untuk menimbulkan efek agar tercapainya suatu tujuan. Komunikasi merupakan peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain. Kita harus menyadari bahwa begitu banyak definisi komunikasi, akibat dari kaya dan kompleksitasnya disiplin ilmu komunikasi. Para ahli cenderung melihat fenomena manusia melalui sudut pandang mereka sendiri, bahkan mereka memberikan batasan-batasan ketika berusaha menjelaskan suatu fenomena kepada orang lain. Seorang ahli dalam bidang komunikasi akan menggunakan pendekatan yang berbeda dalam menginterpretasikan komunikasi karena nilai-nilai yang mereka miliki juga berbeda.⁹

Dakwah dapat diartikan sebagai upaya terus-menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia menyangkut pikiran (fikrah), perasaan (syu'ur), dan tingkah laku (suluk) yang membawa mereka kepada jalan Allah (Islam), sehingga terbentuk sebuah masyarakat Islami (al-mujtama' al-Islami). Setidaknya, ada empat aktivitas utama dakwah, diantaranya mengingatkan orang akan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dengan lisan, mengkomunikasikan prinsip-prinsip Islam melalui karya tulisan, memberi contoh keteladanan akan perilaku (akhlak) yang baik, dan bertindak tegas dengan kemampuan fisik, harta, dan jiwa dalam menegakkan prinsip-prinsip Ilahi. Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Sementara itu, dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.¹⁰

Proses penyampaian pada komunikasi dakwah berlangsung sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, mulai dari komunikator (da'i) hingga feedback atau respon komunikan (mad'u, objek dakwah). Aktivitas dakwah dimulai dari adanya seorang komunikator (sender, pengirim pesan, da'i). Dalam perspektif Islam, setiap Muslim adalah komunikator dakwah karena dakwah merupakan kewajiban individual setiap Muslim. Komunikator dakwah memilih dan memilah ide berupa materi dakwah (encoding) lalu diolah menjadi pesan dakwah (message). Pesan itu disampaikan dengan sarana (media) yang tersedia untuk diterima komunikan (penerima pesan, objek dakwah). Komunikan menerjemahkan atau memahami simbol-simbol pesan dakwah itu (decoding) lalu memberi umpan balik (feedback) atau meresponnya, misalnya berupa pemahaman dan pengamalan pesan dakwah yang diterimanya.¹¹

Awal mula komunikasi dakwah dan *public speaking* (retorika) dalam konteks Islam dapat ditelusuri pada periode awal penyebaran agama Islam di abad ke-7. Berikut adalah beberapa hal yang menyoroti awal mula komunikasi dakwah dan retorika dalam Islam:¹²

1. Kehidupan Nabi Muhammad SAW

⁸ Adillia Eva. (2020). Perkembangan Retorika dan Sejarah Public Speaking. *Academia Diambil kembali dari* https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awrx.XF0X6tlPckcdHDLQwx.; ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEEdnRpZAMEc2VjA3NyRV=2/RE=1705758708/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.academia.edu%2f42031517%2fPERKEMBANGAN_RETORIKA_DAN_SEJARAH_PUBLIC_SPEAKING/RK=2/RS=IebLc6FDLPLGCdCWFOcHlbT_6E

⁹ Fitria, Rini, and Rafinita Aditia. (2020). Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0. *DAWUH: Islamic Communication Journal*, 1-8.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Fitria, Rini, and Rafinita Aditia. "Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0." *DAWUH: Islamic Communication Journal* 1.1 (2020): 1-8.

¹² Abdul Muiz, A. "Analisis Kritis Penafsiran di Media Sosial: Wacana, Genealogi, Otoritas dan Autentisitas Konsep Akhir Zaman." (2021).

Nabi Muhammad SAW merupakan rasul terakhir dalam ajaran Islam. Pada awal mula penyebaran Islam, Nabi Muhammad menjadi utusan Allah untuk menyampaikan wahyu dan ajaran Islam kepada umat manusia. Beliau menggunakan metode komunikasi yang beragam, termasuk pidato, ceramah, dialog, dan contoh perilaku sehari-hari.

2. Pentingnya Lisan dalam Dakwah

Pada masa awal, dakwah Islam lebih banyak dilakukan secara lisan. Nabi Muhammad dan para sahabatnya sering berbicara langsung dengan orang-orang di sekitarnya untuk menyampaikan pesan-pesan Islam. Keberhasilan dakwah pada periode ini sangat bergantung pada keahlian berbicara dan persuasi lisan.

3. Al-Quran sebagai Sumber Utama Retorika

Al-Quran, kitab suci umat Islam, bukan hanya petunjuk rohaniah, tetapi juga sumber utama retorika Islam. Gaya bahasa yang indah, penggunaan argumentasi persuasif, dan keterampilan retorika dalam Al-Quran menjadi landasan bagi para pengkhotbah dan da'i untuk menyampaikan pesan-pesan Islam dengan cara yang kuat dan meyakinkan.

4. Hikmah dalam Dakwah

Nabi Muhammad dikenal karena menggunakan metode yang bijaksana (hikmah) dalam menyampaikan pesan Islam. Beliau memahami konteks sosial dan budaya masyarakat Arab pada saat itu dan menggunakan strategi komunikasi yang sesuai dengan situasi. Penggunaan lafadh yang lembut dan pendekatan yang penuh hikmah menjadi ciri khas dakwah Nabi Muhammad.

5. Pengaruh Tatanan Sosial Masyarakat Arab

Masyarakat Arab pada saat itu memiliki tradisi lisan yang kuat. Puisi, kisah-kisah, dan retorika menjadi bagian penting dalam budaya Arab. Nabi Muhammad dan para sahabatnya memanfaatkan konteks budaya ini untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang relevan dan menarik bagi pendengar mereka.

6. Peran Penting para Sahabat

Para sahabat Nabi Muhammad, seperti Abu Bakar, Umar bin Khattab, dan Ali bin Abi Thalib, juga berperan penting dalam menyampaikan pesan Islam. Mereka tidak hanya mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka tetapi juga berbicara di hadapan orang banyak untuk menjelaskan ajaran agama.

Dengan demikian, awal mula komunikasi dakwah dan retorika dalam Islam berkembang dari kehidupan Nabi Muhammad, para sahabat, dan penggunaan Al-Quran sebagai sumber utama retorika. Metode komunikasi ini telah menjadi dasar bagi pengembangan tradisi dakwah dan retorika Islam selanjutnya.

4.2 Pengaruh *Public speaking* dalam Dakwah Islam

Tujuan utama dari *public speaking* adalah untuk menyampaikan pesan dengan jelas, mempengaruhi pendapat dan sikap audiens, serta menginspirasi atau menghibur mereka.¹³ Dalam konteks bisnis, *public speaking* juga dapat digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa, membangun merek, atau memperluas jaringan profesional.¹⁴

¹³ Muhammad Rizqy, Nur Salsa Auliya Zachani, Saniyatul Fajri, and Meity Suryandari. 2023. "Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0". ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora 1 (1):22-42. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>.

¹⁴ Wardani, A. (2023). Strategi Komunikasi Pelatihan Public Speaking Course Dalam Membangun Kepercayaan Diri (Studi Kasus Pada Mentee Kalangan Remaja Di Bicarapede Academy). Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Public speaking memiliki peran penting dalam dakwah Islam karena memberikan platform untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak umum. Berikut adalah beberapa pengaruh positif *public speaking* dalam konteks dakwah Islam:¹⁵

1. Komunikasi yang Efektif

Public speaking memungkinkan para dai untuk berkomunikasi secara langsung dengan audiensnya. Kemampuan berbicara dengan jelas, persuasif, dan menginspirasi dapat membantu menyampaikan pesan Islam dengan lebih efektif.

2. Peningkatan Pemahaman

Melalui *public speaking*, para pembicara dapat menjelaskan konsep-konsep agama secara lebih rinci dan mendalam. Ini dapat membantu audiens memahami ajaran Islam dengan lebih baik dan mendapatkan wawasan yang lebih dalam.

3. Membangun Kesadaran dan Pemahaman Publik

Dengan berbicara di hadapan umum, para da'i dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman publik terhadap Islam. Hal ini dapat membantu menghilangkan stereotip negatif dan mempromosikan pemahaman yang lebih baik tentang agama ini.

4. Motivasi dan Inspirasi

Public speaking dapat memberikan motivasi dan inspirasi kepada audiens. Para da'i dapat menggunakan ceramah-ceramahnya untuk memotivasi orang untuk meningkatkan keimanan, berbuat kebaikan, dan menjalani hidup sesuai dengan nilai-nilai Islam.

5. Penyebaran Pesan dengan Cepat

Melalui acara-acara *public speaking*, pesan-pesan dakwah dapat tersebar dengan lebih cepat dan lebih luas. Ini membantu dalam mencapai lebih banyak orang dan membangun pemahaman yang lebih baik tentang Islam di berbagai lapisan masyarakat.

6. Pembentukan Opini Publik

Public speaking dapat membentuk opini publik terhadap Islam. Da'i yang mahir dalam berbicara dapat membantu membentuk persepsi positif tentang agama ini dan mengatasi miskonsepsi yang mungkin ada.

7. Pemberdayaan Masyarakat

Da'i yang ahli dalam *public speaking* dapat memberdayakan masyarakat dengan memberikan pengetahuan dan wawasan keagamaan. Ini dapat membantu umat Islam untuk menjadi lebih kuat secara spiritual dan lebih aktif dalam mempraktikkan ajaran Islam.

8. Pertukaran Pemikiran dan Dialog Antar Agama

Public speaking juga menciptakan peluang untuk pertukaran pemikiran dan dialog antar agama. Hal ini penting untuk mempromosikan pemahaman antar kelompok agama dan membangun toleransi di antara berbagai komunitas.¹⁶

Penting untuk dicatat bahwa keberhasilan dakwah Islam melalui *public speaking* juga bergantung pada keaslian, kejujuran, dan integritas dari para da'i. Para pembicara harus mewakili nilai-nilai Islam dengan baik dalam kata-kata dan tindakan mereka.

¹⁵ Rokhman, Saeful, and Muslimah Muslimah. "RETORIKA DAKWAH DR. ZAKIR NAIK DALAM MENDA'WAHKAN ISLAM KEPADA KAUM NASHRANI." Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan 4.01 (2021): 1-18.

¹⁶ Aini, Rezki Putri Nur. "Realisasi Multi Track Diplomacy pada Peran "1000 Abrahamic Circles Project" dalam Menciptakan Perdamaian antar Umat Beragama." Journal of Islamic Studies and Humanities 4.1 (2019): 42-73.

4.3 Perkembangan Teknologi dan Media dalam Komunikasi Dakwah

Perkembangan teknologi dan media telah memberikan dampak signifikan dalam praktik komunikasi dakwah. Pada era modern ini, dai dan pembicara dakwah Islam dapat memanfaatkan berbagai teknologi dan media untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada audiens yang lebih luas.¹⁷ Berikut adalah beberapa aspek perkembangan ini:

1. Media Sosial

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan dakwah. Da'i dapat menggunakan media sosial untuk berbagi ceramah, kajian, dan tulisan-tulisan keagamaan. *Live streaming* juga memungkinkan mereka untuk berkomunikasi langsung dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan, dan berinteraksi secara *real-time*¹⁸.

2. Podcast dan Audio Streaming

Dai dapat menciptakan konten audio dalam bentuk podcast dan acara streaming audio untuk mencapai audiens yang lebih suka mendengarkan konten daripada membacanya. Ini memberikan fleksibilitas kepada pendengar untuk mengakses materi dakwah kapan saja dan di mana saja.

3. Video Dakwah Online

Platform seperti YouTube menyediakan ruang untuk dai menyebarkan ceramah-ceramah video, wawancara, dan konten visual lainnya. Video memiliki daya tarik visual yang kuat dan dapat membantu menyampaikan pesan-pesan agama dengan lebih efektif.

4. Webinar dan Konferensi Virtual

Dai dapat menggunakan webinar dan konferensi virtual untuk berbicara langsung dengan audiens secara online. Ini memberikan kesempatan untuk menyelenggarakan kajian-kajian mendalam, diskusi panel, dan pertemuan lainnya tanpa batasan geografis.

5. Aplikasi Mobile dan Situs Web Dakwah

Pembicara dakwah dapat mengembangkan aplikasi mobile dan situs web khusus untuk menyebarkan materi dakwah, menyediakan informasi keagamaan, dan memfasilitasi interaksi dengan audiens. Aplikasi semacam itu dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan dapat diakses dengan mudah.

6. Teknologi Virtual dan *Augmented Reality*

Penggunaan teknologi virtual dan *augmented reality* (VR dan AR) juga dapat memberikan pengalaman unik dalam menyampaikan pesan dakwah. Misalnya, aplikasi VR dapat memberikan simulasi pengalaman haji atau ziarah ke tempat-tempat suci.

7. Penggunaan Teknologi Presentasi

Da'i dapat memanfaatkan teknologi presentasi seperti *slide show*, grafis animasi, dan multimedia lainnya untuk meningkatkan kualitas presentasi mereka. Ini dapat membantu menjelaskan konsep-konsep agama dengan lebih visual dan menarik.

8. Dakwah Melalui Pesan Pendek (*Short Messaging Service/SMS*)

Penggunaan pesan pendek melalui SMS juga dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan-pesan singkat dan motivasi keagamaan kepada audiens.

¹⁷ AR, Nirwan Wahyudi, Nurhidayat M. Said, and Haidir Fitra Siagian. "Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal." *AL-MUTSLA* 5.2 (2023): 322-344.

¹⁸ Syarofi, A. (2023). Komunikasi dakwah virtual pesantren: Analisis isi pesan dakwah pada akun *instagram@ assalafie_babakan_ciwaringin*. Skripsi. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Dengan memanfaatkan teknologi dan media modern ini, *public speaking* dakwah tidak lagi terbatas pada pertemuan langsung di masjid atau acara tertentu. Para da'i dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, menjembatani jarak geografis, dan menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang lebih inovatif dan relevan dengan zaman.

5. KESIMPULAN

Public speaking merupakan seni berbicara di depan umum atau kegiatan komunikasi lisan yang efektif. Dalam konteks dakwah, *public speaking* menjadi kunci untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku komunikan. Tradisi *public speaking* dan retorika sudah ada sejak zaman peradaban Yunani kuno, terutama dalam konteks politik. Retorika berkembang dari seni membangun argumentasi menjadi lebih luas, mencakup proses menyesuaikan ide dengan orang dan sebaliknya.

Pada awal penyebaran Islam, Nabi Muhammad dan para sahabatnya menggunakan berbagai metode komunikasi, termasuk *public speaking*, untuk menyampaikan ajaran Islam. Retorika dan *public speaking* menjadi penting dalam membentuk persepsi positif tentang Islam di tengah masyarakat Arab pada masa itu.

Public speaking memberikan platform untuk menyampaikan pesan Islam secara efektif kepada audiens. Penggunaan teknik *public speaking* membantu dalam penyebaran pesan dakwah, motivasi, inspirasi, dan membentuk opini publik.

Mengikuti arus perkembangan zaman, komunikasi dakwah semakin berkembang dengan hadirnya teknologi dan media dalam dakwah. Teknologi dan media modern, seperti media sosial, podcast, video, dan aplikasi *mobile*, memainkan peran kunci dalam menyebarkan pesan dakwah. Da'i dapat memanfaatkan teknologi presentasi, VR, AR, dan SMS untuk memperkaya pengalaman audiens dan mencapai mereka dengan cara yang inovatif.

Dengan perkembangan teknologi dan media, *public speaking* dalam konteks dakwah mengalami transformasi, memungkinkan para da'i untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat penyebaran ajaran Islam.

REFERENCES

- Abdul Muiz, A. (2021, November 23). Analisis Kritis Penafsiran di Media Sosial: Wacana, Genealogi, Otoritas dan Autentisitas Konsep Akhir Zaman. *Disertasi*. Yogyakarta: Digilib UIN SUKA.
- Aini, R. P. (2019). Realisasi Multi Track Diplomacy pada Peran "1000 Abrahamic Circles Project" dalam Menciptakan Perdamaian antar Umat Beragama. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 4(1), 42-73.
- Anton Widodo, F. (Desember 2019). DAKWAH ISLAM DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Khabar (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)*.
- AR, Nirwan Wahyudi, Nurhidayat M. Said, & Haidir Fitra Siagian. (2023). Digitalisasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal. *AL-MUTSLA*, 5(2), AL-MUTSLA.
- Eva, A. (2020). Perkembangan Retorika dan Sejarah *Public speaking*. *Academia*. Diambil kembali dari https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrX6tPckcdHDLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMecG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1705758708/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.academia.edu%2f42031517%2fPERKEMBANGAN_RETORIKA_DAN_SEJARAH_PUBLIC_SPEAKING/RK=2/RS=IebLc6FDLPLGCdCWfQcHlBT_6E
- Fitria, Rini, and Rafinita Aditia. (2020). Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0. *DAWUH: Islamic Communication Journal*, 1-8.
- Hasanah, et al. (2023). Hubungan Antara Penggunaan Instagram dengan Efektifitas Dakwah pada Akun@shiftmedia.id. *Journal of Islamic Studies*, 57-71.
- Mangunjaya, F. (2022). *Generasi terakhir: aktivisme dunia muslim mencegah perubahan iklim dan kepunahan lingkungan hidup*. Depok: LP3ES.
- Rahayu, et al. (2023). *Public speaking*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Rakhmawati, I. (2014). Keteerkaitan *Public speaking* dalam Komunikasi Dakwah. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 99-116.
- Republik. (2024, Januari 16). *Sejarah Retorika di Kebudayaan Kuno*. Diambil kembali dari Republik: <https://www.republika.id/posts/49697/sejarah-retorika-di-kebudayaan-kuno>

- Rini Fitria, Rafinita Aditia. (Maret 2022 2020). Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi 4.0. *Jurnal Dawuh*, Maret.
- Rizqy, Muhammad., Zachani, Nur Salsa Auliya., Fajri, Saniyatul., & Suryandari, Meity. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0. *Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0*, 1(1), 22-42.
- Rokhman, Saeful, & Muslimah. (2021). Retorika Dakwah Dr. Zakir Naik dalam Menda'wahkan Islam kepada Kaum Nashrani. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan 4.01* , 1-18.
- Romeltea. (2013, November 2). *Pengertian Public speaking*. Diambil kembali dari Romeltea Media: <https://www.romelteamedia.com/2013/11/pengertian-public-speaking.html>
- Sulistyarini, Dhanik, & Zainal, Anna Gustina. (2020). *Buku Ajar: Retorika*. Lampung: University of Lampung.
- Swestin, G. &. (2011). *Public speaking: Teori dan Praktik (Studi Literatur mengenai Public speaking dalam Konteks Pengajaran)*. Scriptura.
- Syarofi, A. (2023). Komunikasi dakwah virtual pesantren: Analisis isi pesan dakwah pada akun instagram@ assalafie_babakan_ciwaringin. *Skripsi*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Wardani, A. (2023). Strategi Komunikasi Pelatihan *Public speaking* Course Dalam Membangun Kepercayaan Diri (Studi Kasus Pada Mentee Kalangan Remaja Di Bicarapede Academy). *Skripsi*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Zahro, N. L. (2019). esan Dakwah Dalam Film “Assalamualaikum Beijing Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure”. *Skripsi*. IAIN Kediri.