

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Retorika

1. Pengertian Retorika

Retorika jika didasarkan kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan kecakapan dan keefektifitasan dalam berbicara atau study mengenai efisiensi penggunaan secara efektif ketika kegiatan karang-mengarang atau seni berdakwah yang indah dan menakjubkan.¹ Aristoteles seorang filsuf Yunani kuno, *the art of persuasion* (seni dalam mempengaruhi) berpendapat retorika ialah seni kecakapan berbicara maupun Teknik serta seni berbahasa di tengah khalayak ramai, sementara Robert penn warren serta cleant brooks dalam salah satu buku modern rethoric mengasumsikan retorika the art of using language effectively (seni penerapan keefektifan berbahasa). Sehingga retorika diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan dengan menampilkan kecakapan berbahasa guna mendapatkan atensi publik.²

Retorika juga dikatakan suatu seni berbicara oleh seseorang secara lisan dan tatap muka secara langsung. Berpidato supaya mampu menunjukkan keberadaan diantara publik, tidak hanya omong kosong, namun bercakap-cakap dengan menarik (atraktif), menghibur (rekreatif), informatif, serta berpengaruh (persuasif). Atau seseorang yang berpidato dengan seni bahasa atau yang dikenal dengan retorika.³

Retorika sebagai ilmu *linguistic* terkhusus pengetahuan bina bicara (*speacherziehung*), yang meliputi:

a. Monologika

Monologika ialah pengetahuan seni berbahasa monolog, dimana orang yang berbahasa hanya berjumlah satu, Contoh monologika yaitu ceramah, makalah, kata sambutan, kata sambutan, pidato, kulian, serta deklamasi.

b. Dialogika

Dialogika ialah seni berbahasa dengan dialog, yakni pembicaraan yang melibatkan dua orang atau lebih dan masing-masing memiliki kesempatan pada satu topik

¹ <https://kbbi.web.id>

² Samsul munir amin, *Ilmu dakwah* (Jakarta: Amzah).171

³ Dean J Champion, *metode dan masalah penelitian*, (bandung: refika aditama 1998)

pembicaraan. Contohnya debat, percakapan, perundingan, tanya jawab, dan diskusi.

c. Pembinaan Teknik Bicara

Evektifitas dialogika dan monologika dipengaruhi oleh teknik yang digunakan, bahkan teknik bicara diasumsikan suatu syarat bagi retorika. Pada bagian ini lebih difokuskan terhadap pelatihan Teknik mengucap, bina suara, bernafas, bercerita serta membaca.⁴

2. Sejarah Retorika

Pada abad ke 5 SM (Sebelum Masehi) Istilah Retorika digunakan pertama kalinya di Yunani. Tepatnya pada era kesuksesan Yunani sebagai pusat pengetahuan serta kebudayaan. Filsafat Yunani banyak bersaing menemukan hakikat sejati, yang menyebabkan kemajuan ide serta pemikiran tumbuh dengan pesat. Hal tersebut berdampak hingga wilayah Timur seperti India, Persia, Mesir, serta Kawasan sekitarnya.⁵

Aristoteles merupakan salah seorang yang berkontribusi dalam perkembangan tersebut. Filsuf ini lahir tahun 384 M dari seorang tabib pribadi Raja Amyntas III yang bernama Nicomachus di kota Stagira, Chalcidice, Thracia, Macedonia tengah. Kepopuleran teori Aristoteles mampu menghasut keyakinan agama lain serta budaya barat. Beberapa teori yang dicetuskan Aristoteles diantaranya ilmu retorika, filosofia, logika, etika, dan lainnya. Aristoteles berasumsi keseluruhan cabang pengetahuan bersumber pada satu ilmu, yakni filsafat.⁶

Pada pengetahuan retorika, Definisi yang dikemukakan Aristoteles ialah suatu seni yang mengandung nilai khusus yang terdiri atas keadilan dan kebenaran yang bersifat kuat di masyarakat. Kemudian Aristoteles kemudian menekankan jika manusia memiliki variasi emosional, hal tersebut bisa dipergunakan oleh orator guna menghasut para audiensnya. Selanjutnya, Retorika mengandung kekuatan, salah satunya menurut Aristoteles ialah mampu melestarikan suatu fakta melalui kata-kata. Tujuan sebenarnya ialah guna menghasilkan dan memperlihatkan bukti dari makna tersirat yang dibicarakan

⁴ P. dori wuwur hendrikus, retorika: terampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi (Yogyakarta: kanisius 1991)

⁵ Isbandi Sutrisno, Dan, and Ida Wiendijarti, "Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan Dan Ketrampilan Berpidato," Jurnal Ilmu Komunikasi 12, no. 1 (2014): 70–84.71-72

⁶ Dini Anggraeni Saputri, "Aristoteles; Biografi Dan Pemikiran," Filsafat Ilmu (2017): 1–6. 2

sehingga hal-hal yang diutarakan mampu dipertanggungjawabkan.⁷

Definisi retorika berdasarkan pendapat Aristoteles diantaranya:

- a. Suatu keunikan/seni untuk menarik perhatian pihak lain dengan memanfaatkan keindahan kata-kata atau verbal.
- b. Pengetahuan dasar dalam menerapkan efektifitas kata-kata.
- c. Seni bicara yang berupa ajakan serta pengaruh terhadap pendengar.
- d. Gagasan atau ide untuk mengambil fokus atensi orang yang mendengarkan.

Empat manfaat retorika menurut Aristoteles, yaitu:

- a. Defensif, guna menjaga dan memegang kuat pendapat saat menghadapi lawan. Pengetahuan retorika berguna sebagai pertahanan penalaran seseorang, yang menguatkan pendapatnya saat diserang oleh pendapat kuat lainnya.
- b. Sugestif, mampu memberikan sugesti lawan agar mengikuti kondisi yang diharapkan, sehingga mampu menguasai suatu kumpulan serta dapat melawan pendapat lawan secara tepat.
- c. Kolektif, sebagai Teknik pembelaan kebenaran yang minoritas yang memunculkan kepekaan pada orang lain terhadap fakta tersebut.
- d. Instruktif, sebagai instruksi atau arahan masyarakat dalam penalaran logika secara sistematis.⁸

Richard berpendapat jenis retorika dibagi menjadi tiga macam pada doktrin Aristoteles. Antara lain:

- a. Retorika demonstrative, retorika yang berkaitan erat dengan wacana tuduhan atau pujian guna menambah kuat kualitas seseorang dari segi kebaikan dan keburukan.
- b. Retorika Forensik, retorika yang memprioritaskan masa lalu dalam menetapkan kebenaran dan kesalahan.
- c. Retorika Deliberative, retorika yang bertujuan menetapkan tindakan yang diperbolehkan atau dilarang dalam masyarakat.⁹

Pemanfaatan retorika dipisahkan menjadi tiga macam, yakni:

- a. Retorika Spontan dan Intuisif, bersifat spontan tanpa penggunaan ulasan serta gaya bicara terstruktur.

⁷ Sutrisno, Dan, and Wiendijarti, "Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan Dan Ketrampilan Berpidato." .76

⁸ Sunarto, *Retorika Dakwah* (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato). 23

⁹ Sutrisno, Dan, and Wiendijarti, "Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan Dan Ketrampilan Berpidato." . 73

- b. Retorika Tradisional, berbahasa dengan teknik tradisional (konvensional) yakni Teknik warisan generasi terdahulu.
- c. Retorika Terencana, retorika dipersiapkan terlebih dahulu, oleh karena itu, diksi dan tata bahasa dirangkai sedemikian rupa hingga terarah dan jelas.¹⁰

3. Tujuan dan Fungsi Retorika

a. Tujuan Retorika

Retorika diartikan sebagai persuasi, dalam artian suatu seni perancangan argumen serta pembentukan teks pidato. Sedangkan persuasi bermakna teknik komunikasi seperti bujukan, permintaan, ajakan, yang bersifat lebih emosional, dari segi efeksi manusia.¹¹

Secara umum tujuan retorika ialah:

- 1) *To inform*, memberi pengarahan serta penjelasan terhadap publik, untuk memberi pencerahan yang dapat memperdalam suatu pengertian dengan optimal.
- 2) *To convince*, memperkuat keyakinan serta menginsafkan
- 3) *To inspire*, menginspirasi melalui metode serta teknik penyampaian yang efisien.
- 4) *To entertain*, menghibur, memuaskan, menyenangkan, atau memanjakan.
- 5) *To ectuate* (to pun into action), menggerakkan serta membimbing agar berperilaku, menetralkan dengan melakukan gagasan yang disampaikan orator didepan publik.

b. Fungsi Retorika.

Tujuan memperdalam retorika ada empat menurut Aristoteles, yaitu :

- 1) Korektif, mendukung fakta yang sering kalah karena ketidakmampuan mempertahankan argumennya.
- 2) Instruktif, membina seseorang yang tidak dapat diyakinkan dengan penalaran,
- 3) Sugestif, memberi nasehat cara menahan serangan pendapat lawan hingga mengendalikan keadaan,
- 4) Defensif, alat penguat mental ketika melawan musuh.¹²

¹⁰ Sunarto, *Retorika Dakwah* (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato). 33

¹¹ Anwar Arifin, *dakwah kontemporer: sebuah study komunikasi* (Yogyakarta: graha ilmu 2011). 261

¹² Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern*, (Bandung : Akademika, 1982). 4

Fungsi retorika menurut I Gusti Ngurah Oka, ialah :

- 1) Memberikan ilustrasi mengenai manusia terutama serta interaksi berbicara secara jelas.
- 2) Memperlihatkan cuplikan mengenai bahasa serta perkara yang biasanya menjadi tema pembicaraan.
- 3) Memberi pengarahan mengenai
 - a) Teknik pemilihan tema pembicaraan.
 - b) Teknik mengamati serta analisis tema pembicaraan dalam menentukan tanggapan persuasif serta objektif.
 - c) Faktor yang ehndaknya diperhatikan ketika dalam rangka menentukan tanggapan non-artistik.
 - d) Penentuan jenis pembicaraan yang sesuai dengan capaian akhir.
 - e) Pengelolaan unsur pembicaraan dan penempatan tanggapan pada bagian pembicaraan
 - f) Penentuan isi bahasa serta strukturnya menjadi kalimat yang utuh, beragam, serta padu dan selaras.
 - g) Penentuan gaya bicara dan bahasa ketika tampil berbicara.¹³

Berdasarkan paparan sebelumnya, diperoleh suatu kesimpulan, yaitu:

- a) Secara positif, ilmu menggambarkan pemahaman terkait peristiwa retorika di seluruh aktivitas berbicara dengan lebih baik.
- b) Secara normatif, memberi arahan serta pedoman mengenai Teknik menyampaikan pemikiran (pembicaraan) secara terbuka serta lebih meyakinkan.
- c) Secara khusus, ilmu ini membimbing dalam persiapan, pembuatan dan proses pengutaraan pidato.¹⁴

4) Retorika Dalam Dakwah

Masing-masing wujud komunikasi merupakan suatu adegan. sehingga penutur sebaiknya bisa mendramatisir lawan bicara. Ketika seseorang bisa menyampaikan cerita, maka ia memiliki

¹³ I Gusti Ngurah Oka, *Retorika, Sebuah Tinjauan Pengantar* (Bandung : Terate, 1976). 65-66, dikutip oleh A. Sunarto, *Retorika Dakwah*, (Surabaya : Jaudar Press, 2014), 24

¹⁴ A. Sunarto, *Retorika Dakwah*, (Surabaya : Jaudar Press, 2014). 24

bakat untuk berpidato atau sebagai pendakwah. Pada kegiatan dakwah, retorika-yang mampu mengubah penyampaian dakwah secara lebih tepat sasaran, khususnya dalam melakukan sosialisasi agama Islam, sehingga penguasaan retorika yang baik perlu dipelajari oleh pendakwah.¹⁵

Keterkaitan tujuan retorika dengan dakwah yang utama ialah “memberikan pengaruh pendengar”. Hal tersebut disebabkan perlunya metode yang efektif untuk memengaruhi masyarakat umum. Misalnya penggunaan retorika yang ampuh dalam mempengaruhi lawan supaya setuju serta menaati hal yang disampaikan. Dakwah adalah sarana komunikasi menghubungkan, memberikan, dan menyerahkan segala gagasan, cita-cita dan rencana kepada orang lain dengan motif menyebarkan kebenaran sejati.

B. Gaya Bahasa

Gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata latin stilus. Karena perkembangan, gaya bahasa atau style menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Sebabitu, persoalan gaya bahasa meliputi semua hirarki kebahasaan. Akhirnya style atau gaya bahasa dapat di batasi sebagai cara memngungkapkan pikiran mlalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian pemakai bahasa.¹⁶ Adapun macam-macam gaya bahasa terbagi menjadi beberapa macam, sebagai berikut:

1. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapatlah dibedakan: gaya bahasa resmi (bukan bahasa resmi), gaja bahasa takresmi dan gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa dalam tingkatan bahasa nonstandar tidak akan dibicarakan di sini, karena tidak akan berguna dalam tulisan-tulisan ilmiah atau ilmiah populer. Berdasarkan pilihan kata, terbagi menjadi tiga jenis, sebagai berikut:

¹⁵ Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika*, (Bandung : CV. Setia Pustaka, 2013).132

¹⁶ Furqanul Aziez dan Chaedar Alwasilah, *Pengajaran Bahasa Komunikatif Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996). 17

a. Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya yang lengkap, gaya yang dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, gaya yang dipergunakan oleh mereka yang diharapkan mempergunakannya dengan baik dan terpelihara. Amanat kepresidenan, berita negara, khotbah-khotbah mimbar, tajuk rencana, pidato-pidato yang penting, artikel-artikel yang serius atau esei yang memuat subyek-subyek yang penting, semuanya dibawakan dengan gaya bahasa resmi.

b. Gaya Bahasa Tidak Resmi

Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak krmal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu konservatif. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, artikel-artikel iningguan atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, editorial, kolumnis, dan sebagainya. Singkatnya gaya bahasa tak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar.

c. Gaya Bahasa Percakapan

Sejalan dengan kata-kata percakapan, terdapat juga gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa ini, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun di sini harus ditambahkan segi-segi morfologis dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak terlalu diperhatikan, demikian pula segi-segi morfologis yang biasa diabaikan sering dihilangkan. Kalau dibandingkan dengan gaya bahasa resmi dan gaya bahasa tak resmi, maka gaya bahasa percakapan ini dapat diumpamakan sebagai bahasa dalam pakaian sport. Itu berarti bahasanya masih lengkap untuk suatu kesempatan, dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan, tetapi kebiasaan ini agak longgar bila dibandirigkan dengan kebiasaan pada gaya bahasa resmi dan tak resmi.¹⁷

2. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dan rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah

¹⁷ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010). 118

wacana. Sering kali sugesti ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dan pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan. Dengan latar belakang ini gaya bahasa dilihat dan sudut nada yang terkandung dalam sebuah wacana, dibagi atas: gaya yang sederhana, gaya mulia dan bertenaga, serta gaya menengah, sebagai berikut:

a. Gaya Sederhana

Gaya ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab itu untuk mempergunakan gaya ini secara.

b. Gaya Mulia dan Bertenaga

Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas dan enersi, Ia biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas pembicara, tetapi juga dapat mempergunakan nada keagungan dan kemuliaan. Tampaknya hal ini mengandung kontradiksi, tetapi kenyataannya memang demikian. Nada yang agung dan mulia akan anggup pula menggerakkan emosi setiap pendengar. Dalam keagungan, terselubung sebuah tenaga yang halus tetapi secara aktif ia meyakinkan bekerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Khotbah tentang kemanusiaan dan keagamaan, kesusilaan dan ketuhanan biasanya disampaikan dengan nada yang agung dan mulia. Tetapi di balik keagungan dan kemuliaan itu terdapat tenaga penggerak yang luar biasa, tenaga yang benar-benar mampu menggetarkan emosi para pendengar atau pembaca.

c. Gaya Menengah

Gaya menengah adalah gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Karena tujuannya adalah menciptakan suasana senang dan damai, maka nadanya juga bersifat lemah-lembut, penuh kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Pada kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta, pertemuan, dan rekreasi, orang lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian. Akan ganjillah rasanya, atau akan timbul disharmoni, kalau dalam suatu pesta pernikahan ada orang yang memberi sambutan berapi-api, mengerahkan segala emosi dan tenaga untuk menyampaikan sepatah kata. Para

hadirin yang kurang waspada akan turut terombang-ambing dalam permainan emosi semacam itu.¹⁸

3. Gaya Bahasa Berdasarkan Langsung/Tidaknya Makna

a. Gaya Bahasa Retoris

Gaya bahasa retoris atau non-perbandingan dilihat dari segi internal struktur linguistik, khususnya struktur sintaksisnya yang tidak menggunakan perbandingan atau perumpamaan untuk mendapatkan makna khusus.¹⁹

1) Aliterasi

Aliterasi adalah gaya bahasa yang berwujud perulangan konsonan yang sama. Biasanya dipergunakan dalam puisi, kadang-kadang dalam prosa, untuk perhiasan atau untuk penekanan

Contoh:

“Susah sungguh saya sampaikan Degub-degub di dalam kalbu”.

2) Asonansi

Asonansi adalah gaya bahasa yang berwujud perulangan bunyi vokal yang sama.

Misalnya: *“Ini muka penuh luka siapa punya”*

3) Anastrof

Anastrof atau inversi adalah semacam gaya retoris yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat

Contoh :

“Pergilah ia meninggalkan kami, keheranan kami melihat kepergiannya”.

4) Apofasis

Apofasis atau disebut juga preterisio merupakan sebuah gaya di mana penulis atau pengarang menegaskan sesuatu, tetapi tampaknya menyangkal. Berpura-pura membiarkan sesuatu berlalu, tetapi sebenarnya ia menekankan hal itu. Berpura-pura melindungi atau menyembunyikan sesuatu, tetapi sebenarnya memamerkannya.

Misalnya:

¹⁸ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010). 115 –116

¹⁹ Ngusman Abdul Manaf, *Semantik Bahasa Indonesia*, (Padang: UNP Press Padang, 2010). 129

“*Saya tidak mau mengungkapkan dalam forum ini bahwa Saudara telah menggelapkan ratusan juta rupiah uang negara. Pada contoh tersebut, penulis menjelaskan bahwa ia tidak mau mengungkapkan atau ingin menyembunyikan suatu hal tetapi sebenarnya ia mengungkapkannya juga*”.

5) Apofastrof

Adalah semacam gaya yang berbentuk pengalihan amanat dari para hadirin kepada sesuatu yang tidak hadir. Cara ini biasanya dipergunakan oleh orator klasik. Dalam pidato yang disampaikan kepada suatu massa, sang orator secara tiba-tiba mengarahkan pembicaraannya langsung kepada sesuatu yang tidak hadir; kepada mereka yang sudah meninggal, atau kepada barang atau obyek khayalan atau sesuatu yang abstrak, sehingga tampaknya ia tidak berbicara kepada para hadirin.

Contoh:

“*Hai kamu dewa-dewa yang berada di surga, datanglah dan bebaskanlah kami dari belenggu penindasan ini*”

b. Gaya Bahasa Kiasan

Gaya bahasa kiasan atau perbandingan dibentuk dengan membandingkan sesuatu dengan hal lain yang mempunyai ciri yang sama. Kesamaan ciri antara objek terbanding dengan objek pembanding inilah yang menjadi sumber utama pemaknaan gaya bahasa kiasan.²⁰

1) Persamaan atau *Simile*

Persamaan atau simile adalah perbandingan yang bersifat eksplisit. Dalam perbandingan eksplisit sesuatu yang dimaksudkan dengan sesuatu yang lain dengan menggunakan kata perumpamaan atau pembanding secara eksplisit, misalnya seperti, bagaikan, laksana, bak, sama dengan.

Contohnya:

“*Pipinya bagaikan pauh dilayang. Pelitnya bak keping batu*”.

2) Metafora

Menurut Cruse, “Secara sederhana metafora dapat didefinisikan sebagai penggunaan kata atau frasa untuk makna yang berbeda dari makna literalnya”. Metafora

²⁰ Ngusman Abdul Manaf, *Semantik Bahasa Indonesia*, (Padang: UNP Press Padang, 2010). 134

Chairil Anwar yang sangat terkenal di dalam puisi “Aku”, yakni aku ini binatang jalang, adalah hasil dari penelusuran si penyair atas similaritas di antara binatang dan seorang manusia fiktif (aku-lirik), yang dipandang memiliki sifat yang sama-sama jalang.²¹

3) Alegori

Alegori adalah suatu cerita singkat yang mengandung kiasan. Makna kiasan ini harus ditarik dari bawah permukaan ceritanya. Dalam alegori, nama-nama pelakunya adalah sifat-sifat yang abstrak, serta tujuannya selalu jelas tersurat.⁶¹ Ratih memberikan pengertian alegori lebih singkat yaitu gaya bahasa yang menyatakan suatu hal dengan cara lain, melalui kiasan atau gambaran. Contohnya, “*iman adalah kemudi dalam mengarungi zaman*”

4) Personifikasi

Dengan gaya bahasa ini, benda-benda mati, seperti “dinding kamar” dan “hujan”, atau benda-benda alam seperti “matahari” dan “pohon”, seolah-olah bernyawa dan melakukan sesuatu atau menjadi manusiawi. Berikut ini adalah petikan sajak Eka Budianta; “Sketsa di Tepi Mahakam”: Duduk di tepianmu/ Aku adalah sepotong kayu/ Yang berlumut dan ditumbuhi bunga/ Sementara itu engkau, Mahakam/ Sabar, pemurah dan sudah tua. Sepotong kayu dapat bercakap, sementara sungai Mahakam memiliki sifat-sifat manusia, seperti sabar, tua, dan murah hati.²²

5) Alusi

Alusi adalah semacam acuan yang berusaha mensugestikan kesamaan antara orang, tempat, atau peristiwa. Biasanya, alusi ini adalah suatu referensi yang eksplisit atau implisit kepada peristiwa-peristiwa, tokoh-tokoh, atau tempat dalam kehidupan nyata, mitologi, atau dalam karya-karya sastra yang terkenal.

Contoh:

“kartini kecil itu turut memperjuangkan persamaan haknya”.

²¹ Kris Budiman, *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011). 85

²² Melani Budianta, dkk., *Membaca Sastra-Pengantar Memahami Sastra untuk Perguruan Tinggi*, (Magelang: Indonesia Tera, 2006). 41

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara bahasa bermakna mengajak, yang berasal dari bahasa Arab, *Da'a-Yad'u-Da'wan*. Sedangkan dalam istilah berarti suatu bentuk aktivitas yang memahami keislaman serta memengaruhi orang lain bertindak secara terpuji dengan metode yang efisien sehingga target mampu menerapkan Islam di semua aspek kehidupannya.²³

Makna dakwah berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah penyebaran keyakinan dan peningkatan kemajuannya di lingkungan masyarakat; perintah untuk meyakini, mempelajari, serta menerapkan keyakinan tersebut.²⁴

Secara bahasa, Arti dakwah dari beberapa ahli, yaitu pada kitab *Hidayat al Mursyidin* karya Syeikh Ali Makhfuz sebagai motivasi untuk berbuat kebajikan serta sesuai aturan, mengajak mereka berperilaku baik serta memberi larangan berbuat keburukan supaya memperoleh kebahagiaan dunia akhirat. Selain itu dakwah menurut sudirman ialah bentuk realisasi keislaman pada fakta kehidupan sehari-hari baik bagi individu atau kelompok sebagai pedoman hidup dalam membangun bangsa yang diridhai Allah.

Sedangkan pengertian dakwah secara istilah menurut beberapa pakar adalah sebagai berikut:

- a. Ibn Taimiyah
Menyatakan bahwa dakwah adalah seruan untuk beriman kepada-Nya dan pada ajaran yang dibawa para utusan-Nya, membenarkan berita yang mereka sampaikan dan mentaati perintahNya.
- b. Syekh Ali Mahfudz
Menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka kepada kebiasaan baik dan melarang mereka kepada kebiasaan buruk supaya beruntung di dunia dan akhirat.
- c. Prof. Toha Yahya Oemar
Menyatakan bahwa dakwah adalah upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dunia dan akhirat

²³ Aziz, Ilmu Dakwah: Edisi Revisi.19

²⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005: 232

- d. Hamzah Ya'qub
Menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- e. Prof. Dr. Hamka
Menyatakan bahwa dakwah adalah seruan atau panggilan untuk menganut suatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memerintahkan *amar ma'ruf nahi munkar*.²⁵
- f. Muhammad Nasir
Menyatakan bahwa dakwah ialah upaya mengemukakan dan menjelaskan kepada individu atau pun semua manusia mengenai gambaran serta tujuan manusia hidup mencakup *amar ma'ruf nahi munkar*, melalui perangkat yang bervariasi dan metode sesuai akidah sekaligus membina pengalaman di kehidupan antar individu, rumah tangga (*usrah*), masyarakat serta negara.

Dengan demikian, dapat disimpulkan pengertian dakwah berdasarkan pengertian sebelumnya, yakni:

- a. Dakwah ialah program pelaksanaan suatu kegiatan yang dilaksanakan secara sengaja, sadar, serta terencana untuk mengajak pihak lainnya supaya menimbulkan suatu pemahaman, serta penerapan dan pengamalan aturan agama secara sukarela.
- b. Upaya yang diterapkan diantaranya berupa seruan untuk meyakini dan taat Allah/masuk Islam; berbuat baik, dan menjalin hubungan masyarakat (*ishlah*); menjauhi keburukan.
- c. Lapangan dakwah sangat luas yakni mencakup seluruh kegiatan baik individu, sebagai hamba Tuhan, anggota kumpulan bahkan sebagai warga negara secara utuh.²⁶

2. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah ialah aktivitas berupa ajakan, seruan terhadap manusia supaya mempercayai perintah Allah guna mendapatkan kebahagiaan dunia akhirat sesuai firman Allah:

²⁵ Suparta dan Hefni, *Metode Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2003).7

²⁶ Siti muriah, *mertodelogi dakwah kontemporer* (Yogyakarta: mitra Pustaka 2000). 6

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang 21 lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”(QS.An Nahl : 125)

Makna firman tersebut menurut para ulama berpendapat bahwa, membahas mengenai bagaimana penyampaian dakwah. Ayat tersebut menjelaskan tiga teknik berdakwah diantaranya:

- a. *Bil Hikmah*, penyampaian materi dakwah berupa penjelasan yang mendalam dan menyeluruh, sehingga dapat dipahami oleh obyek dakwah. Metode ini biasa digunakan oleh orang-orang cendekiawan, yakni orang mampu menjelaskan pesan-pesan dakwah yang baik dan benar
- b. *Bil Mauidhatul Hasanah* penerapan dakwah dengan menggunakan nasehat-nasehat yang baik. Metode ini biasa digunakan untuk orang awam untuk memberi kepuasan terhadap sasaran dakwah, seperti memberikan pengajaran dan nasehat-nasehat yang menggembirakan
- c. *Bil Mujadalah* yakni, dakwah dengan memperlihatkan kesederhanaan serta sikap penyayang dalam islam. Umumnya berbentuk dialog atau berbagi pendapat yang disesuaikan keadaan lingkungan sekitar. Namun dengan mempertahankan kesopansantunan dalam berbicara serta tidak memicu emosi. Kesuksesan dakwah dipengaruhi oleh indikator penting yang dikenal dengan unsur dakwah, meliputi:
 - 1) Subjek dakwah, yaitu pelaku dakwah atau da’I yang merupakan kunci utama kesuksesan dakwah
 - 2) Materi dakwah ialah bahan ajaran yang akan diberikan, subjek dakwah diwajibkan mempunyai penguasaan materi secara keseluruhan.
 - 3) Objek dakwah merupakan target/sasaran dakwah, yakni audiens maupun pendengar. Subjek mengetahui dan memahami target atau objeknya, karena mendukung kelancaran aktivitas berdakwah itu sendiri.

- 4) Metode dakwah ialah teknik yang diterapkan subjek ketika berdakwah. Metode dakwah ada beragama, salah satunya sudah disebutkan sebelumnya.
- 5) Media dakwah yakni Alat atau sarana yang dimanfaatkan dalam berdakwah, sehingga membantu penguraian pesab materi sehingga meminimalisir kesalahpahaman oleh objek atau audiens.²⁷

3. Subjek Dakwah (*Da'i*)

Kata da'i berasal dari bahasa Arab bentuk mudzakar (laki-laki), kalau muannas (perempuan) di sebut da'iyah yang berarti orang yang mengajak. Dalam kamus Bahasa Indonesia, da'i diartikan orang yang pekerjaannya berdakwah, aktivitas dakwah dimanfaatkan untuk menyebarkan pengetahuan Islam. Atau dapat diartikan sebagai seseorang yang memberikan ajakan terhadap pihak lain melalui tulisan, lisan, tulisan, atau tindakan secara langsung maupun tidak langsung, supaya menerapkan ajaran keislaman atau menyebarkan ajaran Islam. Menerapkan usaha dalam merubah keadaan menjadi lebih baik sesuai aturan islam. Pendakwah pada posisi ini dinamakan subjek dakwah, atau pelaku dakwah yang terus aktif menyampaikan petunjuk keislaman.²⁸

Secara garis besar, subjek dakwah atau da'i mengandung dua pengertian yaitu:

- a. Subjek dakwah yang umum yaitu semua umat Islam yang mukallaf, sesuai dengan perintah "Ballighu „anni walaw ayat".
- b. Subjek dakwah yang khusus yaitu mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang dakwah Islam. Setiap orang yang melaksanakan aktivitas dakwah, hendaklah memiliki kepribadian yang baik agar bisa dicontoh tingkah lakunya dan menjadi uswatun hasanah bagi masyarakat

4. Obyek Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u atau objek dakwah adalah keseluruhan manusia sebagai makhluk Allah yang dibebani menjalankan agama Islam dan diberi kebebasan untuk berikhtiar, kehendak dan bertanggungjawab atas perbuatan sesuai dengan pilihannya. Objek dakwah dapat dibedakan dalam objek dakwah umum dan

²⁷ Nurwahidah Alimuddin, "Konsep Dakwah Dalam Islam," Jurnal Hunafa 4, no. No. 1, Maret 2007 (1977): 73-78.76

²⁸ Enjang. *Komunikasi Konseling dari Wawancara, Seni Mendengar, sampai Soal Kepribadian.* (Bandung : Penerbit Nuansa 2009). 73-74

khusus. Objek dakwah umum yaitu masyarakat luas yang meliputi umat dakwah (masyarakat nonmuslim) dan umat ijabah (kaum muslimin). Dakwah terhadap umat dakwah berarti suatu proses Islamisasi eksternal (dari luar), sementara dakwah terhadap umat ijabah berarti Islamisasi internal (di dalam). Objek dakwah khusus ialah objek dakwah yang sifatnya khusus yang memerlukan pendekatan berbeda dengan objek dakwah yang umum. Objek dakwah khusus tersebut antara lain: kelompok anak-anak, kelompok remaja, kelompok generasi muda, kelompok birokrat, kelompok intelektual, kelompok etnik tertentu dan sebagainya.²⁹

5. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam kitabullah maupun sunah rasul-Nya. Materi dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syari'ah, dan akhlaq dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya.³⁰

Secara umum materi dakwah dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Masalah Keimanan (Aqidah) Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah merupakan I'tiqod bathiniyyah yang mencakup masalah-masalah yang hubungannya erat dengan rukun iman.
- b. Masalah Keislaman (Syariat) Syariat merupakan seluruh hukum dan perundang-undangan yang ada di dalam Islam, baik yang berhubungan antara manusia dengan Tuhan (vertikal) yang disebut ibadah maupun antar manusia (horizontal) yang disebut muamalat.
- c. Masalah Budi Pekerti (Akhlaq al Karimah) Akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) hanya sebagai pelengkap, yakni untuk melengkapi dan menyempurnakan keimanan dan keislaman seseorang.³¹

6. Metode Dakwah (*Ushlub*)

Metode berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos*, merupakan gabungan dari kata *meta* yang berarti melalui, mengikuti, sesudah, dan kata *hodos* berarti jalan, cara. Sedangkan

²⁹ Samsul Munir Amin. Ilmu Dakwah. (Amzah: Jakarta. 2009).103

³⁰ Samsul Munir Amin. Ilmu Dakwah. (Amzah: Jakarta. 2009). 88

³¹ Samsul Munir Amin. Ilmu Dakwah. (Amzah: Jakarta 2009). 93

dalam bahasa Arab berarti thariq atau thariqah yang berarti jalan atau cara. Kata-kata tersebut identik dengan kata *al ushlub*. Ushlub secara bahasa yaitu jalan, seni.³²

Definisi di atas dapat dipahami bahwa metode dakwah (*ushlub al da'wah*) adalah suatu cara dalam melaksanakan dakwah, menghilangkan rintangan atau kendala-kendala dakwah agar mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien. Dengan kata lain, segala cara dalam menegakkan syari'at Islam untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, yaitu terciptanya kondisi kehidupan mad'u yang selamat dan sejahtera baik di dunia maupun di akhirat.

Metode dakwah dapat dilakukan dengan berbagai metode sebagai berikut:

- a. Metode ceramah Metode ceramah adalah metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan Metode tanya jawab Metode tanya jawab adalah metode yang dilakukan dengan menggunakan tanya jawab untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mad'u terhadap materi dakwah yang diterima. metode tanya jawab sifatnya membantu kekurangan-kekurangan yang terdapat pada metode ceramah.
- b. Metode diskusi Diskusi yang dimaksud sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat, dan sebagainya) antara sejumlah orang secara lisan untuk membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan secara teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran. Melalui metode diskusi, da'i dapat mengembangkan kualitas mental dan pengetahuan agama para peserta dan dapat memperluas pandangan tentang materi dakwah yang didiskusikan
- c. Metode propaganda (di'ayah) Metode propaganda adalah suatu upaya untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk massa secara massal, persuasif, dan bersifat otoritatif (paksaan). Pelaksanaan dakwah dengan metode ini dapat dapat menggunakan media, baik auditif, visual maupun audio visual. Kegiatannya dapat dilakukan melalui pengajian akbar, pertunjukan seni hiburan, pamflet dan lain-lain.

³² Moh Ali Aziz, Ilmu Dakwah, (Jakarta : Kencana Divisi dari Prenamedia Group, 2017), 306.

- d. Metode keteladanan Metode keteladanan adalah suatu cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan langsung sehingga mad'u akan tertarik untuk mengikuti apa yang dicontohkan da'i. Metode ini dapat digunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan akhlak, cara bergaul, cara beribadah, berumah tangga, dan segala aspek kehidupan manusia.
- e. Metode drama Dakwah dengan menggunakan metode drama adalah suatu cara memberikan materi dakwah dengan suatu pertunjukan. Drama dapat dipentaskan untuk menggambarkan kehidupan sosial menurut tuntunan Islam dalam suatu lakon dengan bentuk pertunjukan yang bersifat hiburan.
- f. Metode silaturahmi (home visit) Yaitu dakwah yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan kepada suatu objek tertentu dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada mad'u. Dakwah dengan metode ini dapat dilakukan melalui silaturahmi, menengok orang sakit, ta'ziah, dan lain-lain.³³

7. Media Dakwah (*Wasilah al-Da'wah*)

Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah, maksudnya dalam kegiatan dakwah berlangsung meski tanpa media. Media berasal dari Bahasa latin medius yang secara hafilah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). dalam Bahasa arab media sama denngan wasilah atau dalam bentuk jamak, wasail yang berarti alat atau perantara.³⁴

Media dakwah yaitu perantara yang digunakan untuk berkomunikasi, berinteraksi atau menyampaikan pesan dakwah dari subjek dakwah (*da'i*) ke objek dakwah (*mad'u*). Adapun macam-macam media dakwah yaitu:³⁵

³³ Samsul Munir Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. Amzah: Jakarta. 101-104

³⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana Divisi dari Prenamedia Group, 2017), 345

³⁵ Abdul Pirol, *Komunukasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta : Grup Penerbitan CV Budi Utama, 2018), 100

a. Media Komunikasi

1) Media tatap muka

Media tatap muka adalah merupakan media yang efektif dalam penyampaian informasi atau pesan, karena media dapat menghasilkan respon secara langsung. Contohnya: media ceramah, diskusi perkuliahan yang bersifat langsung merupakan media yang paling efektif dalam penyampaian pesan atau (tabligh) serta paling mampu melahirkan respon dari public

2) Media Audio Visual

Media yang berupa audio visual video seperti teater, film dan televisi. Media ini dapat digunakan untuk menerangkan ide atau pesan dengan metode modern seperti cerita atau kisah yang dibicarakan, bisa juga berupa pagelaran drama

3) Media Visual

Media visual dapat juga digunakan seperti: peta, foto-foto kejadian seperti bencana alam, foto-foto piung-puing, dan kehancuran akibat perang.³⁶

4) Media Elektronik

Agama Islam adalah agama yang mempunyai motivasi yang kuat dalam usaha mewujudkan dan membina masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual. Islam tidak memisahkan antara kehidupan beragama dan bernegara, oleh karena itu motivasi agama merupakan alat ampuh dalam menggelorakan semangat masyarakat dalam kehidupannya. Tujuan ini harus ditanamkan dan disosialisasikan melalui berbagai cara dan kegiatan seperti melalui media elektronik antara lain:³⁷

5) Radio

Radio adalah media elektronik yang paling dini dan sudah dipakai sejak lama serta sudah dikenal masyarakat. Radio merupakan salah satu sarana berdakwah yang efektif. Apalagi di segala penjuru bisa menjangkau dakwah dengan adanya radio

6) Televisi

Televisi merupakan sistem elektronik yang mengirimkan gambar diam dan gambar hidup bersama suara melalui

³⁶ Abdul Pirol, Komunukasi dan Dakwah Islam, 102

³⁷ Abdul Pirol, Komunukasi dan Dakwah Islam, 103

kabel atau ruang. Tv sebagai media dakwah, sangatlah efektif dengan kelenihannya sebagai audio visual; selain bersuara, juga dapat dilihat. Penggunaan Tv sebagai media, tentu saja bisa dilakukan dengan membuat program-program tayangan bermuatan pesan dakwah; baik berupa drama, ceramah, film-film atau pun kata-kata hikmah; sebagaimana telah banyakk ditayangkan di berbagai stasiun TV.

7) Internet

Dakwah dengan internet merupakan barang baru yang secara langsung berperan dalam menciptakan dunia yang mengglobal media ini, dapat menghubungkan antar individu penduduk dunia tanpa mengenal batas media ini akan sangat baik jika digunakan sebagai sarana dakwah dan sekaligus ciri utama era global.³⁸

8) Media Cetak

Media dakwah dalam islam sanagt banyak dan beraneka ragam bentuknya. Pada media cetak misalnya, penggunaanya dalam berdakwah berupa tulisan-tulisan yang mengarah kepada perbaikan masyarakat. Adapun media cetak yang digunakan dalam berdakwah antara lain: buku-buku, surat kabar, bulletin, tabloid dan majalah.³⁹

8. Tujuan Dakwah

Menurut M. Natsir sebagaimana yang dikutip oleh Thohir Luth beberapa tujuan dakwah adalah:⁴⁰

- a. Memanggil kita kepada syariat, untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perseorangan atau persoalan berumah tangga, berjamaah bermasyarakat, berbangsa-bersuku bangsa, bernegara, berantarnegara.
- b. Memanggil kita kepada fungsi hidup kita sebagai hamba Allah di atas dunia yang berterbangan luas ini, berisikan manusia berbagai jenis, bermacam pola pendirian dan kepercayaannya, yakni fungsi sebagai syuhada' alaa an-nas, menjadi pelopor dan pengawas bagi umat manusia.

³⁸ Abdul Pirol, Komunukasi dan Dakwah Islam, 106

³⁹ Abdul Pirol, Komunukasi dan Dakwah Islam, 107

⁴⁰ Thohir Luth, M. Natsir, Dakwah dan Pemikirannya, (Jakarta : Gema Insani, 1999), 70.

- c. Memanggil kita kepada tujuan hidup kita yang hakiki, yakni menyembah Allah. Demikianlah hidup mempunyai fungsi tujuan yang tertentu.

Dilihat dari aspek tujuan objek dakwah ada empat meliputi: tujuan perorangan, tujuan untuk keluarga, tujuan untuk masyarakat, dan tujuan untuk manusia sedunia. Adapun tujuan dakwah dilihat dari aspek materi menurut Mansyur Amin ada tiga tujuan meliputi: pertama, tujuan akidah, yaitu tertanamnya akidah yang mantap bagi tiap-tiap manusia. Kedua, tujuan hukum, aktivitas dakwah bertujuan terbentuknya umat manusia yang mematuhi hukum-hukum yang telah disyariatkan oleh Allah SWT. Ketiga, tujuan akhlak yaitu terwujudnya pribadi muslim yang berbudi luhur dan ber-akhlakul karimah. Dari sekeluruhan tujuan dakwah dilihat dari aspek maupun materi dakwah, maka dapat dirumuskan tujuan dakwah adalah untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.⁴¹

9. Unsur-Unsur Dakwah

Adapun dalam melakukan dakwah diperlukan unsur-unsur dakwah yaitu:

- a. Da'i (Komunikator)
Da'i adalah seseorang yang menyampaikan pesan-pesan Islam kepada orang lain (mad'u), baik melalui lisan maupun perbuatan nyata baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga.
- b. Pesan (*Message*)
Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada Mad'u. pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi pesan akidah, pesan syariah dan pesan akhlak.
- c. Media/Channel
Dakwah Artinya sarana (alat) yang digunakan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. seperti: surat kabar, film, radio, televisi, facebook, Instagram, twitter, whatsapp, dll.
- d. Mad'u (Komunikan)
Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, baik muslim maupun non muslim, mad'u yang muslim, maka dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk meningkatkan iman dan amal saleh sebagai konsekuensi dari keislaman tersebut, sementara

⁴¹ Syamsuddin, Pengantar Sosiologi Dakwah, (Jakarta : Kencana Press, 2016), 11.

bagi mad'u yang non muslim mengajak mereka untuk beriman kepada SWT.

e. Efek/tujuan Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan feed back yaitu umpan baik dari reaksi proses dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah.⁴²

D. Bentuk-Bentuk Dakwah Di YouTube

1. Media Sosial

Media sosial adalah interaksi sosial antara manusia dalam memproduksi, berbagai dan bertukar informasi, hal ini mencakup gagasan dan berbagai konten dalam komunitas virtual. atau Media sosial adalah kelompok dari aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web versi 2.0 yang memungkinkan terciptanya website yang interaktif.⁴³

Pada umumnya media sosial berbasis “online” dimana para penggunanya bisa dengan mudah untuk berpartisipasi, menciptakan dan membagikan seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Kehadiran media sosial di zaman sekarang ini tidak dapat dipungkiri lagi karena media sosial merupakan hal yang sudah melekat dan seolah menjadi kebutuhan bagi setiap manusia. Berbicara mengenai waktu, faktanya media sosial telah banyak merenggut waktu penggunaannya bahkan waktu 24 jam dalam sehari lebih banyak terkuras hanya untuk bermain media sosial.⁴⁴

Pada dasarnya pengguna media sosial selama 2-3 jam secara rutin setiap hari dapat menimbulkan kecanduan pada penggunaannya. Kecanduan internet didefinisikan sebagai ketidakmampuan seseorang untuk mengendalikan penggunaan internetnya, yang akhirnya akan berdampak pada kehidupan sehari-harinya. Contohnya: anak-anak sekolah jadi bolosan dan males-malesan dll, sedangkan seorang pekerja juga akan berdampak males-malesan dan akan ketergantungan dengan media sosial. Media dianggap mereka sebagai satu-satunya cara

⁴² Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah Pendekatan Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta : Prenadamedia Group divisi kencana, 2019), 25.

⁴³ Feri Sulianta, *Keajaiban Sosial media*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2015), 5.

⁴⁴ Siti Nurhalimah dkk, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir : Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, 15.

untuk memenuhi kebutuhan. Seolah-olah manusia tidak bisa hidup tanpa bantuannya.⁴⁵

Perkembangan media sosial kontras dengan media tradisional/industri seperti media cetak atau media audio visual. Perbedaan yang menonjol antara media sosial sebagai media baru dengan “media lama” antara lain kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan, dan sifat yang permanen, contohnya: internet. Ada banyak efek yang berasal dari penggunaan internet dimana para pengguna menghabiskan lebih banyak waktu untuk mengakses situs dari pada situs media sosial lain.⁴⁶

Jadi dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan gabungan antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu, dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Dengan demikian, media sosial mampu menghadirkan serta menetralkan cara berkomunikasi baru dengan teknologi yang sama sekali berbeda dari media sosial tradisional.

2. YouTube

YouTube merupakan situs video sharing yang berfungsi sebagai media untuk berbagai video secara online. Dengan slogan “Broadcast Yourself” situs ini memberikan kebebasan dan kemudahan kepada siapa pun untuk mengupload dan mendownload video yang masuk dalam database-nya. Selain itu, dengan slogan tersebut sebuah situs yang memiliki fungsi sama dengan sebuah televisi yang menawarkan beragam video dari beragam acara. Sejak diluncurkan 2005, situs ini telah memiliki ribuan bahkan jutaan anggota yang setia mengunjungi untuk mengupload dan mendownload video atau hanya sekedar melihat video yang disajikan. Situs ini menyajikan video dalam beragam kategori, mulai dari politik, trailer film, musik, hobi, iklan, dll.⁴⁷

YouTube merupakan penyediaan layanan berbagai video populer. Anda tidak hanya dapat menonton, tetapi bisa upload-download video ke dalamnya. YouTube didirikan pada febuari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan paypal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Menurut perusahaan penelitian

⁴⁵ Siti Nurhalimah dkk, *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir* : Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi, 16

⁴⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Prendamedia Group, 2015), 288

⁴⁷ Jubile Enterprise, *Seri Penuntun Praktis, Membuat sendiri Video di Youtube.com*, (Jakarta : PT Elex Komputindo, 2008), 53.

internet Hitwise, pada Mei 2006 YouTube memiliki pangsa pasar 43% pada tanggal 9 oktober 2006, YouTube resmi dibeli Google dengan harga US\$1,65 miliar. Pengguna YouTube dapat memuat, menonton, dan berbagai klip video secara gratis. Umumnya, video-video di YouTube merupakan klip musik, film, TV, dan buatan penggunanya sendiri. Format video yang digunakan di YouTube adalah flv yang dapat diputar di program flash player. Banyak kalangan beranggapan YouTube merupakan situs web yang sangat informatif. Melalui YouTube anda bisa mendapatkan referensi segala hal. Youtube tidak hanya memuat video musik, film, dan hiburan, tetapi juga sarat pengetahuan, seperti adanya video tutorial, mulai dari belajar memasak, bermain musik, hingga bidang teknologi informasi (instalasi linux, troubleshooting, dan cara penggunaan program-program).⁴⁸

Pengguna internet pasti sudah cukup akrab dengan nama YouTube dan mungkin banyak yang menjadikannya sebagai situs favorit, beragam video menarik mulai dari kategori musik, film animasi, olahraga, hingga dokumentasi pribadi dapat anda saksikan melalui situs berbagai video ini. Ribuan video musik yang dimiliki YouTube akan semakin memudahkan penggemar musik untuk mengupdate video musik yang tengah populer sekarang. Jadi, dengan kata lain, apabila anda ingin mencari video musik secara praktis, YouTube merupakan situs yang cocok untuk anda kunjungi.⁴⁹

Dari ulasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam perkembangan media YouTube sebagai media untuk mengunggah video dalam berbagai tahapan dari berdirinya YouTube dan di manfaatkan sebagai media dakwah Islam dalam berbagai kalangan pengguna di dalam masyarakat. YouTube mudah digunakan dan dapat di ikuti oleh semua kalangan. Mulai dari anak kecil hingga dewasa dapat dengan mudah mempelajari dan mengakses YouTube. Media sosial YouTube sama dengan istilah komunikasi massa, komunikasi massa secara etimologi berasal dari Bahasa latin "*communication*". Istilah ini berasal dari "*communis*" yang bermakna sama, sehingga komunikasi terlaksana disebabkan adanya persamaan arti terkait pesan yang diterima komunikan dari komunikator. Bitner mengartikan

⁴⁸ Rudi Haryanto, *Cerdas Jelajah Internet*, (Jakarta : Kruya Pustaka Grup Puspa Swara Anggota IKAPI, 2009), 118

⁴⁹ Jubile Enterprise, *Seri Penuntun Praktis*, Membuat sendiri Video di Youtube.com, 65.

komunikasi massa selaras dengan penyebutan makna pada bukun Ardianto yang berarti pesan yang disampaikan lewat media publik terhadap beberapa pihak penguasa, sedangkan ahli komunikasi lain Gebner mendefinisikan komunikasi masa secara mendetail seperti yang tertera pada bukuArdianto bahwasanya komunikasi massa ialah produksi serta pendistribusian dengan melibatkan teknologi serta lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan dan terluas milik pihak pelaku industri.⁵⁰

Oleh sebab itu, YouTube memiliki kesamaan fungsi seperti komunikasi massa sebab menjadi sarana penyampaian pesan terhadap publik dengan memanfaatkan cara/media yang beragam.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk peneltiain selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian, adapun penelitian terdahulu dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul “*Gaya Bahasa Pesan Dakwah Ustadzah Lulu Susanti dalam Video Youtube Pemuda Masa Lalu, Kini dan Nanti*” milik Kartika Dewi Anggaraini mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, departemen Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2019.⁵¹ Kesamaan observasi-observasi terdahulu dengan penelitian yang hendak dilaksanakan oleh peneliti ialah penerapan pendekatan deskriptif kualitatif serta teknik analisis yang sama. Sementara perbedaannya ialah Batasan masalah penelitian ini hanya seputar gaya bahasa, sedangkan peneliti mengkaji keseluruhan dialog retorika, dan pemanfaatan objek serta penelitian yang berbeda.
2. Skripsi yang berjudul “*Retorika Dakwah Ustadz Danu dalam Program Siraman Qalbu di MNCTV*” oleh Ernawati mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, Departemen Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2020.⁵² Kesamaan observasi-observasi terdahulu dengan penelitian yang hendak

⁵⁰ Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), 4.

⁵¹ Kartika Dewi Anggaraini, “*Gaya Bahasa Pesan Dakwah Ustadzah Lulu Susanti dalam Video Youtube Pemuda Masa Lalu, Kini dan Nanti*” (Surabaya: UIN Sunan Ampel 2019)

⁵² Ernawati, “*Retorika Dakwah Ustadz Danu dalam Program Siraman Qalbu di MNCTV*” (Surabaya: UIN Sunan Ampel 2020)

dilaksanakan oleh peneliti ialah pemanfaatan media sebagai latar objek penelitian. Penelitian ini membahas penerapan bahasa dan ajakan persuasif dari Ustad Danu. Sementara, peneliti membahas gaya dialog retorika KH. Bahauddin Nursalim. Hal ini mengindikasikan bahwasanya objek serta fokus penelitian berbeda.

3. Karya Ilmiah yang ditulis oleh Tiara Rahmadaniar tentang “*Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdail.Com Dalam Mensosialisasikan Jilbab*” Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Departemen Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).⁵³ Metode penelitian yang diterapkan ialah penelitian kualitatif serta metode analisis deskriptif. Kesimpulan yang didapatkan ialah Siasat dakwah memiliki kemiripan dengan siasat/strategi pada umumnya. Kesamaan observasi-observasi terdahulu dengan penelitian yang hendak dilaksanakan oleh peneliti ialah strategi kegiatan berdakwah pada sosial media berupa *youtube*. Sementara, perbedaannya ialah penggunaan sosial media serta fokus penelitian yang ditetapkan.

F. Kerangka Berfikir

Retorika dakwah sangat dibutuhkan dalam proses dakwah, pemilihan Bahasa dan studi dialog yang menarik menentukan keberhasilan pesan yang diajarkan ketika dakwah, sehingga sangat penting bagi pendakwah untuk memperhatikan alur pembicaraan yang disampaikan apalagi dakwah di zaman sekarang hampir tidak lepas dengan media sosial, yang bisa di akses dan didengarkan madh'u di waktu lain setelah acara live dakwah berlangsung sehingga kesalahan dalam berbicara mampu menyeret pendengar pada kegagalan pemahaman.

Internet memengaruhi bentuk pembuatan dan pemanfaatan aktivitas spiritual yang dahulunya model sederhana dengan metode khotbah dengan keterbatasan pendengar menjadi publik dan adanya kemudahan akses. Media mengizinkan aktivitas keagamaan secara luas ke berbagai lokasi serta berdampak terhadap banyak pihak. Internet yang juga dikenal dengan media siber dipergunakan sebagai sarana baru untuk penyampaian informasi dan kumpulan pesan, sekaligus fasilitas kebudayaan baru saat ini. Pada internet mencakup

⁵³ Tiara Rahmadaniar NIM : 11140510000077, *Strategi Dakwah Akun Youtube Muslimahdail.Com Dalam Mensosialisasikan Jilbab*, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

istilah sosial media yakni suatu fasilitas *online*/daring (dalam jaringan) maupun *Offline* yang memudahkan pengguna untuk berkontribusi dan berbagi dengan menggunakan YouTube, Facebook, Instagram, atau lainnya.

YouTube merupakan media yang memuat konten berupa video yang paling optimal dalam mendistribusikan suatu informasi sebagai seni komunikasi dengan cara menampilkan pengguna media tersebut. YouTube juga memuat beberapa konten dakwah islamiyah yang bisa digunakan sebagai media belajar agama Islam yang memiliki keterbatasan tatap muka selama ini. Kemajuan teknologi media YouTube berpengaruh terhadap dakwah Islam secara signifikansi karena memiliki kemudahan akses tidak terbatas ruang dan waktu.

