

Strategi Komunikasi Dakwah melalui *Public Speaking* KH. Abdul Ghofur Lamongan Jawa Timur

Mohammad Rofiq

Universitas Kiai Abdullah Faqih Gresik, Indonesia

E-mail: berhasilrofiq1@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi dakwah melalui *public speaking* yang diterapkan oleh KH. Abdul Ghofur, seorang kiai terkemuka dari Lamongan, Jawa Timur. KH. Abdul Ghofur dikenal karena gaya ceramahnya yang humoris, lugas, dan menyentuh hati, yang mampu menarik perhatian berbagai kalangan. Strategi komunikasi yang digunakannya mencakup pendekatan personal dan dialogis, penggunaan bahasa sederhana, teknik *storytelling*, humor, penguasaan materi dan retorika yang kuat, serta adaptasi terhadap kondisi sosial dan budaya audiens. Pendekatan komunikasi personal dan dialogis menciptakan suasana yang interaktif dan akrab, sedangkan penggunaan bahasa yang sederhana memudahkan pemahaman pesan oleh jamaah. Teknik *storytelling* dan humor membuat dakwah menjadi lebih menarik dan mudah diingat, sekaligus mencairkan suasana dan menjaga perhatian audiens. Penguasaan materi dan retorika yang kuat memungkinkan beliau menyampaikan pesan agama dengan cara yang relevan dan persuasif. Selain itu, adaptasi terhadap kondisi sosial dan budaya audiens memastikan bahwa pesan dakwah sesuai dengan kebutuhan dan latar belakang jamaah. Keseluruhan strategi ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang inklusif, adaptif, dan komunikatif dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era modern. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi para pendakwah dalam mengembangkan metode komunikasi dakwah yang efektif dan kontekstual.

Keyword: *Public Speaking*, Strategi Komunikasi Dakwah, dan Kh. Abdul Ghofur.

Pendahuluan

Perkembangan Islam di Jawa dimulai dari daerah pesisir dan secara bertahap meluas ke pedalaman.¹ Proses Islamisasi secara struktural terbentuk melalui beberapa elemen yang saling mendukung, yaitu: para pedagang yang membangun komunitas Islam di pusat perdagangan pesisir; kesultanan-kesultanan Islam dengan tradisi maritim yang kuat di sepanjang pantai Jawa yang secara perlahan berhasil memisahkan diri dari kekuasaan kerajaan Hindu di pedalaman; komunitas Muslim, baik pendatang maupun pribumi, yang mengisi

¹Nur Syam, *Islam Pesisir*. (Yogyakarta: LKiS, 2005), 5.

pos-pos birokrasi dan memimpin upacara keagamaan di kesultanan; serta para sufi atau dai yang mengembara ke pedalaman untuk berdakwah dan mendirikan pesantren baru.² Mereka berdakwah dengan pendekatan yang bijaksana dan metode persuasif, yang berhasil mengubah masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki tatanan kehidupan yang layak menjadi komunitas yang beradab dalam berbagai aspek, termasuk agama, politik, sosial, ekonomi, dan budaya.

Dakwah merupakan kegiatan penting dalam penyebaran nilai-nilai Islam yang bertujuan untuk mengajak umat agar memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu metode dakwah yang banyak digunakan oleh para dai saat ini adalah melalui *public speaking*. *Public speaking* sebagai seni berbicara di depan umum menjadi kunci dalam menyampaikan pesan dakwah secara menarik dan persuasif. *Public speaking* yang efektif dalam dakwah harus mampu mempengaruhi audiens melalui penggunaan bahasa yang tepat, komunikasi non-verbal yang baik, dan penyampaian pesan yang sesuai dengan konteks audiens.³

KH. Abdul Ghofur, seorang ulama kondang dari Lamongan, Jawa Timur, dikenal sebagai salah satu dai yang memiliki kemampuan *public speaking* yang unggul dalam menyampaikan dakwahnya. Gaya ceramah beliau yang humoris, lugas, dan menyentuh hati telah berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, dari remaja hingga orang dewasa. KH. Abdul Ghofur menggunakan pendekatan yang inklusif dan persuasif dalam dakwahnya, yang sejalan dengan teori komunikasi persuasif. Teori ini menyatakan bahwa pemahaman terhadap audiens adalah kunci dalam menentukan strategi komunikasi yang efektif.⁴

Dalam setiap dakwahnya, KH. Abdul Ghofur selalu berupaya untuk memahami karakteristik audiensnya. Misalnya, ia sering menggunakan pendekatan budaya lokal dan bahasa sehari-hari yang familiar bagi masyarakat Lamongan dan sekitarnya, sehingga pesan dakwahnya lebih mudah diterima dan dipahami.⁵ Kemampuan beliau dalam menghubungkan tema dakwah dengan isu-isu aktual dan

² Pradjarta Dirdjosanjoto, *Memelihara Umat: Kiai Pesantren-Kiai Langgar di Jawa* (Yogyakarta: LKiS, 1999), 31.

³ Cangara, H. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Press, 2017), 45.

⁴ D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 102.

⁵ Mohammad Rofiq. "Konstruksi Sosial dakwah Multidimensional KH. Abdul Ghofur Paciran Lamongan Jawa Timur". Disertasi--UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2011.

permasalahan sehari-hari yang dihadapi masyarakat menjadikan dakwahnya relevan dan kontekstual. Hal ini sesuai dengan konsep dakwah bil hikmah, yaitu menyampaikan pesan agama dengan cara yang bijaksana dan adaptif sesuai dengan kondisi audiens.⁶

Selain itu, KH. Abdul Ghofur juga dikenal dengan pendekatan dakwahnya yang ramah dan tidak menghakimi. Pendekatan ini dianggap efektif dalam mendekati masyarakat yang beragam latar belakangnya. Strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh KH. Abdul Ghofur melibatkan kombinasi antara penggunaan humor, cerita yang relevan, dan interaksi langsung dengan jamaah, yang tidak hanya membuat ceramahnya lebih hidup tetapi juga memberikan dampak emosional yang kuat.⁷ Pendekatan ini terbukti efektif dalam menarik dan mempertahankan minat audiens, serta mengubah persepsi mereka terhadap ajaran Islam.

Keberhasilan KH. Abdul Ghofur dalam mengembangkan strategi komunikasi dakwah melalui public speaking ini menjadi salah satu contoh nyata bagaimana metode komunikasi yang baik dapat meningkatkan efektivitas dakwah di era modern. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berusaha untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi dakwah KH. Abdul Ghofur melalui teknik *public speaking*?

Kajian Teoretik: Strategi Komunikasi Dakwah, Teori Komunikasi dalam Dakwah, dan Elemen-elemen *Public Speaking* dalam Dakwah

Strategi komunikasi dalam konteks dakwah adalah pendekatan yang dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan agama secara efektif dan efisien kepada audiens yang dituju. Strategi komunikasi dakwah tidak hanya memfokuskan pada penyampaian pesan secara langsung, tetapi juga mencakup bagaimana pesan tersebut dapat mempengaruhi, memotivasi, dan mengajak audiens untuk memahami serta mengamalkan ajaran agama. Menurut Effendy, strategi komunikasi dakwah melibatkan beberapa elemen penting seperti pemilihan media, pengaturan pesan, dan identifikasi audiens agar pesan dakwah dapat

⁶Jalauddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 55.

⁷Hidayat, A. "KH. Abdul Ghofur: Ulama yang Berdakwah dengan Humor." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(2), 123-135, (2020), 74.

diterima dengan baik.⁸ *Public speaking*, atau seni berbicara di depan umum, merupakan salah satu metode yang sangat penting dalam strategi komunikasi dakwah. Seni berbicara ini memungkinkan seorang dai atau pendakwah untuk secara langsung menyampaikan pesan-pesan agama kepada audiens dengan cara yang persuasif dan menarik. Sebagaimana diungkapkan oleh Lucas dalam bukunya *The Art of Public Speaking*, "effective public speaking is not only about the content of the message but also how the message is delivered to engage the audience and persuade them to act."⁹ Dalam strategi komunikasi dakwah, teori komunikasi persuasif sering kali menjadi rujukan. Teori ini menjelaskan bagaimana seorang komunikator, dalam hal ini seorang dai, dapat membujuk audiens untuk menerima pesan yang disampaikan. Menurut Richard E. Petty dan John T. Cacioppo dalam teori Elaboration Likelihood Model (ELM), terdapat dua jalur dalam persuasi yaitu jalur sentral dan jalur perifer.¹⁰ Jalur sentral melibatkan proses pemikiran yang mendalam terhadap pesan yang disampaikan, sedangkan jalur perifer lebih mengandalkan faktor-faktor emosional atau non-verbal seperti penampilan, suara, dan gestur dari komunikator.

Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks dakwah melalui public speaking, di mana seorang dai harus mampu menggunakan kedua jalur tersebut untuk memaksimalkan pengaruhnya terhadap audiens. Misalnya, seorang dai seperti KH. Abdul Ghofur dari Lamongan sering menggunakan pendekatan humor dan bahasa sehari-hari untuk menjangkau audiens secara perifer sambil tetap menyampaikan pesan-pesan agama yang mendalam melalui penjelasan yang logis dan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis.

Selanjutnya, *public speaking* dalam dakwah memiliki beberapa elemen yang harus diperhatikan agar pesan yang disampaikan dapat efektif. Berdasarkan pandangan DeVito dalam *Human Communication: The Basic Course*, elemen-elemen tersebut meliputi:¹¹

1. Konten Pesan: Isi dari ceramah atau dakwah harus relevan dengan kebutuhan dan konteks audiens. Pesan yang

⁸Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 34.

⁹S. E. Lucas. *The Art of Public Speaking*. (New York: McGraw-Hill, 2019), 47.

¹⁰R. E., & Cacioppo, J. T. Petty. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag, 1986), 124.

¹¹J. A. DeVito. *Human Communication: The Basic Course*. (Boston: Pearson, 2011), 112.

disampaikan harus berdasarkan referensi yang valid dan dapat dipahami oleh audiens.

2. Gaya Penyampaian: Gaya penyampaian seorang dai sangat mempengaruhi bagaimana audiens menerima pesan. Sebuah studi menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang menarik, seperti penggunaan humor atau cerita pribadi, dapat meningkatkan perhatian dan keterlibatan audiens.¹²
3. Interaksi dengan Audiens: Komunikasi yang efektif dalam dakwah tidak bersifat satu arah. Dai perlu berinteraksi dengan audiens untuk memastikan pesan dipahami dan diterima. KH. Abdul Ghofur, misalnya, sering mengajak audiens untuk bertanya atau berdiskusi selama sesi dakwahnya, yang membantu memperkuat pesan yang disampaikan.
4. Penggunaan Bahasa dan Retorika: Penggunaan bahasa yang mudah dipahami serta retorika yang kuat menjadi elemen penting dalam public speaking. Seperti yang disampaikan oleh Aristoteles dalam teori retorikanya, retorika yang baik harus memadukan antara logos (logika), ethos (etika), dan pathos (emosi) untuk mencapai persuasi yang efektif.

Strategi komunikasi dakwah melalui *public speaking* menjadi semakin relevan di era modern ini, di mana teknologi informasi berkembang pesat dan akses terhadap informasi menjadi lebih luas. Dai yang mampu memanfaatkan teknologi seperti media sosial, video streaming, dan podcast dalam menyampaikan dakwah akan memiliki jangkauan audiens yang lebih luas. Namun, hal ini tetap memerlukan strategi komunikasi yang matang agar pesan yang disampaikan tidak hanya sekadar sampai tetapi juga mampu memengaruhi audiens untuk lebih mendalami dan mengamalkan ajaran Islam.¹³

Dengan demikian, strategi komunikasi dakwah melalui *public speaking* memerlukan pemahaman yang mendalam tentang teori komunikasi persuasif, elemen-elemen *public speaking* yang efektif, dan pemanfaatan teknologi yang tepat. Studi ini akan mengkaji lebih lanjut bagaimana KH. Abdul Ghofur dari Lamongan menerapkan strategi ini dalam ceramah-ceramahnya, yang telah terbukti efektif dalam menarik perhatian dan membentuk persepsi audiens terhadap dakwah Islam.

¹²S. R. Brydon & Scott, M. D. *Between One and Many: The Art and Science of Public Speaking*. (New York: McGraw-Hill, 2018), 203.

¹³Cangara, H. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Rajawali Press, 2017), 138.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan dan memahami strategi komunikasi dakwah KH. Abdul Ghofur secara mendalam melalui teknik *public speaking* yang digunakan dalam ceramah-ceramahnya. Pendekatan kualitatif deskriptif cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena sosial yang kompleks dan tidak dapat diukur secara numerik, seperti perilaku komunikasi dakwah.¹⁴

Selanjutnya, studi literatur adalah salah satu metode utama dalam penelitian ini, di mana peneliti mengkaji berbagai sumber seperti buku, artikel, dan jurnal ilmiah yang relevan dengan teori dakwah dan strategi komunikasi. Menurut Creswell (2014), studi literatur bertujuan untuk membangun kerangka teoretis yang dapat mendasari analisis data empiris dan memberikan konteks bagi fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, studi literatur memungkinkan peneliti untuk memahami teori-teori yang relevan dengan dakwah, public speaking, dan komunikasi interpersonal dalam konteks dakwah Islam.¹⁵

Selanjutnya, metode observasi digunakan untuk mendapatkan data empiris yang mendalam mengenai strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh KH. Abdul Ghofur. Observasi ini dilakukan dengan cara menganalisis rekaman ceramah beliau. Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi langsung dari subjek yang diteliti.¹⁶ Observasi non-partisipan dipilih untuk menghindari bias dan memastikan bahwa data yang diperoleh murni berasal dari perilaku komunikasi KH. Abdul Ghofur selama ceramah.

Observasi terhadap ceramah juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi gaya komunikasi verbal dan non-verbal, penggunaan bahasa, intonasi, serta teknik persuasi yang digunakan oleh KH. Abdul Ghofur dalam dakwahnya. Dengan demikian, peneliti dapat mengeksplorasi elemen-elemen public speaking yang berperan dalam efektivitas dakwah.

¹⁴Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017).

¹⁵J. W. Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, (2014).

¹⁶Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

Penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data tambahan. Wawancara dilakukan terhadap beberapa informan yang pernah menyaksikan ceramah atau pengajian KH. Abdul Ghofur untuk memperoleh pandangan mereka tentang strategi komunikasi yang digunakan. Patton (2002) menyarankan penggunaan wawancara semi-terstruktur untuk menggali pandangan mendalam dari informan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menanyakan pertanyaan terbuka yang mengarahkan informan untuk berbagi pandangan dan pengalaman pribadi mereka.¹⁷

Wawancara dengan informan yang memiliki pengalaman langsung dalam menghadiri ceramah KH. Abdul Ghofur memberikan data tambahan yang dapat diverifikasi melalui triangulasi dengan data observasi dan studi literatur. Triangulasi ini penting untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data penelitian.¹⁸

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik, yang dikenal sebagai metode analisis yang efektif dalam penelitian kualitatif untuk mengidentifikasi pola atau tema yang muncul dari data yang terkumpul.¹⁹ Melalui analisis tematik, peneliti dapat mengidentifikasi strategi komunikasi yang sering digunakan dan memahami bagaimana pesan dakwah disampaikan secara efektif dalam konteks ceramah KH. Abdul Ghofur. Analisis tematik melibatkan beberapa tahap, termasuk transkripsi data, penetapan kode, identifikasi tema, peninjauan tema, dan pelaporan temuan. Metode ini memastikan bahwa data yang dianalisis dapat diinterpretasikan secara bermakna sesuai dengan konteks penelitian, memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi komunikasi dakwah KH. Abdul Ghofur.

Hasil dan Pembahasan

Pendekatan Komunikasi Personal dan Dialogis

KH. Abdul Ghofur menggunakan pendekatan komunikasi yang personal dan dialogis dalam setiap ceramahnya. Hal ini terlihat dari cara beliau sering berinteraksi dengan jamaah melalui tanya jawab dan diskusi ringan. Pendekatan ini membantu membangun kedekatan antara pendakwah dan audiens, menciptakan suasana yang lebih akrab

¹⁷Patton, M. Q. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. (SAGE Publications, 2002).

¹⁸Denzin, N. K. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. (McGraw-Hill, 1978).

¹⁹Braun, V., & Clarke, V. *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), (2006), 77-101.

dan interaktif.²⁰ KH. Abdul Ghofur sering menggunakan pendekatan komunikasi personal dalam ceramahnya. Pendekatan ini ditandai dengan interaksi yang lebih personalis, di mana pendakwah dan audiens terlibat dalam tanya jawab dan diskusi ringan. Menurut Devito, komunikasi interpersonal yang bersifat dialogis melibatkan pertukaran pesan yang dinamis, di mana kedua belah pihak (pengirim dan penerima pesan) berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Dalam dakwah, pendekatan ini penting karena memungkinkan audiens untuk merasa dihargai dan didengarkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah.²¹

KH. Abdul Ghofur menerapkan komunikasi dialogis dengan sering mengajak jamaah untuk berpartisipasi aktif melalui pertanyaan dan diskusi. Hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi yang dikemukakan oleh informan Hasan, yang menyatakan bahwa komunikasi dialogis mendorong pertukaran ide secara bebas dan mendorong adanya respons balik dari audiens. Dengan cara ini, beliau tidak hanya menyampaikan materi dakwah secara satu arah, tetapi juga membangun interaksi yang dapat memperdalam pemahaman jamaah tentang pesan yang disampaikan.

Pendekatan personal dalam dakwah memungkinkan KH. Abdul Ghofur untuk membangun kedekatan emosional dengan audiensnya. Menurut teori komunikasi persuasif, keakraban atau kedekatan (*proximity*) antara komunikator dan komunikan adalah faktor penting yang memengaruhi penerimaan pesan.²² Dengan menciptakan suasana yang akrab, pendakwah dapat membuat audiens merasa nyaman dan lebih terbuka untuk menerima pesan dakwah. Strategi ini juga sejalan dengan teori komunikasi naratif, di mana komunikasi yang berbasis cerita dan pengalaman pribadi dapat meningkatkan keterikatan emosional audiens dengan pembicara.²³ Dengan menggunakan kisah-kisah nyata dan ilustrasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari jamaah, KH. Abdul Ghofur mampu menyampaikan pesan dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga menyentuh perasaan dan meresonansi dengan audiens.

²⁰Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi...*, 67.

²¹Devito, J. A. *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). Pearson. (2015), 67.

²²McCroskey, J. C. *An Introduction to Rhetorical Communication* (9th ed.). Allyn & Bacon. (2006), 87.

²³Fisher, W. R. *Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument. Communication Monographs*, 51(1), 1-22. (1984), 59.

Pendekatan dialogis yang digunakan KH. Abdul Ghofur juga menciptakan suasana yang lebih interaktif dan dinamis. Interaksi semacam ini penting untuk menghindari kebosanan dan menjaga fokus perhatian audiens selama ceramah berlangsung. Rogers (1980) dalam teori komunikasi interpersonal menyatakan bahwa partisipasi aktif dari audiens merupakan elemen kunci dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan bermakna.²⁴ Oleh karena itu, dengan melibatkan jamaah secara langsung, beliau dapat menjaga tingkat perhatian audiens dan memastikan bahwa pesan dakwah tersampaikan dengan baik.

Penggunaan tanya jawab sebagai bagian dari ceramah juga memungkinkan terjadinya penyaringan informasi yang lebih efektif. Audiens dapat mengajukan pertanyaan yang relevan atau memberikan tanggapan yang dapat membantu memperjelas pesan dakwah. Dalam hal ini, pendekatan ini tidak hanya efektif dalam mendidik tetapi juga dalam memberdayakan jamaah, karena mereka diajak untuk berpikir kritis dan terlibat aktif dalam pengajiannya. Selain itu, dalam konteks dakwah Islam, penggunaan strategi komunikasi yang personal dan dialogis juga harus dipahami dalam kerangka nilai-nilai budaya lokal. Lamongan, sebagai konteks geografis dan sosiokultural, memiliki karakteristik masyarakat yang menghargai pendekatan komunikatif yang bersifat dialogis dan saling menghormati. KH. Abdul Ghofur dengan cermat menyesuaikan strategi komunikasinya dengan kondisi lokal ini, memastikan bahwa pesan dakwah disampaikan dengan cara yang menghargai norma dan nilai setempat.²⁵

Dengan demikian strategi komunikasi dakwah melalui *public speaking* yang digunakan oleh KH. Abdul Ghofur mengedepankan pendekatan yang personal dan dialogis, yang efektif dalam membangun kedekatan dengan audiens, menciptakan suasana interaktif, dan menyesuaikan konteks budaya lokal. Melalui tanya jawab, diskusi ringan, dan penggunaan cerita naratif, beliau tidak hanya menyampaikan pesan dakwah, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan jamaah, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diinternalisasi.

²⁴Rogers, C. R. *A Way of Being*. (Houghton Mifflin Harcourt, 1980), 130.

²⁵Clifford Geertz. *Religion of Java*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1976), 78.

Penggunaan Bahasa yang Sederhana

Bahasa adalah elemen penting dalam komunikasi dakwah. KH. Abdul Ghofur memilih menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat awam. Penggunaan bahasa yang komunikatif dan kontekstual sangat penting agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan.²⁶ Hal ini terlihat dalam ceramah-ceramah beliau yang sering menggunakan bahasa sehari-hari, sehingga audiens lebih mudah mencerna pesan yang disampaikan. Selanjutnya, strategi komunikasi dakwah KH. Abdul Ghofur yang mengedepankan penggunaan bahasa yang sederhana dalam setiap ceramahnya. Dalam konteks dakwah, bahasa merupakan elemen penting karena berfungsi sebagai sarana utama penyampaian pesan keagamaan kepada audiens yang beragam. Dalam ceramah-ceramahnya, beliau menggunakan bahasa yang komunikatif dan kontekstual untuk memastikan pesan dakwahnya mudah dipahami oleh masyarakat awam.

Komunikasi dakwah yang efektif sangat bergantung pada kemampuan pendakwah untuk menggunakan bahasa yang sesuai dengan tingkat pemahaman audiens. Penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami merupakan strategi yang tepat dalam konteks dakwah, karena memungkinkan pesan disampaikan dengan jelas dan langsung pada inti pesan, tanpa menimbulkan kebingungan di antara audiens yang memiliki latar belakang pendidikan dan pemahaman agama yang berbeda-beda.²⁷ Oleh karena itu, beliau memilih menggunakan bahasa sehari-hari dalam ceramahnya.

Bahasa yang sederhana, menurut Effendy, tidak hanya berarti menghindari istilah-istilah yang kompleks atau teknis, tetapi juga melibatkan penggunaan kalimat yang singkat, padat, dan jelas. Hal ini penting agar pesan dakwah dapat diserap secara optimal oleh audiens, yang sebagian besar mungkin tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang mendalam.²⁸ KH. Abdul Ghofur mengadaptasi bahasanya agar tetap komunikatif dan kontekstual, yang merupakan elemen penting dalam menjaga relevansi pesan dakwah dengan kehidupan sehari-hari audiens. Bahasa dakwah yang efektif harus mampu menyentuh hati audiens dan disampaikan dalam konteks yang mereka pahami. Penggunaan bahasa sehari-hari yang diterapkan beliau

²⁶ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi...*, 123.

²⁷ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi...*, 34.

²⁸ Ibid.

memungkinkan audiens untuk lebih terlibat secara emosional dengan pesan yang disampaikan. Strategi ini tidak hanya membantu dalam menyederhanakan konsep-konsep agama yang kompleks tetapi juga membuat pesan lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka.²⁹

Salah satu prinsip utama dalam komunikasi adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh penerima pesan. Dalam konteks dakwah, hal ini berarti bahwa pendakwah harus menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh audiens yang mungkin memiliki latar belakang yang sangat beragam. KH. Abdul Ghofur menyadari pentingnya kesesuaian bahasa dengan tingkat pemahaman audiens, sehingga ia memilih untuk menyampaikan pesan dakwah dengan bahasa yang sederhana namun bermakna mendalam.³⁰ Dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, KH. Abdul Ghofur dapat meminimalkan risiko distorsi pesan atau kesalahpahaman. Schramm menekankan bahwa komunikasi yang baik tidak hanya bergantung pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut diterima dan diinterpretasikan oleh audiens.

Dengan demikian penggunaan bahasa sederhana oleh KH. Abdul Ghofur dalam ceramahnya merupakan strategi komunikasi dakwah yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Bahasa yang sederhana, komunikatif, dan kontekstual tidak hanya memudahkan pemahaman pesan tetapi juga mendorong keterlibatan audiens secara lebih aktif. Pendekatan ini memastikan bahwa dakwah tidak hanya bersifat informatif tetapi juga transformasional, di mana audiens mampu merenungkan dan menginternalisasi pesan yang disampaikan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Teknik *Storytelling* yang Mengena

Salah satu kekuatan KH. Abdul Ghofur dalam berdakwah adalah kemampuan beliau menggunakan teknik *storytelling*. Cerita-cerita yang disampaikan biasanya mengandung pesan moral yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan nilai-nilai agama. Teknik ini membuat dakwah menjadi lebih menarik dan mudah diingat oleh jamaah. *Storytelling* dalam dakwah dapat membangun kedekatan

²⁹Anwar Arifin. *Komunikasi Dakwah*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1991), 89.

³⁰Wilbur Schramm. *The Process and Effects of Mass Communication*. (Urbana: University of Illinois Press, 1997), 45.

emosional antara pendakwah dan audiens serta mempermudah penyampaian pesan-pesan kompleks.³¹

Menurut Pavlov (2018), storytelling adalah salah satu teknik komunikasi yang paling kuat karena memiliki kemampuan untuk menarik perhatian, membangkitkan emosi, dan memfasilitasi pemahaman yang lebih dalam tentang suatu konsep atau ide. Dalam dakwah, storytelling dapat digunakan untuk menyampaikan ajaran agama dan nilai-nilai moral dengan cara yang lebih hidup dan dinamis. KH. Abdul Ghofur menggunakan cerita-cerita yang tidak hanya menarik, tetapi juga penuh makna, untuk mengkomunikasikan pesan-pesan agama yang kompleks kepada audiensnya.³²

Menurut Sarbin (1986), cerita adalah alat penting untuk pembelajaran karena mereka membentuk kerangka kognitif yang membantu orang memproses informasi baru dan mengaitkannya dengan pengalaman hidup.³³ Menurut informan Aufillah bahwa cerita yang dibawakan oleh KH. Abdul Ghofur sering kali mengandung pesan moral yang relevan dengan situasi sosial dan budaya masyarakat setempat. Teknik ini tidak hanya membuat dakwah lebih menarik, tetapi juga membantu jamaah untuk lebih mudah mengingat dan menginternalisasi nilai-nilai yang disampaikan.

Selain itu, teknik *storytelling* yang digunakan oleh KH. Abdul Ghofur juga efektif dalam membangun kedekatan emosional antara pendakwah dan audiens. Menurut teori komunikasi persuasif, kedekatan emosional adalah faktor kunci dalam mempengaruhi audiens dan meningkatkan penerimaan pesan. Dengan menceritakan kisah-kisah yang relevan dan menyentuh hati, beliau dapat menciptakan hubungan emosional dengan jamaah, yang pada gilirannya memperkuat dampak dakwahnya.

Petty dan Cacioppo (1986) menjelaskan bahwa emosi yang dibangkitkan melalui cerita dapat memperkuat proses persuasi, karena audiens lebih cenderung mengingat pesan yang terkait dengan pengalaman emosional yang kuat.³⁴ Dengan menggunakan cerita yang

³¹Lubis, H. R. *Komunikasi Dakwah Efektif: Strategi dan Implementasi di Era Digital*. (Jakarta: Kencana, 2021), 89.

³²Alexandr Pavlov. *The Power of Storytelling in Communication*. (London: Routledge, 2018), 56.

³³Sarbin, T. R. *Narrative Psychology: The Storied Nature of Human Conduct*. (New York: Praeger, 1986), 88.

³⁴Richard E. Petty & Cacioppo, John T. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag, 1986), 91.

sarat emosi, KH. Abdul Ghofur dapat meningkatkan retensi pesan di benak jamaah, yang membuat mereka lebih mungkin untuk merenungkan dan menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari mereka. Storytelling juga mempermudah penyampaian pesan-pesan kompleks dalam dakwah. Dalam ceramah, beliau sering kali menggunakan cerita untuk menjelaskan konsep-konsep agama yang sulit atau abstrak. Dengan mengaitkan konsep-konsep ini dengan cerita yang sederhana dan akrab bagi audiens, beliau dapat menguraikan pesan-pesan kompleks menjadi lebih mudah dimengerti dan diterima.

Green juga menekankan bahwa cerita dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengurangi resistensi terhadap pesan yang kontroversial atau tidak populer. Dalam konteks dakwah, hal ini penting karena memungkinkan pendakwah untuk membahas topik-topik yang sensitif dengan cara yang lebih diterima oleh audiens. Dengan membungkus pesan dalam bentuk cerita, KH. Abdul Ghofur dapat menyampaikan ajaran agama yang mungkin dianggap sulit atau menantang oleh audiens dengan cara yang lebih halus dan menarik. Beliau sering menggunakan kisah-kisah yang relevan dengan kehidupan sehari-hari jamaah.

Menurut Heath dan Heath (2007), cerita yang relevan dengan pengalaman sehari-hari audiens lebih mungkin untuk menginspirasi perubahan perilaku karena audiens dapat dengan mudah melihat relevansi pesan tersebut dalam kehidupan mereka sendiri.³⁵ Dengan menggunakan cerita-cerita yang berkaitan dengan tantangan hidup sehari-hari, KH. Abdul Ghofur dapat menyampaikan pesan-pesan moral yang memiliki dampak langsung pada audiens.

Teknik storytelling yang digunakan oleh beliau dalam dakwahnya merupakan strategi yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan agama yang kompleks dengan cara yang menarik dan mudah diingat. Dengan membangun kedekatan emosional, mempermudah pemahaman pesan, dan menggunakan cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, beliau berhasil membuat dakwahnya lebih menyentuh dan berkesan bagi jamaah.

³⁵Chip & Heath, Dan. *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. (New York: Random House, 2007), 23.

Humor sebagai Alat Dakwah

Humor digunakan KH. Abdul Ghofur untuk mencairkan suasana dan menjaga perhatian jamaah selama ceramah berlangsung. Humor yang tepat dapat mengurangi ketegangan dan membuat audiens lebih reseptif terhadap pesan dakwah.³⁶ Humor yang disisipkan dalam ceramah beliau tidak hanya menghibur tetapi juga mengandung pesan-pesan penting yang dapat menggugah kesadaran jamaah.

Humor dalam komunikasi dakwah bukan hanya bertujuan menghibur, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk membangun kedekatan dengan audiens dan menciptakan suasana yang lebih santai dan terbuka. Menurut Meyer (2000) humor dapat menjadi alat retorik yang efektif dalam komunikasi persuasif karena dapat menciptakan kedekatan emosional antara pembicara dan audiens. Dalam konteks dakwah, humor yang disampaikan dengan baik dapat membantu jamaah merasa lebih nyaman dan terlibat dalam pembicaraan, sehingga mereka lebih terbuka untuk menerima pesan dakwah yang disampaikan.³⁷ Beliau memanfaatkan humor sebagai sarana untuk mengurangi ketegangan dalam ceramah-ceramahnya, terutama ketika membahas topik-topik yang mungkin sensitif atau kontroversial.

Dengan menyisipkan humor yang tepat, beliau berhasil mengubah dinamika komunikasi, sehingga jamaah lebih fokus dan tidak merasa terbebani oleh pesan yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Lynch (2002), yang menekankan bahwa humor dapat menjadi alat yang efektif untuk mengatasi resistensi terhadap pesan-pesan tertentu, terutama yang bersifat normatif atau mengajak perubahan perilaku.³⁸ Menurut teori psikologi komunikasi, humor yang digunakan dalam ceramah atau pidato publik dapat meningkatkan reseptivitas audiens terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini karena humor yang relevan dan menyentuh dapat merangsang emosi positif dan menciptakan suasana yang lebih akrab. Ziv (2010) menjelaskan bahwa humor memiliki efek kognitif dan emosional yang dapat membantu audiens memproses informasi dengan lebih baik dan mengingat pesan lebih lama. Dalam konteks dakwah, hal ini penting

³⁶Hamzah, A. *Metode Dakwah: Teori dan Praktik*. (Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2020), 54.

³⁷John C. Meyer. *Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication*. Malden: Blackwell Publishing, 2000), 312.

³⁸Owen Lynch. *Humor and the Sacred: Notes on Humor as a Communicative Strategy*. Dallas: University of Texas Press, 2002), 113.

karena tujuan utama dari dakwah adalah untuk menyampaikan pesan agama yang dapat diterima dan diinternalisasi oleh jamaah.³⁹

Dengan menggunakan humor sebagai medium penyampaian, pesan-pesan dakwah yang disampaikan menjadi lebih berkesan dan mudah diingat. Di samping itu, humor dapat berfungsi sebagai "jembatan" antara konten serius dan audiens, menjadikannya alat yang sangat efektif dalam komunikasi yang memerlukan perubahan sikap atau perilaku.⁴⁰ Beliau sering kali menyisipkan humor yang mengandung pesan moral dan nilai-nilai agama, yang membuat ceramahnya tidak hanya menarik tetapi juga edukatif. Selanjutnya, humor yang kontekstual dan bermakna dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan membuat pesan lebih mudah diterima.⁴¹ KH. Abdul Ghofur menggunakan humor yang tidak hanya lucu, tetapi juga relevan dengan konteks kehidupan audiens dan mengandung makna mendalam. Teknik ini memungkinkannya untuk mengkomunikasikan pesan-pesan penting dengan cara yang lebih mudah diterima dan dipahami. Dengan memadukan humor yang bermakna dengan cerita atau anekdot yang relevan, beliau dapat menyampaikan pesan agama yang mungkin sulit atau abstrak dengan cara yang lebih sederhana dan menghibur.

Humor yang mengandung pesan edukatif atau moral dapat membantu audiens merenungkan perilaku dan nilai-nilai mereka, yang merupakan tujuan utama dari komunikasi dakwah.⁴² Selain menghibur, humor yang digunakan oleh beliau sering kali mengandung pesan yang mendalam yang dapat menggugah kesadaran jamaah tentang nilai-nilai agama dan moral. Ini menunjukkan bahwa humor tidak hanya digunakan untuk mencairkan suasana, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kesadaran kritis di kalangan audiens. Menurut informan Yoeli Rachmawati bahwa dalam ceramah-ceramahnya, humor KH. Abdul Ghofur sering kali diselipkan pada momen-momen tertentu yang tepat, seperti ketika jamaah mulai menunjukkan tanda-tanda kehilangan fokus atau merasa bosan. Hal ini menunjukkan kemampuan

³⁹Avner Ziv. *The Social Function of Humor in Interpersonal Relationships*. (New York: Springer, 2010), 98.

⁴⁰Rod A. Martin. *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. (Burlington: Elsevier Academic Press, 2007), 143.

⁴¹Arthur Asa Berger. *The Art of Comedy Writing*. (New Brunswick: Transaction Publishers, 1997), 75.

⁴²Willibald Ruch. *The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic*. Berlin: Walter de Gruyter, 1998), 201.

retorika beliau yang kuat dalam membaca situasi audiens dan menyesuaikan gaya komunikasinya untuk memastikan bahwa pesan dakwahnya dapat diterima dengan baik.

Penulis juga melihat bahwa KH. Abdul Ghofur sering kali menggunakan humor untuk mengkritik perilaku negatif secara halus tanpa menyinggung perasaan jamaah. Dengan cara ini, beliau dapat menyampaikan pesan moral yang kuat dan mendorong refleksi diri di antara jamaah. Ini sesuai dengan pandangan McGhee (2010) yang menyatakan bahwa humor dapat menjadi alat yang ampuh untuk mendorong perubahan sosial dan mempengaruhi audiens untuk mempertimbangkan ulang pandangan atau tindakan mereka.⁴³

Dengan demikian penggunaan humor oleh KH. Abdul Ghofur dalam ceramah-ceramah dakwahnya merupakan strategi komunikasi yang sangat efektif untuk menarik perhatian audiens, mengurangi ketegangan, dan meningkatkan reseptivitas terhadap pesan dakwah. Humor yang disampaikan dengan relevan dan bermakna tidak hanya menghibur, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menggugah kesadaran jamaah dan mendorong refleksi diri. Hal ini menunjukkan bahwa humor dalam dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk mencapai tujuan komunikasi yang lebih dalam.

Penguasaan Materi dan Retorika yang Kuat

KH. Abdul Ghofur memiliki penguasaan materi dakwah yang sangat baik. Beliau mampu mengaitkan pesan-pesan agama dengan konteks kehidupan sehari-hari jamaah, sehingga pesan yang disampaikan menjadi relevan dan dapat diterima dengan baik. Retorika yang digunakan juga sangat efektif dalam membangun argumen dan menyampaikan pesan secara persuasif.⁴⁴ Seorang komunikator yang efektif harus memiliki pemahaman mendalam tentang topik yang dibahas dan mampu menghubungkan topik tersebut dengan pengalaman nyata audiens untuk mencapai komunikasi yang bermakna.⁴⁵ Penguasaan materi adalah elemen penting dalam komunikasi dakwah yang efektif. Dakwah tidak hanya menyampaikan

⁴³Paul E. McGhee. *Humor: Its Origin and Development*. (New York: Routledge, 2010), 29.

⁴⁴ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi...*, 75.

⁴⁵Saundra & Weaver Hybal, Richard L. *Communicating Effectively*. (New York: McGraw-Hill, 2001), 54.

informasi agama, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dapat dihubungkan dengan konteks sosial dan budaya jamaah. KH. Abdul Ghofur menunjukkan kemampuan luar biasa dalam memahami dan menguasai materi dakwah, sehingga beliau dapat menyampaikan pesan yang bermakna dan relevan bagi audiensnya.

Kemampuan untuk mengaitkan informasi dengan konteks audiens merupakan salah satu kunci keberhasilan komunikasi persuasif.⁴⁶ Beliau sering kali menggunakan contoh-contoh dari kehidupan sehari-hari untuk mengilustrasikan ajaran-ajaran agama, sehingga jamaah dapat lebih mudah memahami dan mengaitkan pesan dakwah dengan kehidupan mereka sendiri. Dengan mengontekstualisasikan pesan agama, beliau mampu menjadikan dakwahnya relevan dan kontekstual, yang sangat penting dalam meningkatkan pemahaman dan penerimaan di antara audiens.

Selanjutnya, retorika adalah seni berbicara dan menyampaikan pesan secara efektif. Dalam konteks dakwah, retorika yang digunakan secara tepat dapat membangun argumen yang kuat dan membuat pesan lebih persuasif. KH. Abdul Ghofur menunjukkan penguasaan retorika yang sangat baik, yang terlihat dari cara beliau membangun struktur ceramah, memilih kata-kata yang tepat, dan menggunakan gaya bahasa yang menarik dan meyakinkan. Aristoteles dalam *Rhetoric* menjelaskan bahwa retorika terdiri dari tiga elemen utama: logos (logika atau argumen rasional), pathos (emosi), dan ethos (kredibilitas pembicara).⁴⁷ Beliau memanfaatkan ketiga elemen ini dalam dakwahnya untuk mencapai komunikasi yang efektif dan meyakinkan. Penggunaan logos oleh beliau terlihat dari cara beliau menyusun argumen dengan penalaran logis dan penggunaan dalil-dalil yang relevan dari Al-Quran dan Hadis. Ini memperkuat pesan yang disampaikan dan memberikan dasar logis bagi jamaah untuk menerima pesan dakwah. Selain itu, penggunaan pathos dalam ceramah beliau sangat efektif dalam membangkitkan emosi jamaah. Dengan mengaitkan pesan dakwah dengan nilai-nilai emosional seperti cinta, kasih sayang, dan ketulusan, beliau mampu menarik perhatian dan menggugah hati audiens, sehingga mereka lebih mudah menerima dan menginternalisasi pesan yang disampaikan.

⁴⁶David K. Berlo. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1960), 132.

⁴⁷Aristotle. *Rhetoric*. (Cambridge: Harvard University Press, 2004), 101.

Ethos atau kredibilitas pembicara adalah salah satu elemen penting dalam retorika yang efektif. Kredibilitas tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan pembicara tentang subjek, tetapi juga oleh karakter dan kepribadian yang diproyeksikan kepada audiens.⁴⁸ KH. Abdul Ghofur memiliki kredibilitas tinggi di mata jamaahnya karena penguasaan materi yang mendalam, konsistensi dalam menyampaikan dakwah, dan ketulusan yang terlihat dari cara beliau berinteraksi dengan jamaah.

Menurut informan Yoeli Rachmawati, bahwa kredibilitas KH. Abdul Ghofur juga dibangun melalui pengalaman dan integritas pribadinya sebagai seorang ulama yang dikenal luas. Penguasaan materi dakwah yang mendalam, dikombinasikan dengan retorika yang persuasif, membuat beliau mampu membangun kepercayaan dan hubungan yang kuat dengan audiens. Sebagai contoh, beliau tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga mengajak jamaah untuk merenungkan nilai-nilai kehidupan dan bagaimana menerapkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat jamaah merasa bahwa ceramah yang disampaikan relevan dengan kehidupan mereka dan memperkuat kredibilitas beliau sebagai pendakwah.

Penulis melihat bahwa KH. Abdul Ghofur juga menyesuaikan gaya retorikanya dengan karakteristik audiens. Seorang pembicara yang efektif harus mampu menyesuaikan gaya komunikasinya dengan latar belakang, budaya, dan kebutuhan audiens.⁴⁹ Beliau memahami bahwa audiensnya berasal dari berbagai latar belakang sosial dan pendidikan, sehingga beliau menggunakan bahasa yang sederhana namun mendalam serta menghindari penggunaan istilah-istilah yang terlalu akademis atau sulit dimengerti oleh jamaah. Ini membuat dakwahnya lebih inklusif dan dapat diterima oleh berbagai kalangan. Dengan menyesuaikan gaya penyampaiannya, beliau berhasil membuat dakwahnya lebih menyentuh dan relevan bagi audiens. Ini juga membantu dalam menciptakan suasana ceramah yang lebih interaktif dan dialogis, di mana jamaah merasa terlibat dalam pembicaraan dan lebih termotivasi untuk bertanya dan berpartisipasi aktif.

Dengan demikian penguasaan materi dan retorika yang kuat merupakan dua elemen kunci dalam strategi komunikasi dakwah KH. Abdul Ghofur. Dengan kemampuan menguasai materi dakwah secara

⁴⁸Robert H. Gass & Seiter, John S. *Persuasion, Social Influence, and Compliance Gaining*. New York: Routledge, 2018, hal. 89).

⁴⁹Joseph A Devito. *The Elements of Public Speaking*. (Boston: Pearson, 2012), 204.

mendalam dan mengaitkannya dengan konteks kehidupan sehari-hari, serta penggunaan retorika yang tepat, beliau berhasil menyampaikan pesan dakwah yang relevan, persuasif, dan mudah diterima oleh jamaah. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat keefektifan dakwahnya, tetapi juga membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata jamaah.

Adaptasi Terhadap Kondisi Sosial dan Budaya

Adaptasi pesan dakwah terhadap kondisi sosial dan budaya audiens merupakan salah satu strategi penting yang diterapkan KH. Abdul Ghofur. Beliau sangat memahami audiensnya dan menyesuaikan materi dakwah agar lebih relevan dengan kebutuhan dan situasi jamaah. Selanjutnya adaptasi pesan dakwah adalah proses penyesuaian materi dakwah dengan kondisi sosial dan budaya audiens. Dalam konteks dakwah, strategi ini diperlukan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dan relevan bagi audiens. Beliau memahami bahwa audiens yang datang dari latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda memiliki kebutuhan dan persepsi yang berbeda pula terhadap pesan dakwah. Oleh karena itu, beliau selalu berusaha menyesuaikan materi dakwah dengan realitas sosial yang dihadapi jamaahnya.

Dalam teori difusi inovasi, keberhasilan sebuah pesan dalam mengubah sikap atau perilaku sangat bergantung pada kesesuaian pesan dengan nilai-nilai, norma, dan kebutuhan audiens.⁵⁰ Beliau menggunakan strategi ini dalam ceramahnya dengan mengangkat isu-isu yang dekat dengan kehidupan sehari-hari jamaah, seperti masalah keluarga, sosial, dan ekonomi, yang sering kali dihadapi oleh masyarakat. KH. Abdul Ghofur secara konsisten menyesuaikan materi dakwahnya dengan konteks lokal jamaahnya. Pendekatan komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan dimensi budaya dan nilai-nilai lokal audiensnya. Dalam setiap ceramah, beliau menggunakan contoh-contoh nyata dari kehidupan lokal untuk menjelaskan konsep-konsep agama. Ini membuat materi dakwahnya lebih kontekstual dan mudah dipahami, karena audiens merasa bahwa pesan yang disampaikan relevan dengan situasi mereka.

Selain itu, menurut penulis bahwa pendekatan ini juga menghindarkan terjadinya *cultural mismatch* antara pesan yang

⁵⁰Everett M. Rogers & Shoemaker, F. Floyd. *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. (New York: The Free Press, 1971), 256.

disampaikan dengan pemahaman audiens. Sebagai contoh, dalam masyarakat agraris, beliau sering menggunakan analogi yang berkaitan dengan pertanian atau perikanan, yang lebih mudah dipahami oleh audiens lokal dibandingkan dengan istilah yang terlalu abstrak atau akademis. Adaptasi ini tidak hanya membuat pesan lebih mudah diterima, tetapi juga menunjukkan bahwa beliau memiliki empati dan pemahaman mendalam terhadap audiensnya.

Fleksibilitas dalam komunikasi memungkinkan seorang komunikator untuk menyesuaikan pesan dan gaya penyampaiannya dengan situasi dan audiens tertentu. Beliau kerap kali mengubah nada, gaya bahasa, dan pendekatan komunikasinya sesuai dengan konteks situasi dan karakteristik audiens. Hal ini tidak hanya membuat dakwahnya lebih menarik, tetapi juga lebih efektif dalam mencapai tujuannya.⁵¹ Beliau juga menunjukkan fleksibilitas dalam cara menyampaikan pesan dakwah, yang merupakan elemen penting dalam komunikasi lintas budaya. Misalnya, ketika berhadapan dengan audiens yang lebih muda, beliau mungkin akan menggunakan bahasa yang lebih sederhana dan lugas serta memasukkan unsur-unsur yang lebih dinamis dan interaktif. Sebaliknya, ketika berhadapan dengan audiens yang lebih tua atau konservatif, beliau mungkin akan memilih gaya yang lebih formal dan sopan, serta menggunakan kutipan dari Al-Quran dan Hadis lebih sering untuk memperkuat pesan. Kemampuan untuk beradaptasi secara fleksibel inilah yang menjadi salah satu kekuatan komunikasi dakwahnya.

Salah satu prinsip dasar dalam komunikasi yang efektif adalah memahami audiens. Bahwa untuk mencapai komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus memahami nilai-nilai, keyakinan, dan kebutuhan dari audiens yang menjadi sasarannya. Beliau mengaplikasikan prinsip ini dengan cara selalu membaca situasi sosial di mana ia berdakwah dan menyusun ceramah yang sesuai dengan isu-isu lokal. Hal ini terlihat dari cara beliau menyusun ceramahnya yang sering kali berfokus pada persoalan sosial, politik, dan ekonomi yang tengah hangat di kalangan masyarakat.⁵² Sebagai contoh, dalam ceramahnya yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat,

⁵¹William B. Gudykunst & Kim, Young Yun. *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. (New York: McGraw-Hill, 2003), 89.

⁵²Denis McQuail. *McQuail's Mass Communication Theory*. (London: SAGE Publications, 2010), 95.

beliau sering kali menggunakan contoh-contoh kearifan lokal yang mencerminkan bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat diterapkan dalam konteks usaha kecil atau koperasi. Pendekatan ini bukan hanya sekedar memaparkan teori, tetapi juga memberikan panduan praktis yang dapat diterapkan oleh jamaah dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian adaptasi terhadap kondisi sosial dan budaya audiens adalah salah satu strategi komunikasi dakwah yang efektif yang digunakan oleh KH. Abdul Ghofur. Melalui pemahaman mendalam terhadap latar belakang sosial dan budaya jamaahnya, beliau mampu menyampaikan pesan dakwah yang relevan, mudah dipahami, dan bermakna bagi audiens. Fleksibilitas dalam menyampaikan pesan dan kemampuan untuk membangun relevansi melalui pemahaman audiens merupakan kunci keberhasilan dakwah beliau.

Catatan Akhir

Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi dakwah melalui *public speaking* yang diterapkan oleh KH. Abdul Ghofur di Lamongan mencerminkan pendekatan yang komprehensif dan adaptif dalam penyampaian pesan agama. Beberapa strategi utama yang diterapkan oleh beliau antara lain pendekatan komunikasi personal dan dialogis, penggunaan bahasa sederhana, teknik *storytelling*, humor sebagai alat dakwah, penguasaan materi dan retorika yang kuat, serta adaptasi terhadap kondisi sosial dan budaya. Setiap strategi tersebut memiliki kontribusi signifikan dalam mencapai efektivitas dakwah dan membangun kedekatan dengan audiens.

Selanjutnya pendekatan komunikasi personal dan dialogis yang digunakan oleh beliau membantu menciptakan suasana yang lebih interaktif dan akrab antara pendakwah dan jamaah. Hal ini diperkuat dengan penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, yang memungkinkan pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan audiens. Pendekatan ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif tetapi juga mampu diinternalisasi oleh jamaah. Kemudian, teknik *storytelling* yang efektif digunakan oleh beliau memperkuat daya tarik dakwah dengan memanfaatkan cerita-cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Teknik ini mempermudah jamaah dalam memahami pesan-pesan kompleks dan membantu membangun kedekatan emosional antara pendakwah dan audiens. Di sisi lain, penggunaan humor sebagai alat dakwah juga berfungsi untuk mencairkan suasana, mengurangi ketegangan, dan menjaga perhatian audiens selama ceramah

berlangsung. Di samping itu, penguasaan materi dakwah dan retorika yang kuat menjadi elemen penting dalam strategi komunikasinya. Kemampuan beliau untuk mengaitkan pesan agama dengan konteks kehidupan sehari-hari dan menggunakan retorika yang persuasif berhasil membangun kredibilitas dan kepercayaan jamaah terhadap pesan yang disampaikan. Strategi ini juga didukung dengan adaptasi terhadap kondisi sosial dan budaya audiens, di mana beliau menyesuaikan materi dakwah sesuai dengan kebutuhan dan latar belakang jamaah. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dalam menyampaikan pesan yang relevan dan bermakna bagi audiens.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh beliau membuktikan pentingnya pendekatan yang personal, adaptif, dan komunikatif dalam public speaking. Dengan memadukan berbagai teknik komunikasi yang efektif, beliau mampu menyampaikan pesan-pesan agama yang tidak hanya informatif tetapi juga transformasional, yang pada akhirnya menginspirasi perubahan positif dalam kehidupan sehari-hari jamaah. Strategi-strategi ini dapat menjadi model bagi pendakwah lain dalam mengembangkan pendekatan komunikasi dakwah yang efektif dan kontekstual.

Daftar Rujukan

- Alexandr, Pavlov. *The Power of Storytelling in Communication*. London: Routledge, 2018.
- Aristotle. *Rhetoric*. Cambridge: Harvard University Press, 2004.
- Arifin, Anwar. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1991.
- Arthur Asa Berger. *The Art of Comedy Writing*. New Brunswick: Transaction Publishers, 1997.
- Avner Ziv. *The Social Function of Humor in Interpersonal Relationships*. New York: Springer, 2010.
- Berlo, David K. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1960.
- Braun, V., & Clarke, V. "Using thematic analysis in psychology." *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 2006, 77-101.
- Brydon, S. R. & Scott, M. D. *Between One and Many: The Art and Science of Public Speaking*. New York: McGraw-Hill, 2018.

- Cangara, H. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Chip & Heath, Dan. *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. New York: Random House, 2007.
- Creswell, J.W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, 2014.
- Denis McQuail. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications, 2010.
- Denzin, N. K. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill, 1978.
- Devito, J. A. *Human Communication: The Basic Course*. Boston: Pearson, 2011.
- . *The Elements of Public Speaking*. Boston: Pearson, 2012.
- , A. *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). Pearson, 2015.
- Irdjosanjoto, Pradjarta. *Memelihara Umat: Kiai Pesantren-Kiai Langgar di Jawa*. Yogyakarta: LKiS.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- Fisher, W. R. "Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument." *Communication Monographs*, 51(1), 1-22, 1984.
- Gass, Robert H. & Seiter, John S. *Persuasion, Social Influence, and Compliance Gaining*. New York: Routledge, 2018.
- Geertz, Clifford. *Religion of Java*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1976.
- Gudykunst, William B. & Kim Young Yun. *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill, 2003.
- Hamzah, A. *Metode Dakwah: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2020.
- John C. Meyer. *Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication*. Malden: Blackwell Publishing, 2000.

- Lucas, S. E. *The Art of Public Speaking*. New York: McGraw-Hill, 2019.
- Lubis, H. R. *Komunikasi Dakwah Efektif: Strategi dan Implementasi di Era Digital*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Lynch, Owen. *Humor and the Sacred: Notes on Humor as a Communicative Strategy*. Dallas: University of Texas Press, 2002.
- Martin, Rod A. *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. Burlington: Elsevier Academic Press, 2007.
- McCroskey, J. C. *An Introduction to Rhetorical Communication* (9th ed.). Allyn & Bacon, 2006.
- McGhee, Paul E. *Humor: Its Origin and Development*. New York: Routledge, 2010.
- Moleong, Lexy. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Mulyana, D. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Patton, M. Q. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. SAGE Publications, 2002.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag, 1986.
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Richard E. Petty & Cacioppo, John T. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag, 1986.
- Rogers, C. R. *A Way of Being*. Houghton Mifflin Harcourt, 1980.
- Rogers, Everett M. & Shoemaker, F. Floyd. *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. New York: The Free Press, 1971.
- Rofiq, Mohammad Rofiq. "Konstruksi Sosial Dakwah Multidimensional KH. Abdul Ghofur Paciran Lamongan Jawa Timur". Disertasi--UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2011.
- Saundra & Weaver Hybal, Richard L. *Communicating Effectively*. New York: McGraw-Hill, 2001.

- Sarbin, T. R. *Narrative Psychology: The Storied Nature of Human Conduct*. New York: Praeger, 1986.
- Schramm, Wilbur. *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1997.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Syam, Nur. *Islam Pesisir*. Yogyakarta: LKiS, 2005.
- Willibald, Ruch. *The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic*. Berlin: Walter de Gruyter, 1998.