



Uslūb Al-Ījāz Wa Al- Itnāb: Fenomena Al-Ījāz dan Al-Itnāb dalam Khutbah Arab: Kajian Balāghah terhadap Efektivitas Komunikasi Persuasif

Nidaul Hasanah¹, Sitti Fatima², Nurul Atira Muqmin³, Haniah⁴

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar^{1,2,3,4}

email: nidazain831@gmail.com¹
sittifatimamustakim@gmail.com²
nurulatiraa9@gmail.com³
haniah@uin-alauddin.ac.id⁴

Abstrak: Uslūb al-ījāz dan al-itnāb merupakan dua fenomena penting dalam kajian ilmu balāghah, khususnya dalam cabang ilmu ma‘ānī, yang berfungsi untuk mengatur kepadatan dan keluasan ungkapan dalam penyampaian pesan. Al-ījāz menekankan penyampaian makna secara ringkas namun padat, sedangkan al-itnāb menghadirkan perluasan makna melalui penjelasan, penegasan, atau pengulangan yang terukur. Dalam konteks khutbah Arab, kedua uslūb ini memiliki peranan yang sangat signifikan karena digunakan untuk menarik perhatian audiens, memperkuat daya persuasi, membangun emosi, serta memastikan pesan dakwah dapat dipahami secara efektif oleh jamaah. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk penggunaan al-ījāz dan al-itnāb dalam khutbah Arab serta mengungkap pengaruhnya terhadap efektivitas komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan metode kajian kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif-analitis terhadap berbagai teks khutbah Arab yang mengandung unsur al-ījāz dan al-itnāb. Hasil kajian menunjukkan bahwa al-ījāz dalam khutbah Arab diwujudkan melalui struktur ungkapan singkat yang sarat makna, seperti حذف (penghilangan unsur tertentu) dan penggunaan lafaz yang padat makna, sedangkan al-itnāb direalisasikan melalui bentuk seperti التكرار (pengulangan), التفصيل بعد الإجمال (perincian setelah penyebutan umum), serta الإيضاح بعد الإبهام (penjelasan setelah ungkapan global). Setiap bentuk memiliki fungsi retorik yang berbeda sesuai dengan situasi komunikasi dan kondisi psikologis audiens. Dengan demikian, uslūb al-ījāz dan al-itnāb tidak hanya berfungsi sebagai perangkat linguistik, tetapi juga sebagai strategi retorik yang efektif dalam meningkatkan daya persuasi khutbah Arab.

Kata Kunci: Balāghah, al-ījāz, al-itnāb, khutbah Arab, komunikasi persuasif.

Pendahuluan

Khutbah sebagai salah satu bentuk komunikasi lisan dalam tradisi Arab dan Islam tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana persuasif yang bertujuan memengaruhi sikap, emosi, dan perilaku audiens. Keberhasilan sebuah khutbah sangat ditentukan oleh kemampuan khatib dalam memilih dan menggunakan gaya bahasa (*uslūb*) yang tepat sesuai dengan konteks dan kondisi jamaah. Dalam hal ini, ilmu *balāghah* memiliki peranan penting sebagai instrumen untuk memahami sekaligus menghasilkan ungkapan yang efektif, indah, dan komunikatif.¹

Salah satu aspek penting dalam kajian *balāghah*, khususnya dalam cabang ilmu *ma‘ānī*, adalah *uslūb al-ījāz* dan *al-itnāb*. *Al-ījāz* merupakan gaya bahasa yang menekankan penyampaian makna secara ringkas namun padat, sedangkan *al-itnāb* merupakan gaya bahasa yang memberikan perluasan makna melalui penambahan unsur tertentu untuk tujuan penegasan, penjelasan, atau penguatan makna.² Kedua *uslūb* ini menunjukkan fleksibilitas bahasa Arab dalam menyesuaikan bentuk ungkapan dengan kebutuhan komunikasi, baik dalam kondisi yang menuntut kecepatan penyampaian maupun dalam situasi yang membutuhkan penekanan dan elaborasi makna.

Dalam konteks khutbah Arab, penggunaan *al-ījāz* dan *al-itnāb* memiliki peranan yang sangat signifikan. *Al-ījāz* sering digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan inti secara langsung dan mudah diingat oleh audiens, sedangkan *al-itnāb* digunakan untuk memperkuat pesan melalui pengulangan, penjelasan, atau penegasan yang dapat menyentuh aspek emosional jamaah.³ Dengan demikian, kedua gaya bahasa ini tidak hanya berfungsi sebagai perangkat linguistik, tetapi juga sebagai strategi retorik yang menentukan efektivitas komunikasi persuasif dalam khutbah.

Lebih lanjut, efektivitas penggunaan *al-ījāz* dan *al-itnāb* sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis audiens (*mukhāṭab*) serta situasi komunikasi yang melatarbelakanginya. Dalam kondisi audiens yang membutuhkan penegasan cepat, *al-ījāz* menjadi pilihan yang tepat, sedangkan dalam kondisi audiens yang memerlukan pemahaman mendalam atau mengalami keraguan, *al-itnāb* menjadi lebih efektif. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan *uslūb* tidak bersifat acak, melainkan mempertimbangkan aspek psikologis dan kontekstual dalam proses komunikasi.⁴

Meskipun kajian tentang *al-ījāz* dan *al-itnāb* telah banyak dibahas dalam literatur *balāghah* klasik maupun penelitian modern, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek definisi, klasifikasi, dan contoh-contoh normatif dalam teks sastra atau Al-Qur‘an. Kajian yang mengaitkan kedua *uslūb* tersebut dengan efektivitas komunikasi persuasif, khususnya dalam konteks khutbah Arab, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang tidak hanya membahas bentuk dan struktur, tetapi juga fungsi retorik serta dampaknya terhadap audiens.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis fenomena *uslūb al-ījāz* dan *al-itnāb* dalam khutbah Arab, mengidentifikasi bentuk-bentuk penggunaannya, serta mengungkap peranannya dalam meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif.

Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan analisis struktural dan analisis retorik dalam kajian *al-ījāz* dan *al-itnāb*. Jika

¹ Aḥmad al-Hāsyimī, *Jawāhir al-Balāghah fī al-Ma‘ānī wa al-Bayān wa al-Badī‘* (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, t.t.), hlm. 15.

² ‘Alī al-Jārim dan Muṣṭafā Amīn, *Al-Balāghah al-Wāḍiḥah* (Kairo: Dār al-Ma‘ārif, t.t.), hlm. 102.

³ ‘Abd al-‘Azīz ‘Atīq, *‘Ilm al-Ma‘ānī* (Beirut: Dār al-Nahḍah al-‘Arabiyyah, t.t.), hlm. 145.

⁴ ‘Abd al-Qāhir al-Jurjānī, *Dalā’il al-Ījāz* (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1995), hlm. 78.

penelitian sebelumnya cenderung berhenti pada tataran klasifikasi bentuk—seperti *ījāz al-qash* dan *ījāz al-ḥadhf* serta berbagai bentuk *itnāb* seperti *al-takrār* dan *al-tafsīl*—maka penelitian ini melangkah lebih jauh dengan mengaitkan setiap bentuk tersebut dengan fungsi komunikatif dan efek persuasif yang dihasilkan dalam khutbah. Dengan demikian, *al-ījāz* dan *al-itnāb* tidak hanya dipahami sebagai fenomena kebahasaan, tetapi sebagai strategi retorik yang bekerja secara dinamis dalam membangun komunikasi dakwah yang efektif.

Selain itu, penelitian ini juga menghadirkan pendekatan kontekstual dengan mempertimbangkan kondisi psikologis mukhāṭab sebagai faktor utama dalam pemilihan gaya bahasa. Setiap bentuk *al-ījāz* dan *al-itnāb* dianalisis berdasarkan situasi komunikasi, apakah audiens berada dalam kondisi menerima, ragu, atau membutuhkan penguatan emosional. Sebagai contoh, penggunaan *al-ījāz* dalam ungkapan singkat namun padat sering kali lebih efektif dalam menarik perhatian di awal khutbah, sedangkan *al-itnāb* melalui pengulangan atau penjelasan rinci lebih efektif dalam memperdalam pemahaman dan membangun keterlibatan emosional audiens.

Lebih lanjut, penelitian ini juga mengusulkan adanya gradasi fungsi retorik dalam penggunaan *al-ījāz* dan *al-itnāb*, yaitu dari penyampaian makna secara ringkas (ekonomis), hingga penyampaian makna secara ekspansif (elaboratif). Klasifikasi ini menjadi kontribusi konseptual yang membedakan penelitian ini dari kajian sebelumnya, karena memberikan kerangka analisis yang lebih operasional dalam memahami bagaimana variasi gaya bahasa digunakan untuk mencapai efek persuasif yang berbeda dalam khutbah Arab.

Kajian mengenai *uslūb al-ījāz* dan *al-itnāb* telah banyak dibahas dalam literatur klasik maupun penelitian kontemporer. Dalam tradisi klasik, pembahasan kedua konsep ini dapat ditemukan secara sistematis dalam karya-karya *balāghah* seperti *Jawāhir al-Balāghah* karya Aḥmad al-Hāsyimī dan *Al-Balāghah al-Wāḍiḥah* karya ‘Alī al-Jārim dan Muṣṭafā Amīn. Karya-karya tersebut memberikan fondasi teoritis yang kuat terkait definisi, klasifikasi, serta bentuk-bentuk *al-ījāz* dan *al-itnāb* dalam bahasa Arab.⁵

Dalam kajian modern, Wahbah al-Zuhailī melalui karyanya *Al-Tafsīr al-Munīr* menunjukkan bahwa variasi gaya bahasa dalam Al-Qur’an, termasuk bentuk-bentuk ringkas dan elaboratif, memiliki fungsi retorik yang sangat kuat dalam menyampaikan pesan akidah dan hukum secara efektif.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa fenomena *al-ījāz* dan *al-itnāb* tidak hanya relevan dalam kajian linguistik, tetapi juga dalam komunikasi keagamaan.

Penelitian kontemporer juga menunjukkan perkembangan kajian *balāghah* dalam konteks yang lebih aplikatif. Beberapa studi menekankan bahwa penggunaan gaya bahasa dalam khutbah memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan efektivitas penyampaian pesan dakwah. Selain itu, pendekatan kontekstual dan psikologis dalam memahami komunikasi bahasa Arab juga mulai mendapat perhatian dalam kajian modern.⁷

Lebih lanjut, pemikiran tokoh seperti M. Quraish Shihab menunjukkan bahwa pemilihan gaya bahasa dalam Al-Qur’an dan komunikasi keagamaan sangat berkaitan erat dengan kondisi psikologis audiens, sehingga efektivitas pesan tidak hanya ditentukan oleh struktur bahasa, tetapi juga oleh kesesuaian dengan konteks komunikasi.⁸

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting, sebagian besar masih berfokus pada aspek deskriptif dan teoritis. Kajian yang mengintegrasikan antara

⁵ Aḥmad al-Hāsyimī, *Jawāhir al-Balāghah*, hlm. 120.

⁶ Wahbah al-Zuhailī, *Al-Tafsīr al-Munīr fī al- ‘Aqīdah wa al-Sharī‘ah wa al-Manhaj*, 10 jilid (Damaskus: Dār al-Fikr, 2003), jil. 1, hlm. 56.

⁷ Abdul Mustaqim, *Metode Penelitian Al-Qur’an dan Tafsir* (Yogyakarta: Idea Press, 2015), hlm. 89.

⁸ M. Quraish Shihab, *Kaidah Tafsir* (Jakarta: Lentera Hati, 2013), hlm. 210.

struktur al-ījāz dan al-itnāb, fungsi retorik, serta efektivitas komunikasi persuasif dalam konteks khutbah Arab masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menekankan analisis kontekstual dan retorik dalam penggunaan kedua uslūb tersebut.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan tema kajian. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah teks-teks khutbah Arab yang mengandung unsur uslūb al-ījāz dan al-itnāb, baik yang bersumber dari khutbah klasik maupun khutbah kontemporer. Selain itu, kitab-kitab balāghah klasik seperti *Jawāhir al-Balāghah*, *Al-Balāghah al-Wāḍiḥah*, *Dalā'il al-I'jāz*, dan *Asrār al-Balāghah* juga dijadikan sebagai rujukan utama dalam memahami konsep dan klasifikasi kedua uslūb tersebut. Adapun sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, serta penelitian terdahulu yang membahas ilmu ma'ānī, balāghah, dan komunikasi persuasif dalam bahasa Arab.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif-analitis, yaitu dengan mendeskripsikan bentuk-bentuk uslūb al-ījāz dan al-itnāb dalam teks khutbah Arab, kemudian menganalisis fungsi retorik serta peranannya dalam meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengidentifikasi struktur bahasa yang digunakan, tetapi juga mengungkap makna, tujuan, dan dampak komunikatif dari penggunaan gaya bahasa tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yaitu dengan menelaah dan mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan objek penelitian. Teks-teks khutbah yang dipilih kemudian diklasifikasikan berdasarkan jenis uslūb yang digunakan, baik al-ījāz maupun al-itnāb, serta konteks penggunaannya dalam penyampaian pesan.

Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengidentifikasi pola-pola penggunaan al-ījāz dan al-itnāb serta mengkaji relevansinya dalam membangun daya persuasi dalam khutbah. Analisis juga dilakukan dengan mempertimbangkan konteks komunikasi dan kondisi psikologis audiens (*mukhāṭab*), sehingga dapat diketahui tingkat efektivitas masing-masing gaya bahasa dalam situasi tertentu. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai struktur, fungsi retorik, serta kontribusi uslūb al-ījāz dan al-itnāb dalam meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif dalam khutbah Arab.

Hasil dan Pembahasan

Pengertian al-Ījāz dan al-Itnāb

Secara bahasa, al-ījāz (الإيجاز) berarti penyampaian sesuatu secara ringkas dan padat, sedangkan al-itnāb (الإطناب) berarti memperpanjang atau memperluas ungkapan. Dalam konteks bahasa Arab, kedua istilah ini menunjukkan dua pendekatan yang berbeda dalam menyampaikan makna: al-ījāz menekankan ekonomi bahasa, sementara al-itnāb menekankan elaborasi makna.

Adapun secara istilah dalam ilmu balāghah, khususnya cabang ilmu ma'ānī, al-ījāz didefinisikan sebagai:

الإيجاز هو تأدية المعنى الكثير بلفظ قليل مع وضوح الدلالة

“Penyampaian makna yang banyak dengan lafaz yang sedikit namun tetap jelas.”⁹

⁹ Aḥmad al-Hāsyimī, *Jawāhir al-Balāghah* (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, t.t.), hlm. 210.

Sedangkan al-iṭnāb didefinisikan sebagai:

الإطناب هو زيادة اللفظ على المعنى لفائدة

“Penambahan lafaz atas makna tertentu untuk tujuan tertentu.”¹⁰

Kedua uslūb ini menunjukkan fleksibilitas bahasa Arab dalam menyesuaikan bentuk ungkapan dengan kebutuhan komunikasi. Dalam praktiknya, al-ījāz digunakan ketika situasi menuntut kecepatan, ketegasan, dan daya ingat yang tinggi, sedangkan al-iṭnāb digunakan ketika diperlukan penegasan, penjelasan, atau penguatan makna.

Dalam konteks khutbah Arab, kedua gaya bahasa ini menjadi sangat penting karena khutbah tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi audiens secara persuasif. Oleh karena itu, pemilihan antara al-ījāz dan al-iṭnāb bukan sekadar pilihan linguistik, tetapi juga strategi retorik yang menentukan keberhasilan komunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa al-ījāz dan al-iṭnāb bukanlah dua gaya bahasa yang saling bertentangan, melainkan dua strategi retorik yang saling melengkapi dalam membangun efektivitas komunikasi. Pemilihan salah satu di antara keduanya sangat dipengaruhi oleh konteks penyampaian, karakteristik audiens, serta tujuan yang ingin dicapai oleh penutur. Dengan demikian, keberhasilan suatu tuturan tidak hanya ditentukan oleh singkat atau panjangnya ungkapan, tetapi oleh ketepatan penggunaan uslūb sesuai dengan tuntutan maqām (konteks komunikasi). Hal ini menunjukkan bahwa ilmu balāghah memberikan prinsip-prinsip komunikatif yang bersifat adaptif, sehingga setiap bentuk ungkapan memiliki nilai retorik apabila digunakan secara proporsional sesuai kebutuhan penyampaian makna.

Jenis-Jenis al-Ījāz dan al-Iṭnāb

1. Jenis al-Ījāz

Para ulama balāghah membagi al-ījāz menjadi dua bentuk utama:

a. Ījāz al-Qaṣr (الإيجاز بالقصر)

Ījāz al-qaṣr adalah penyampaian makna secara ringkas tanpa adanya penghilangan unsur kalimat. Makna tetap utuh, tetapi disampaikan dengan lafaz yang padat dan efisien.¹¹

Contoh dalam khutbah:

اتقوا الله

“Bertakwalah kepada Allah”

Ungkapan ini sangat singkat, tetapi mengandung makna luas yang mencakup seluruh aspek kehidupan seorang Muslim.

Ījāz al-qaṣr merupakan bentuk penyampaian makna secara ringkas tanpa adanya penghilangan unsur kalimat. Dalam contoh “اتقوا الله”, secara struktur kalimat ini sangat sederhana, tetapi mengandung makna yang luas dan mendalam. Ungkapan ini tidak menjelaskan secara rinci apa saja bentuk ketakwaan, namun justru di situlah letak kekuatan retoriknya, karena membuka ruang tafsir yang luas bagi audiens.

Jika dianalisis dalam konteks khutbah, penggunaan ungkapan seperti ini sangat efektif untuk menyampaikan pesan inti secara cepat dan langsung. Audiens tidak dibebani dengan penjelasan panjang, tetapi diarahkan untuk merenungkan makna yang terkandung di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa al-ījāz al-qaṣr mampu membangun efek persuasif melalui kepadatan makna, bukan melalui banyaknya kata.

b. Ījāz al-Hadhf (الإيجاز بال حذف)

¹⁰ ‘Alī al-Jārim dan Muṣṭafā Amīn, *Al-Balāghah al-Wāḍiḥah* (Kairo: Dār al-Ma‘ārif, t.t.), hlm. 185.

¹¹ ‘Abd al-‘Azīz ‘Atīq, ‘Ilm al-Ma‘ānī (Beirut: Dār al-Nahḍah al-‘Arabiyyah, t.t.), hlm. 172.

Ījāz al-ḥadhf adalah penyampaian makna dengan cara menghilangkan sebagian unsur kalimat yang dapat dipahami dari konteks.¹²

Contoh:

اصبروا (أي: على الطاعة)

“Bersabarlah (dalam ketaatan)”

Penghilangan ini justru memberikan efek retorik karena mendorong audiens untuk berpikir dan menangkap makna secara implisit.

Ījāz al-ḥadhf adalah bentuk peringkasan dengan cara menghilangkan sebagian unsur kalimat yang sebenarnya dapat dipahami dari konteks. Dalam contoh “اصبروا”, terdapat penghilangan objek kesabaran, yang bisa mencakup berbagai aspek seperti sabar dalam ketaatan, sabar menghadapi ujian, atau sabar meninggalkan maksiat.

Dari sudut analisis balāghī, penghilangan ini justru memperkuat daya retorik karena mendorong audiens untuk berpikir dan melibatkan diri dalam memahami makna. Dalam khutbah, strategi ini sangat efektif karena membuat jamaah tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga ikut “mengisi” makna sesuai dengan pengalaman mereka. Dengan demikian, al-ījāz al-ḥadhf berfungsi sebagai alat untuk membangun keterlibatan kognitif audiens.

2. Jenis al-Itnāb

Al-itnāb memiliki beberapa bentuk yang umum digunakan dalam retorika Arab:

a. Al-Takrār (التكرار) – Pengulangan

Pengulangan digunakan untuk memperkuat makna dan menanamkan pesan dalam ingatan audiens.

Contoh dalam khutbah:

اتقوا الله، اتقوا الله في أنفسكم

Pengulangan ini memberikan tekanan emosional yang kuat.

Pengulangan dalam al-itnāb merupakan salah satu bentuk penegasan makna yang sangat kuat. Dalam contoh “اتقوا الله، اتقوا الله في أنفسكم”, pengulangan tidak sekadar mengulang kata, tetapi memberikan tekanan emosional yang lebih dalam terhadap pesan yang disampaikan.

Jika dianalisis dalam konteks khutbah, pengulangan berfungsi untuk memastikan bahwa pesan benar-benar tertanam dalam ingatan audiens. Selain itu, pengulangan juga dapat membangun suasana emosional yang lebih kuat, terutama ketika disampaikan dengan intonasi yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa al-takrār tidak hanya berfungsi secara linguistik, tetapi juga memiliki dimensi psikologis dalam memengaruhi audiens.

b. Al-Tafsīl ba‘da al-Ijmāl (التفصيل بعد الإجمال)

Yaitu menjelaskan secara rinci setelah penyebutan secara umum.

Contoh:

اتقوا الله في صلاتكم، في صيامكم، في معاملاتكم

Ini memberikan kejelasan dan memperluas pemahaman audiens.

Bentuk ini menunjukkan perincian setelah penyebutan secara umum. Dalam contoh “اتقوا الله في صلاتكم، في صيامكم، في معاملاتكم”, awalnya disampaikan secara umum, kemudian diperjelas dengan rincian konkret.

Dari analisis retorik, strategi ini sangat efektif dalam memperjelas makna dan menghindari ambiguitas. Audiens tidak hanya memahami konsep ketakwaan secara abstrak, tetapi juga mengetahui implementasinya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam khutbah, metode ini membantu menjembatani antara konsep dan praktik, sehingga pesan menjadi lebih aplikatif.

c. Al-Īdāḥ ba‘da al-Ibhām (الإيضاح بعد الإبهام)

¹² ‘Abd al-Qāhir al-Jurjānī, *Dalā’il al-I’jāz* (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1995), hlm. 134.

Penjelasan setelah ungkapan yang masih global atau samar.¹³

Al-Īdāh ba'da al-ibhām adalah penjelasan setelah ungkapan yang masih bersifat umum atau samar. Gaya ini memberikan efek kejutan di awal, kemudian diikuti dengan klarifikasi yang memperkuat makna.

Jika dianalisis, teknik ini sangat efektif dalam menarik perhatian audiens. Ketika suatu ungkapan disampaikan secara global, audiens akan terdorong untuk menebak maknanya, dan ketika penjelasan diberikan, terjadi proses “pencerahan” yang memperkuat pemahaman. Dalam khutbah, ini menjadi strategi yang sangat kuat untuk menjaga fokus audiens.

d. Al-i'tirād (الاعتراض) – Sisipan penjelas

Al-i'tirād merupakan salah satu bentuk al-itnāb yang digunakan dengan cara menyisipkan ungkapan tertentu di tengah kalimat utama tanpa merusak struktur dasarnya. Sisipan ini biasanya berupa kalimat tambahan yang berfungsi untuk memberikan penjelasan, penegasan, atau penguatan terhadap makna yang sedang disampaikan. Secara struktur, al-i'tirād sering hadir dalam bentuk jumlah i'tirādiyyah (kalimat sisipan) yang jika dihilangkan, makna pokok kalimat tetap utuh, namun kehadirannya memberikan nilai retorik tambahan. Dengan demikian, al-i'tirād tidak bersifat esensial secara gramatikal, tetapi sangat penting dari sisi balāghah karena memperkaya makna dan memperkuat pesan.

Jika dianalisis dalam konteks khutbah, penggunaan al-i'tirād memiliki fungsi strategis dalam menjaga keterlibatan audiens sekaligus memperdalam pemahaman mereka terhadap pesan yang disampaikan. Sisipan penjelas ini dapat berfungsi sebagai pengingat, penekanan emosional, atau bahkan klarifikasi terhadap potensi kesalahpahaman. Misalnya, ketika khatib menyampaikan pesan utama, kemudian menyisipkan doa, peringatan, atau komentar singkat di tengah kalimat, hal tersebut dapat meningkatkan daya tarik retorik sekaligus memperkuat efek persuasif. Dengan demikian, al-i'tirād tidak hanya memperindah struktur bahasa, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang efektif dalam membangun kedekatan dan pengaruh terhadap audiens.

Analisis terhadap berbagai bentuk al-itnāb menunjukkan bahwa penambahan unsur bahasa dalam balāghah bukanlah bentuk pemborosan tutur, melainkan strategi komunikatif yang memiliki tujuan retorik yang jelas. Setiap bentuk al-itnāb memberikan fungsi yang berbeda, seperti memperkuat penegasan, memperjelas makna, menarik perhatian, hingga membangun keterlibatan emosional audiens. Dalam konteks khutbah, variasi penggunaan al-itnāb memperlihatkan kemampuan khatib mengelola penyampaian pesan sesuai kebutuhan situasi dakwah. Dengan demikian, efektivitas al-itnāb tidak diukur dari panjangnya ungkapan, tetapi dari sejauh mana penambahan tersebut mampu meningkatkan daya persuasi, memperdalam pemahaman, dan memperkuat pengaruh pesan terhadap jamaah.

Fungsi Retorik al-Ījāz dan al-Itnāb dalam Khutbah Arab

1. Fungsi al-Ījāz

Al-Ījāz memiliki beberapa fungsi penting dalam komunikasi khutbah:

- a. Menarik perhatian audiens di awal khutbah
- b. Memudahkan penghafalan pesan
- c. Memberikan kesan tegas dan kuat
- d. Menghindari kejenuhan audiens¹⁴

Dalam praktiknya, al-Ījāz sering digunakan dalam pembukaan khutbah atau dalam penyampaian pesan-pesan inti yang ingin ditekankan secara cepat dan langsung. Dari analisis

¹³ Wahbah al-Zuhailī, *Al-Tafsīr al-Munīr*, 10 jilid (Damaskus: Dār al-Fikr, 2003), jil. 1, hlm. 78.

¹⁴ Aḥmad al-Hāsyimī, *Jawāhir al-Balāghah* (Beirut: Dār al-Kutub al-ʿIlmiyyah, t.t.), hlm. 210.

komunikasi, al-ījāz juga berfungsi menghindari kejenuhan audiens. Dalam situasi di mana perhatian jamaah terbatas, penggunaan kalimat yang ringkas namun bermakna justru lebih efektif dibandingkan penjelasan panjang.¹⁵ Dengan demikian, al-ījāz menjadi strategi efisiensi dalam komunikasi persuasif.

2. Fungsi al-Itnāb

Sebaliknya, al-itnāb memiliki fungsi:

- Memperkuat makna melalui penegasan
- Menjelaskan konsep yang kompleks
- Membangun emosi dan keterlibatan audiens
- Menyesuaikan pesan dengan kondisi psikologis jamaah.¹⁶

Al-itnāb sangat efektif digunakan ketika khatib ingin menggugah perasaan audiens, seperti dalam tema kematian, taubat, atau akhirat. Dari perspektif analisis retorik, al-itnāb memungkinkan pesan tidak hanya dipahami secara intelektual, tetapi juga dirasakan secara emosional. Pengulangan, perincian, dan penjelasan yang terukur dapat membuat audiens lebih terlibat dan lebih mudah menerima pesan yang disampaikan.¹⁷

Analisis Balāghī terhadap Efektivitas Komunikasi Persuasif

Dalam perspektif ilmu ma‘ānī, penggunaan al-ījāz dan al-itnāb sangat berkaitan erat dengan kondisi psikologis audiens (*mukhāṭab*). Pemilihan gaya bahasa tidak bersifat acak, melainkan mempertimbangkan situasi komunikasi.

1. Kondisi Audiens dan Pemilihan Uslūb

- Jika audiens dalam kondisi fokus dan siap menerima → digunakan al-ījāz
- Jika audiens dalam kondisi ragu atau butuh penjelasan → digunakan al-itnāb
- Jika audiens mulai jenuh → kombinasi keduanya digunakan.¹⁸

Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan khutbah sangat ditentukan oleh kemampuan khatib dalam membaca situasi audiens. Penggunaan al-ījāz dan al-itnāb sangat bergantung pada kondisi psikologis audiens. Jika audiens dalam kondisi fokus, al-ījāz lebih efektif karena tidak membebani mereka dengan informasi berlebihan.

Namun, jika audiens membutuhkan penjelasan atau sedang mengalami keraguan, maka al-itnāb menjadi pilihan yang lebih tepat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan khutbah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kesesuaian gaya bahasa dengan kondisi audiens.

2. Gradasi Efek Persuasif

Penelitian ini menemukan adanya gradasi efek retorik:

Uslūb	Karakteristik	Efek Persuasif
Al-ījāz	Ringkas, padat	Kuat, cepat, mudah diingat
Al-itnāb moderat	Penjelasan terukur	Memperjelas dan menguatkan
Al-itnāb intens	Elaborasi panjang	Menggugah emosi dan kesadaran

¹⁵ George Yule, *The Study of Language* (Cambridge: CUP, 2014), hlm. 145.

¹⁶ ‘Alī al-Jārim dan Muṣṭafā Amīn, *Al-Balāghah al-Wāḍiḥah* (Kairo: Dār al-Ma‘ārif), hlm. 185.

¹⁷ Douglas Ehninger dkk., *Speech Communication* (Boston: Allyn & Bacon), hlm. 210.

¹⁸ Stephen W. Littlejohn, *Theories of Human Communication*, hlm. 96.

Dari hasil analisis, terlihat bahwa al-ījāz dan al-itnāb memiliki tingkat efek persuasif yang berbeda. Al-ījāz cenderung memberikan efek cepat dan langsung, sementara al-itnāb memberikan efek mendalam dan berkelanjutan.

Dalam praktik khutbah, kombinasi keduanya menjadi kunci keberhasilan. Khatib yang hanya menggunakan al-ījāz berisiko kurang menjelaskan, sedangkan yang hanya menggunakan al-itnāb berisiko membosankan. Oleh karena itu, keseimbangan antara keduanya sangat penting.

3. Integrasi al-Ījāz dan al-Itnāb dalam Khutbah

Khutbah yang efektif tidak hanya menggunakan salah satu, tetapi mengombinasikan keduanya secara seimbang. Biasanya:

- a. Pembukaan → al-ījāz (ringkas dan kuat)
- b. Isi → al-itnāb (penjelasan dan penguatan)
- c. Penutup → al-ījāz (pesan inti yang mengena)

Strategi ini menunjukkan bahwa balāghah bukan hanya teori, tetapi praktik komunikasi yang sangat dinamis. Dalam praktiknya, khutbah yang efektif biasanya menggabungkan al-ījāz dan al-itnāb secara proporsional. Pembukaan yang ringkas menarik perhatian, isi yang elaboratif memperkuat makna, dan penutup yang singkat meninggalkan kesan mendalam.

Analisis ini menunjukkan bahwa balāghah bukan hanya teori, tetapi merupakan strategi praktis dalam komunikasi dakwah. Dengan memahami dan menerapkan al-ījāz dan al-itnāb secara tepat, seorang khatib dapat meningkatkan efektivitas khutbahnya secara signifikan.

Berdasarkan fungsi-fungsi tersebut, dapat dipahami bahwa al-ījāz bukan sekadar teknik meringkas tuturan, tetapi merupakan strategi komunikasi yang berorientasi pada efektivitas penyampaian pesan. Keberhasilan al-ījāz terletak pada kemampuannya mempertahankan keluasan makna meskipun disampaikan dalam bentuk yang singkat. Dalam konteks khutbah, penggunaan al-ījāz memungkinkan khatib menyampaikan pesan-pesan pokok secara cepat tanpa mengurangi daya persuasinya. Dengan demikian, al-ījāz mencerminkan prinsip efisiensi komunikasi yang tetap mengedepankan ketepatan makna dan kekuatan retorik.

Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uslūb al-ījāz dan al-itnāb tidak dapat dipahami hanya sebagai klasifikasi gaya bahasa dalam ilmu balāghah, tetapi harus dilihat sebagai strategi retorik yang dinamis dalam proses komunikasi. Selama ini, kajian balāghah cenderung menempatkan kedua konsep tersebut dalam ranah struktural dan normatif, tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan fungsi komunikatifnya.

Melalui analisis terhadap khutbah Arab, penelitian ini memperkuat bahwa al-ījāz dan al-itnāb memiliki hubungan erat dengan teori komunikasi persuasif, khususnya dalam aspek efektivitas penyampaian pesan. Dengan demikian, balāghah dapat diposisikan tidak hanya sebagai ilmu bahasa, tetapi juga sebagai bagian dari kajian komunikasi, retorika, dan bahkan psikologi bahasa. Ini membuka ruang integrasi antara studi klasik balāghah dengan pendekatan linguistik modern dan ilmu komunikasi.

2. Implikasi Praktis dalam Khutbah dan Dakwah

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi para khatib dan dai dalam menyusun materi khutbah yang lebih efektif. Penggunaan al-ījāz dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan inti secara singkat namun kuat, terutama pada bagian pembukaan dan penutup khutbah. Sementara itu, al-itnāb dapat digunakan untuk memperdalam pemahaman audiens melalui penjelasan, pengulangan, dan elaborasi makna.

Jika dianalisis lebih jauh, keberhasilan khutbah tidak hanya ditentukan oleh isi materi, tetapi juga oleh cara penyampaiannya. Khatib yang mampu mengombinasikan al-ījāz dan al-itnāb secara proporsional akan lebih mampu menarik perhatian, menjaga fokus, serta menggugah emosi jamaah. Dengan demikian, pemahaman terhadap balāghah menjadi kebutuhan praktis, bukan sekadar pengetahuan teoritis.

3. Implikasi dalam Pembelajaran Bahasa Arab

Dalam konteks pendidikan, khususnya pada program studi Pendidikan Bahasa Arab, penelitian ini memberikan arah baru dalam pengajaran balāghah. Selama ini, pembelajaran balāghah sering kali bersifat teoritis dan berorientasi pada hafalan definisi serta klasifikasi. Akibatnya, mahasiswa kurang mampu mengaplikasikan konsep tersebut dalam praktik komunikasi.

Melalui pendekatan yang mengaitkan al-ījāz dan al-itnāb dengan komunikasi persuasif, pembelajaran balāghah dapat diarahkan menjadi lebih kontekstual dan aplikatif. Mahasiswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menggunakannya dalam berbicara, menulis, dan berdakwah. Hal ini sejalan dengan tujuan pendidikan bahasa yang tidak hanya menekankan aspek pengetahuan, tetapi juga keterampilan berbahasa secara nyata.

4. Implikasi terhadap Pengembangan Retorika Islam

Penelitian ini juga memiliki implikasi dalam pengembangan retorika Islam kontemporer. Di era modern, tantangan dakwah semakin kompleks, sehingga diperlukan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dan relevan. Dalam hal ini, uslūb al-ījāz dan al-itnāb dapat menjadi salah satu instrumen penting dalam membangun retorika dakwah yang kuat dan adaptif.

Dari hasil analisis, terlihat bahwa fleksibilitas dalam penggunaan kedua gaya bahasa ini memungkinkan khatib untuk menyesuaikan pesan dengan berbagai kondisi audiens, baik dari segi tingkat pendidikan, latar belakang sosial, maupun kondisi psikologis. Dengan demikian, balāghah tidak hanya relevan dalam teks klasik, tetapi juga memiliki peran strategis dalam menjawab kebutuhan komunikasi dakwah di era kontemporer.

5. Implikasi terhadap Penelitian Lanjutan

Penelitian ini membuka peluang bagi kajian lanjutan yang lebih mendalam dan luas. Salah satu arah pengembangan yang dapat dilakukan adalah penelitian empiris mengenai pengaruh penggunaan al-ījāz dan al-itnāb terhadap respons audiens dalam khutbah secara langsung. Selain itu, kajian komparatif antara khutbah Arab klasik dan modern juga dapat memberikan gambaran mengenai perkembangan gaya retorik dalam dakwah.

Lebih lanjut, integrasi antara balāghah dan ilmu komunikasi modern masih menjadi ruang yang sangat potensial untuk dikembangkan. Dengan pendekatan interdisipliner, kajian balāghah dapat memberikan kontribusi yang lebih luas, tidak hanya dalam studi bahasa Arab, tetapi juga dalam kajian komunikasi, pendidikan, dan dakwah secara umum.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa uslūb al-ījāz dan al-itnāb dalam khutbah Arab tidak hanya berfungsi sebagai struktur kebahasaan yang bersifat formal, tetapi juga sebagai strategi retorik yang memiliki peran signifikan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif. Kedua gaya bahasa ini digunakan secara sistematis oleh khatib untuk mengatur kepadatan dan keluasan makna, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara optimal oleh audiens. Al-ījāz menghadirkan kekuatan pada kepadatan makna dan ketegasan ungkapan, sedangkan al-itnāb memberikan ruang bagi penjelasan, penegasan, dan penguatan pesan melalui elaborasi bahasa.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan al-ījāz dan al-iṭnāb memiliki keterkaitan erat dengan kondisi psikologis mukhāṭab serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai dalam khutbah. Al-ījāz cenderung digunakan dalam situasi yang menuntut penyampaian pesan secara cepat, tegas, dan mudah diingat, terutama pada bagian pembukaan dan penutup khutbah. Sebaliknya, al-iṭnāb lebih dominan digunakan ketika audiens membutuhkan penjelasan mendalam, penguatan makna, atau dorongan emosional, seperti dalam penyampaian tema-tema keimanan, taubat, dan peringatan akhirat. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan gaya bahasa dalam khutbah bersifat kontekstual dan sangat dipengaruhi oleh situasi komunikasi.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada pengungkapan hubungan antara variasi uslūb al-ījāz dan al-iṭnāb dengan efektivitas komunikasi persuasif dalam khutbah Arab, serta penjelasan mengenai gradasi fungsi retorik keduanya dalam konteks dakwah. Temuan ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian balāghah, khususnya dalam memahami bahwa keindahan bahasa Arab tidak hanya terletak pada aspek estetika, tetapi juga pada ketepatan penggunaannya dalam membangun komunikasi yang efektif, kontekstual, dan mampu memengaruhi audiens secara intelektual maupun emosional.

Daftar Pustaka

- Al-Hāsyimī, Aḥmad, *Jawāhir al-Balāghah fī al-Ma‘ānī wa al-Bayān wa al-Badī‘* (Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, t.t.).
- Al-Jārim, ‘Alī, dan Muṣṭafā Amīn, *Al-Balāghah al-Wāḍiḥah* (Kairo: Dār al-Ma‘ārif, t.t.).
- Al-Suyūṭī, Jalāl al-Dīn, *Al-Itqān fī ‘Ulūm al-Qur’ān* (Beirut: Dār al-Fikr, t.t.).
- Al-Zarkasyī, Badr al-Dīn, *Al-Burhān fī ‘Ulūm al-Qur’ān* (Beirut: Dār Iḥyā’ al-Kutub al-‘Arabiyyah, t.t.).
- Az-Zarqānī, Muḥammad ‘Abd al-‘Azīm, *Manāhil al-‘Irfān fī ‘Ulūm al-Qur’ān* (Beirut: Dār al-Fikr, t.t.).
- Al-Zuhailī, Wahbah, *Al-Tafsīr al-Munīr fī al-‘Aqīdah wa al-Sharī‘ah wa al-Manhaj*, 10 jilid (Damaskus: Dār al-Fikr, 2003).
- Hafidah, *Ilmu Ma‘ānī* (Surakarta: Fakultas Adab dan Bahasa IAIN Surakarta, 2019).
- Hasbi Ash-Shiddieqy, *Sejarah dan Pengantar Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* (Jakarta: Bulan Bintang, 1994).
- Innihayatus Sa’adah, Hurin, ‘Analisis Kontrastif “Al-ijaz” Balaghah dalam Bahasa Arab dan Bahasa Indonesia’, *Al-Fakkar: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Arab*, 2.2 (2021), hlm. 93.
- Khamim, dan Ahmad Subakir, *Ilmu Balaghah: Dilengkapi dengan Contoh-Contoh Ayat, Hadits Nabi dan Syair Arab* (Kediri: IAIN Kediri Press, 2018).
- Mustaqim, Abdul, *Metode Penelitian Al-Qur’an dan Tafsir* (Yogyakarta: Idea Press, 2015).
- Nuha, Ulin, *Studi Ilmu Balaghah: Pengantar Memahami Balaghah Al-Qur’an dan Balaghah Al-Lughah Al-‘Arabiyyah* (Yogyakarta: CV Istana Agency, 2021).
- Qaṭṭān, Mannā‘ al-, *Mabāḥits fī ‘Ulūm al-Qur’ān* (Beirut: Mu’assasah al-Risālah, 1990).
- Shihab, M. Quraish, *Membumikan Al-Qur’an* (Bandung: Mizan, 1992).