

BAB II KAJIAN TEORI

A. Ruang Lingkup Retorika

1. Kajian Tentang Retorika

a. Pengertian Retorika

Kemampuan dalam berbicara merupakan kemampuan komunikasi yang sangat mendasar dimiliki manusia. sejak lahir manusia sudah berkomunikasi dengan cara menangis saat bayi, selanjutnya kemampuan berkomunikasi semakin meningkat seiring berjalanya waktu. Sebagian besar komunikasi yang dilakukan oleh manusia berupa komunikasi lisan, salah satunya dengan retorika.

Retorika berasal dari bahasa Inggris "*rhetoric*" kamus bahasa Inggris dan bersumber dari bahasa latin "*rhetorica*" yang berarti ilmu berbicara. Retorika sebagai ilmu memiliki sifat yang rasional, empiris, umum, dan akumulatif. Rasional artinya apa yang disampaikan oleh seorang pembicara harus tersusun secara sistematis dan logis.¹ Empiris berarti menyajikan fakta yang dapat diverifikasi oleh panca indera. Umum artinya pesan yang disampaikan tidak bersifat rahasia dan tidak dirahasiakan karena memiliki nilai sosial, sedangkan Akumulatif merupakan ilmu yang mengatakan retorika sebagai *public speaking* atau berbicara didepan umum. Pengertian retorika juga dapat diartikan secara sempit dan secara luas. Secara sempit retorika hanya meliputi seni berbicara, sedangkan secara luas retorika mengenai penggunaan bahasa, baik secara lisan maupun tulisan. Pengertian yang umum yang banyak diketahui oleh masyarakat adalah pengertian retorika secara sempit, dimana retorika hanya meliputi seni berbicara.²

Retorika berhubungan dengan dialektika. Keduanya sama-sama berkaitan dengan pengetahuan umum banyak orang dan tidak termasuk dalam cabang ilmu tertentu. Pada umumnya yang menggunakan keduanya, karena pada tataran tertentu, semua orang butuh untuk mengajukan dan

¹ Dori Wuwur H. *Retorika*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 1990), 14.

² Dori Wuwur H. *Retorika*, 15.

mempertahankan pendapat orang lain. Seseorang melakukannya secara spontan maupun melalui praktik dan kebiasaan. Karena kedua hal tersebut yang mungkin dilakukannya. Retorika dapat didefinisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia yang ada setiap keadaan yang dihadapi. Fungsi tersebut hanya dimiliki oleh seni retorika. Seni lain mengajarkan atau memaparkan sesuatu sesuai subjek bahasanya, misalnya, ilmu kedokteran mengajarkan tentang sehat dan tidak sehat, aritmatik tentang angka-angka. Sedangkan retorika dipandang sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi hampir semua subjek yang dihadapi, karenanya dikatakan bahwa berdasarkan teknisnya, retorika tidak terkait pada golongan subjek ilmu tertentu.³

Aspek memengaruhi yang dilakukan melalui persuasi, juga memberikan kekuatan lain sehingga retorika berbeda dengan pembicara biasa. Kekuatan yang dimaksud terletak pada sifat ilmiah yang terkandung dalam retorika sehingga pengaruh yang disampaikan dapat dilakukan secara ilmiah pula. Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan, pengertian retorika juga berkembang dan terusmuskan dalam berbagai bentuk sesuai dengan latar belakang keilmuan para ahli yang mengartikan retorika. Jika dipahami secara mendalam, batasan-batasan pengertian itu secara esensial mengandung makna yang sama dan mengarah pada suatu kesimpulan umum bahwa retorika merupakan senidan kepandaian berbicara atau berpidato dengan menggunakan segala teknik dan trik komunikasi.⁴

b. Aspek Pendukung Retorika

Aspek Pendukung Retorika Dakwah

1) Aspek Bicara

Untuk kepentingan terhadap aspek bicara agar benar-benar handal, maka paling tidak ada tujuh perangkat pendukung bicara yang harus dikuasai.⁵

³ Aristoteles, *Retorika*, (Yogyakarta: Basabasi, 2018), 9-17.

⁴ Mukhtar Syamsudidin, *Ruang Lingkup Retorika* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2014) hal.3 diakses pada 28 januari 2021 <http://www.academia.edu/download/57930089/PBIN4220-M1.pdf>

⁵ Dw Condro Triono, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncang Dunia*, (Yogyakarta: Irtikaz, 2010), 79.

Ketujuh perangkat pendukung bicara tersebut adalah:

- a) Vocal
- b) Sorot mata
- c) Gerakan mulut
- d) Ekspresi wajah
- e) Gerakan tangan
- f) Gerakan kaki
- g) Aksesoris penampilan.

Dengan adanya ketujuh perangkat pendukung tersebut, seperti vocal yang jelas, sorot mata yang tidak hanya menatap satu arah, gerakan mulut yang tidak sampai muncrat-muncrat, ekspresi wajah serta gerakan tangan dan kaki yang tidak monoton, dan juga aksesoris penampilan yang menarik, maka akan membuat *mad'u* tertarik untuk melihat dan mendengarkan materi ceramah yang dibawakan oleh sang *da'i*.

2) Aspek lisan

Lisan ini merupakan inti dari retorika itu sendiri. Sebab hal ini berkaitan langsung dengan gaya dan penampilan di atas mimbar. Materi yang akan disampaikan akan menjadi menarik atau akan membosankan, sangat tergantung pada aspek ini. Oleh karena itu, khusus untuk aspek ini penceramah harus memiliki jam terbang yang tinggi, dan adapun aspek pendukung lisan ini adalah:

- a) Pengaturan tempo pembicaraan
- b) Pengaturan intonasi pembicaraan
- c) Pemilihan variasi kata
- d) Kemampuan mendramatisir
- e) Penggunaan pertanyaan retorik
- f) Pengulangan kata atau kalimat
- g) Penyeragaman akhiran kata
- h) Penyisipan joke (lelucon) yang segar saat serius
- i) Penekanan kata-kata kunci
- j) Penyisipan istilah asing
- k) Penyisipan lagu atau sholawat.

Adanya beberapa aspek pendukung lisan ini, maka ketika seorang *da'i* berdakwah tidak akan terkesan

monoton, tidak membosankan, serta apa yang disampaikan akan terasa jelas dan mudah dipahami.⁶

3) Aspek forum

Pendukung seperti forum ini banyak di spelekan, padahal sangat menentukan kesuksesan retorika itu sendiri. Walaupun nampaknya hanya sebagai perangkat pendukung, jika bermasalah, benar-benar bisa berakibat fatal bagi keberlangsungan ceramah itu sendiri.⁷

4) Aspek gagasan

Jika forum lebih banyak terkait dengan hal-hal yang berkaitan yang bersifat teknis, maka pendukung gagasan akan banyak berhubungan dengan hal yang bersifat ide. Posisinya tetap sama, yaitu hanya sebagai perangkat pendukung saja namun menentukan kesuksesan retorika itu sendiri.⁸

5) Aspek bahasa Bahasa

Dakwah adalah bahasa tutur atau bahasa lisan. Bahasa lisan bercirikan bunyi bahasa yang dihasilkan oleh manusia dan diterima oleh telinga khalayak lalu ditafsirkan oleh otak khalayak.⁹ Penggunaan bahasa merupakan bagian penting yang akan langsung diserap dan langsung dirasakan oleh audiens. Penggunaan bahasa yang tidak tepat akan langsung berdampak pada “selera” audiens, apakah akan berminat mendengarkan pembicaraan seterusnya atau tidak. Ada beberapa tips untuk penghalusan bahasa:

- a) Janganlah menyerang atau menghakimi secara langsung terhadap audiens.
- b) Jadikan problem yang kita sampaikan sebagai problem bersama.
- c) Pilih kata ganti kita, jangan dengan kata kamu dalam mengungkapkan problem.

⁶ Dw Condro Triono, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncang Dunia*, 83.

⁷ Dw Condro Triono, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncang Dunia*, 95.

⁸ Dw Condro Triono, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncang Dunia*, 98.

⁹ Djamel Abidin, *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 1996), 68.

- d) Carilah kata-kata yang dapat menyentuh perasaan audiens sehingga dapat menggugah pemikirannya.¹⁰

Dengan adanya kelima aspek pendukung tersebut, maka akan membantu seseorang ketika berdakwah dalam menggunakan retorika yang baik dan *mad'u* pun akan mudah untuk memahami apa yang telah disampaikan.

c. Fungsi Retorika

Menurut Raudhonah fungsi retorika diantaranya.

- 1) *Mass information*, untuk memberi dan menerima informasi kepada khalayak. Hal itu dapat dilakukan oleh setiap orang dengan pengetahuan yang dimilikinya. Tanpa komunikasi, informasi tidak bisa disampaikan dan diterima.¹¹
- 2) *Mass education*, yaitu memberikan pendidikan. Fungsi ini dapat dilakukan oleh guru pada murid untuk meningkatkan pengetahuan atau siapa saja yang memiliki keinginan untuk memberikan pendidikan
- 3) *Mass persuasion*, untuk mempengaruhi. Hal itu dapat dilakukan oleh setiap orang atau lembaga yang memberi dukungan dan hal ini bisa digunakan untuk bisnis, dengan mempengaruhi iklan yang dibuat.
- 4) *Mass intertainment*, untuk menghibur. Hal ini bisa dilakukan oleh radio, televisi maupun orang yang bisa menghibur.

d. Tujuan Retorika

Retorika dikatakan sebagai seni dikarenakan berdakwah harus menggunakan cara dan strategi yang baik, benar dan jitu sehingga dakwah yang disampaikan terasa indah, menarik serta mengena. Sebagai seorang *da'i* yang memiliki kemampuan beretorika atau berbicara yang baik, tentu sudah memiliki tujuan pembicaraan sebelum memulai berbicara di depan umum. Berbicara tanpa adanya tujuan maka pembicara akan susah untuk dibatasi sehingga terjadi deviasi pembiasaan pembicaraan, disinilah diperlukan tujuan

¹⁰ Djamal Abidin, *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*, 65.

¹¹I Gusti Ngurah Oka, *Retorika Sebuah Tinjauan Pengantar*, 67.

pembicaraan untuk menghindari kesan bertele-tele dalam berbicara.¹²

Adapun tujuan Retorika Dakwah menurut Agus Hermawan yaitu :

- 1) Agar mampu menguraikan berbagai macam konsep dakwah.
- 2) Agar mampu merancang strategi dan materi dakwah sesuai situasi dan kondisi.
- 3) Agar mampu mempraktikkan berbicara di depan umum secara santun perkataanya, sopan perilakunya, baik isinya, dan benar dalam penyampaiannya.¹³

e. Metode Retorika

Dakwah dapat dilakukan menggunakan banyak metode tergantung pada kemauan, keahlian, kemampuan, kesempatan yang memungkinkan tetapi tetap pada al-Qur'an dan Hadist. Dalam surat An-Nahl : 125 yang artinya “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.” Secara garis besar dibagi menjadi tiga :

1) *Hikmah* (Bijaksana)

Hikmah merupakan segala sikap, ucapan dan tindakan dilakukan berdasarkan ilmu yang benar karena didorong rasa keadilan, pertimbangan dengan seksama sambil memperhatikan situasi dan kondisi untuk mencapai tujuan.

2) *Mau'izhah Hasanah* (Nasihat yang baik)

Tutur kata, edukasi dan nasihat yang baik. Dakwah dengan *mauizah hasanah* merupakan dakwah yang paling mudah dilakukan dan paling cepat untuk disampaikan, serta paling murah biayanya. Yang dibutuhkan hanya indra pendengaran dan penglihatan. Seperti kunjungan keluarga, pengajian *majelis taklim*, ceramah, *tabligh* dan lainnya.¹⁴

¹² Agus Hermawan, *Retorika Dakwah* (Kudus: Yayasan Hj.Kartini Kudus, 2018), 2-3.

¹³ Agus Hermawan, *Retorika Dakwah*, 3.

¹⁴ Abdullah, A., “*Retorika dan Dakwah Islam*”. *Jurnal Dakwah* 10, no. 1 (2009)107-117 diakses pada 27 Januari 2021.

3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan* (Berdiskusi)

Bertukar pikiran dengan baik, berlaku sopan dan bukan untuk mencari kemenangan dan popularitas melainkan untuk mencari mutiara kebenaran. Contoh diskusi, seminar, dialog, debat, lokal karya, dan lainnya.

f. Manfaat Retorika

Sejak kemunculannya, retorika dianggap sebagai ilmu yang bermanfaat untuk mempengaruhi pendapat umum. Aristoteles saat itu sudah merumuskan empat manfaat atau kegunaan dari retorika yaitu :

- 1) Retorika penuntun penutur dalam mengambil keputusan, dalam kehidupan ada hal-hal yang memang tidak benar tetapi cenderung mengalahkan lawannya tanpa mempertimbangkan kebenaran, jika dalam kegiatan bertutur salah dalam mengambil keputusan karena didorong oleh appeal negatif atau cenderung ingin menang saja, maka ia akan dirugikan oleh pilihannya.
- 2) Retorika mengajar penutur dalam memilih argumen. Menurut Aristoteles, argumen dibedakan menjadi dua jenis, yakni argumen artistik dan argumen nonartistik. Argumen artistik diperoleh dengan melihat fakta yang ada disekitar topik, baik yang terkait langsung maupun yang tidak langsung. Contoh, untuk topik dengan tujuan pengarahannya, maka argumen nonartistiknya kondisi ekonomi, politik, keamanan, dan lainnya.¹⁵
- 3) Retorika mengajar penutur mempersuasi, hal ini retorika mengajarkan bagaimana menata tutur kata secara sistematis, memilih materi bahasa yang tepat untuk mewartakan setiap topik dan menampilkannya menggunakan cara yang efektif.
- 4) Retorika membimbing bertutur secara rasional, realitas kehidupan ada sesuatu yang benar dan ada sesuatu yang salah tetapi diperjuangkan, maka dari itu seorang pembicara perlu memanfaatkan retorika. Dengan

¹⁵ Marta, I. N. "Retorika dan Penggunaannya dalam Berbagai Bidang", *Prasi: Jurnal Bahasa Seni, dan Pengajarannya* 6, no. 12 (2010) diakses pada 28 januari 2020 <http://ejournal.udiksha.ac.id/index.php/PRASI/article/view/6828>

bertutur secara rasional akan sangat membantu untuk menghindari kekonyolan yang mungkin ia buat.¹⁶

g. Jenis-jenis Retorika

Menurut Hedrikkus dapat diklarifikasikan menjadi tiga jenis yaitu.

1) Monologika

Monologika merupakan ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dimana hanya ada satu orang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika diantaranya pidato, kata sambutan, kuliah, ceramah, dan deklamasi.

2) Dialogika

Dialogika merupakan ilmu seni berbicara secara dialog, di mana dua orang atau lebih berbicara saling berkomunikasi. Bentuk dialogika yaitu diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan, debat.

3) Pembinaan Teknik Bicara

Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika dan yang paling penting. Dalam hal ini perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernapas, teknik mengucap, bina suara, teknik berbicara dan bercerita.¹⁷

h. Gaya Retorika

Adapun beberapa gaya retorika diantaranya. Gaya bahasa yaitu cara seseorang dalam menggunakan bahasa untuk mengungkapkan kalimat. Gaya bahasa seseorang dapat dilihat dari berbagai aspek baik dari segi pendidikan, daerah, lingkungan maupun karakternya. Gaya yaitu ciri khas yang menempel di dalam diri seorang, sehingga seorang penceramah harus memiliki gaya bahasa yang tepat agar bisa dengan mudah menarik perhatian komunikannya. Penggunaan gaya retorika yang baik akan membuat penilaian audiens terhadap *da'i* tersebut semakin baik. Gaya bahasa dan kosa kata mempunyai hubungan yang saling berhubungan, semakin banyak kosa kata yang digunakan, maka akan semakin beragam gaya bahasa yang dipakai. Dalam menggunakan bahasa yang baik,

¹⁶ Marta, I. N. "Retorika dan Penggunaannya dalam Berbagai Bidang", *Prasi: Jurnal Bahasa Seni, dan Pengajarannya* 6, no. 12 (2010) diakses pada 28 januari 2020 <http://ejournal.udiksha.ac.id/index.php/PRASI/article/view/6828>

¹⁷ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), 115.

maka harus mengandung tiga unsur yakni kesopanan, kejujuran, dan menarik. Gaya bahasa memiliki beberapa jenis.¹⁸

1) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapat dibedakan menjadi tiga, gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi, dan gaya bahasa percakapan.

a) Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi yaitu bahasa yang bentuknya lengkap, menggunakan bahasa baku, menggunakan EYD serta nada bicara cenderung datar. Biasanya bahasa ini digunakan dalam berbagai kesempatan yang sifatnya resmi. Digunakan oleh orang-orang yang dapat menggunakan bahasa dengan baik dan terpelihara. Bahasa resmi biasanya kita jumpai diacara resmi seperti kepresidenan, khutbah, pidato penting dan juga bisa dijadikan tulisan. Seperti artikel atau essai yang bersifat resmi.

b) Gaya Bahasa Tak Resmi

Gaya bahasa ini digunakan dalam bahasa standart, digunakan dalam acara yang tidak formal, sehingga bersifat konservatif. Gaya bahasa tak resmi digunakan dalam karya-karya tulis, buku pegangan maupun artikel bulanan dan mingguan. Menggunakan bahasa tidak baku, tidak menggunakan EYD dengan lengkap, kalimatnya cenderung singkat dan tidak menggunakan kata penghubung. Dan lebih bersifat umum.

c) Gaya Bahasa Percakapan

Sejalan dengan percakapan, namun gaya bahasa ini lebih bersifat populer dan menggunakan bahasa percakapan. Bahasa disini harus ditambahkan dari segi-segi morfologis dan sintaksis. Memiliki indikator diantaranya bahasa tidak baku, banyak menggunakan istilah asing, bahasanya cenderung singkat, banyak menggunakan kata seru, dan menggunakan kalimat langsung.¹⁹

¹⁸Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 115-116.

¹⁹Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 120.

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa ini didasarkan pada *sugesti* yang diungkapkan dengan menggunakan kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana.

a) Gaya Sederhana

Gaya sederhana sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan intruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan lainnya. Jika menggunakan gaya bahasa ini seorang penulis harus memiliki kepandaian pengetahuan yang cukup agar bisa menggunakannya dengan efektif. Oleh karena itu gaya bahasa ini sangat cocok untuk digunakan sebagai pembuktian atau pengungkapan suatu hal. Dengan begitu untuk membuktikan sesuatu kita tidak perlu memancing emosi dengan gaya mulia yang bertenaga.²⁰

b) Gaya Mulia dan Bertenaga

Gaya ini dipenuhi dengan vitalitas dan energi. Menggerakkan anggota tubuh tidak hanya menggunakan tenaga dan vitalitas bicara, namun juga dapat menggunakan nada keagungan dan kemuliaan. Dalam mencapai tujuan dakwah, komunikator dapat meyakinkan pendengar dengan menggunakan bahasa keagungan. Dalam bahasa tersebut memiliki bahasa terselubung, halus tapi secara aktif dapat meyakinkan pendengar. Nada agung dan mulia ini biasanya digunakan untuk menyampaikan khotbah, pidato keagamaan, kesucilaan dan ketuhanan. Bahasa ini merupakan gaya bahasa yang mempunyai tenaga penggerak yang luar biasa, sehingga mampu menggerakkan emosi para pendengar atau pembaca.

c) Gaya Menengah

Gaya menengah merupakan gaya yang bertujuan untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Nada yang bersifat lemah lembu, penuh kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Gaya ini biasanya menggunakan metafora dalam pemilihan katanya. Kata-kata yang digunakan

²⁰ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 121.

cenderung mengalir dengan lemah lembut. Gaya ini biasanya digunakan saat acara pesta, pertemuan, rekreasi, karena kondisi tersebut seseorang akan lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian.²¹

3) Gaya bahasa menurut struktur kalimat

a) Gaya Bahasa Klimaks

Gaya bahasa klimaks dihasilkan dari kalimat yang berstruktur mengendur. Klimaks adalah puncak dari suatu kejadian yang terjadi secara berangsur-angsur atau bertahap. Klimaks disebut juga gradasi, klimaks terbentuk dari beberapa gagasan berturut-turut. Semakin tinggi kepentingannya, maka disebut anabasis.

b) Antiklimaks

Gaya bahasa antiklimaks merupakan acuan yang gagasannya diurutkan dari gagasan terpenting ke gagasan kurang penting, namun gagasan ini dianggap kurang efektif karena gagasan terpenting berada di awal kalimat.

c) Paralelisme

Gaya bahasa paralelisme merupakan gaya bahasa yang berusaha mencapai keseimbangan kata-kata atau frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Prularisme merupakan sebuah bentuk yang baik untuk menonjolkan kata yang sama fungsinya, namun jika kalimatnya terlalu banyak digunakan akan cenderung kaku dan mati.²²

d) Antitesis

Gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan, menggunakan kata atau kalimat yang berlawanan.

e) Repetisi

Repetisi merupakan perulangan bunyi, suku kata, atau kalimat yang dianggap penting untuk memberikan tekanan pada sebuah konteks yang sesuai. Dalam hal ini repetisi yang berbentuk kata, frasa atau klusa, karena nilainya dianggap tinggi. Berbagai macam repetisi antara lain: (*Epizeuksis*)

²¹ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 122.

²² Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 125-127.

kata penting yang diulang dalam satu kalimat. (*Tautotes*) kata yang diulang-ulang dalam bentuk lain di suatu kalimat. (*Anafora*) pengulangan kata pertama awal baris atau kata berikutnya. (*Episfora*) pengulangan kata akhir atau baris berikutnya. (*Simploke*) pengulangan awal dan akhir kata pada beberapa kalimat berikutnya. (*Msoodiplosis*) pengulangan kata ditengah. (*Epaanalepsis*) kata diawal diulang diakhir kalimat. (*Anadiplosis*) kata terakhir kalimat diawal kalimat berikutnya.

4) Gaya Suara

Gaya suara merupakan berkomunikasi menggunakan seni untuk memikat perhatian audiens. Berbicara menggunakan irama yang berubah-ubah dengan memberikan penekanan tertentu pada kata yang memerlukan penekanan khusus. T. A Lathif Rousydy mengatakan bahwa audiens tertarik dengan pidato atau ceramah jika memiliki suara yang empuk, enak didengar dan sesuai dengan keinginan jiwa pendengar. Ada beberapa hal yang mempengaruhi gaya suara.²³

a) *Pitch*

Pitch merupakan tinggi rendahnya suara. Dalam ilmu musik, *pitch* disebut tangga nada. Dalam berbicara *pitch* suara tidak boleh terlalu tinggi maupun terlalu rendah, sesuai dengan penghayatan materi pembicaraan. Disetiap pembicaraan harus mempelajari variasi dalam *pitch* untuk menghasilkan irama yang menarik. Dalam bahasa tonal terdapat lima macam *pitch* antara lain: nada naik atau tinggi (/), nada datar (-), nada turun atau rendah (v), nada turun kemudian naik (v), dan nada naik kemudian turun (^).

b) *Loudnes*

Loudnes merupakan nada suara yang menyangkut keras atau tidaknya suara. Saat melakukan pidato seorang pembicara harus dapat mengatur dan melunakkan suara yang kita keluarkan, namun hal tersebut sesuai situasi dan kondisi yang dihadapi.

²³ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 125-127.

Variasi keras lembutnya suara akan menambah penekanan dengan menonjolkan ide tertentu dalam pesan yang disampaikan, sehingga tidak sama dengan suara normal.²⁴

c) *Rate dan Rhytem*

Rate dan Rhytem merupakan mengukur cepat lambatnya irama suara. *Rate* akan dikontrol oleh *pause* (penghentian). Oleh karena itu seorang komunikator ada kalanya harus berhenti sejenak untuk memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mencerna dan memahami maksud dari pesan yang telah disampaikan.

d) *Jeda*

Jeda dapat digolongkan sebagai bagian dari *rate* atau kecepatan, *jeda* yang singkat digunakan untuk titik pemisah dari satu kesatuan pemikiran, atau memodifikasi ide seperti koma dalam tulisan.

5) *Gaya Gerak Tubuh*

Gaya merupakan ciri khas seseorang untuk mengungkapkan diri sendiri.²⁵ Baik melalui kontak mata, bahasa, tingkah laku, cara berpakaian, gerak fisik dan lainnya. gerak fisik dapat digunakan untuk tiga hal. Pertama, menyampaikan makna, kedua, menarik perhatian, ketiga, menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat. Dari beberapa gaya yang ada, yang menjadi daya tarik adalah gaya fisik. Tidak hanya berguna untuk menyampaikan makna. Gaya fisik juga dapat menimbulkan respon audiens. Berikut beberapa macam gerak tubuh dalam berkomunikasi.

a) *Sikap Badan*

Sikap badan selama berbicara baik dalam keadaan duduk atau berdiri sangat menentukan berhasil atau tidaknya saat menjadi komunikator.

b) *Penampilan dan Pakaian*

Pentingnya beberapa gerak (*body action*). *Pakaian* merupakan bagian dari diri kita, pakaian dapat menambah kewibawaan, namun sangat

²⁴ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 125-127.

²⁵ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis dan Seni Berpidato*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), 87.

disayangkan jika seorang da'i tidak memperhatikan penampilan dan pakaiannya.²⁶

c) Ekspresi Wajah dan Gerak Tangan

Menggunakan ekspresi wajah atau muka yang tepat merupakan salah satu pendukung dalam menyajikan materi. Wajah tidak hanya seni untuk memikat perhatian audiens, namun juga dapat menyentuh perasaan audiens. Demikian pula dengan gerak tangan, penggunaan gerakan tangan menjadi faktor pendukung dalam menyampaikan pesan, hal tersebut dapat membuat gambaran abstrak dari materi yang disampaikan.

d) Pandangan Mata

Pandangan mata merupakan gaya yang digunakan untuk menarik perhatian audiens. Selain itu kontak mata juga menunjukkan pada orang lain bagaimana perasaan kita terhadap orang lain, kontak mata sangat penting, karena dapat membantu konsentrasi, menambah keyakinan audiens, menambah wawasan respon audiens terhadap pembicara.

i. Prinsip Retorika

Sebagai sebuah ilmu yang mengajarkan dan melatih kecerdasan berbicara di hadapan khalayak, retorika menerapkan beberapa prinsip utama yang harus dilalui oleh seorang *da'i*. Aristoteles salah satu pemuka retorika yang paling masyur telah meletakkan prinsip-prinsip retorika yang dikenal dengan istilah *the five canon of rethiric* (lima prinsip utama dalam retorika).²⁷

1) *Inventio* (Penemuan)

Tahapan awal merupakan persiapan dengan mencari dan menemukan bahan, data, informasi yang akan disampaikan bagi seorang *da'i* atau pembicara. Hal yang utama dalam tahapan ini yaitu bahan bacaan dan menyiapkan materi, persiapan lainnya juga bisa berupa data awal tentang di mana, kapan dan dengan siapa dia akan berbicara atau menyampaikan pesanya

²⁶ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis dan Seni Berpidato*, 89.

²⁷ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer* (Banten: Media Madani, 2020), 25.

agar pesan sesuai dengan kondisi khalayaknya. Tahap ini disebut juga tahap konseptualisasi.

Hal yang perlu diperhatikan pada tahapan *inventio* selain materi, mengetahui konteks acara serta kondisi khalayak secara umum. Misal dari aspek wilayah atau tempatnya kota atau desa, perkantoran dan lainnya. kategori masyarakat baik sosial masyarakat, ekonomi, profesi, petani, nelayan, professional, terpelajar dan lainnya dengan mengenal komponen penting, dimana, kapan pada momentum apa orator berbicara. Hal itu penting dilakukan agar pembicaraan sesuai dengan kondisi retor atau *mad'u* dalam bahasa dakwahnya “*khotibunnas biqodri uqulihin*”: berbicara kepada manusia sesuai dengan kadar akal pikirannya atau daya nalarnya.²⁸

2) *Dispositio* (Penyusunan)

Menyusun informasi dan mengorganisasikan pesan dan bahan-bahan menjadi kumpulan materi yang sistematis. Hal itu penting dilakukan supaya pembicaraan tidak melentur kemana-mana. Termasuk dalam hal ini juga meletakkan pesan utama dan tambahan maupun pendukung dan selingan pada tempat yang proporsional. Materi atau bahan yang tersusun secara sistematis menjadikan pembicaraan enak didengar dengan logika yang tersruktur. Penting bagi seorang penceramah pembicara membuat konsep atau garis-garis besar isi materi.

Tahap penyusunan materi pidato menurut corak sebagaimana Jalaludin Rahmat, membagi menjadi lima bagian yang kemudian oleh para pengikutnya dikenal dengan organisasi pesan, terdiri dari pembukaan, uraian isi, argument, penjelasan tambahan dan kesimpulan.²⁹

3) *Elucatio* (Gaya)

Tahap ini berhubungan dengan penyajian simbol-simbol baik kata, tindakan, maupun penampilan dan pakaian. Pembicara tidak hanya terpaku pada pesan akan tetapi juga memiliki gaya atau cara penyampaian yang menarik, baik dari aspek tata bahasa, intonasi

²⁸ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 25-30.

²⁹ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 26.

tinggi rendah suara sesuai dengan pesan yang disampaikan. Agar pesan tidak kaku, datar, terkadang memelukan suara tinggi, rendah, menghimbau dan lainnya. perbedaan gaya bahasa dan tekanan nada dalam bahasa lisan maupun tanda baca bahasa tulisan jelas memiliki perbedaan makna dan respon. Gaya yang dimaksud bisa dilengkapi dengan gaya gesture, mimik wajah, dan kinestik. Namun demikian gesture diperlukan secara proporsional dan tidak berlebihan, maksudnya agar pesan menjadi hidup dan komunikatif.³⁰

4) *Memoria*

Memoria merupakan tahap di mana seorang pembicara tidak hanya mengingat materi pidato atau pesan yang disampaikan, akan tetapi juga mengingat hal yang lebih besar dan lebih luas dari sekedar pesan, seperti tempat, siapa, konteks dan situasi seperti apa. Proses mengingat pesan adalah hal utama, mengingat bahan utama pembicaraan, bukan menghafal kata-kata. Tahap *memoria* dalam retorika dakwah semisal mengingat ayat-ayat dan dalil-dalil maupun riwayat, penting untuk mengingat nama dan tempat dalam hubungannya dengan sumber-sumber keagamaan dan juga diluar keagamaan. Kehilangan bahan atau lupa materi bagi seorang pembicara bagaikan kehilangan bekal dalam perjalanan.³¹

5) *Pronountiatio*

Tahap inti bagi kegiatan pembicara, dalam proses penyampaian tidak hanya menyampaikan pesan dengan lancar tetapi juga menggunakan bahasa yang mudah dipahami khalayak dan bertambah pengetahuan khalayak, mengemasnya dalam pesan-pesan yang komunikatif yang didukung dengan ekspresi agar tidak kaku serta gaya, vocal, gesture secara proporsional dipangung. Proses penyampaian merupakan membagi informasi dalam waktu cepat dan tak terbatas.³²

³⁰ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 26.

³¹ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 30.

³² Anang Sugeng Cahyono. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia." *Jurnal Puliciana* 9 no. 1 (2016):141, diakses

menurut Andreas dan Michael Haenlien bahwa media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user content.

Menurut Hendri, dkk pengertian media sosial adalah situs jaringan atau layanan berbasis web yang memungkinkan bagi individu untuk membangun profil publik atau semi publik dalam sistem terbatas, dengan siapa mereka terhubung, melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.³³

Jadi media sosial adalah media *online* yang dibuat oleh orang lain menggunakan sistem sehingga penggunaanya lebih mudah berinteraksi, berbagi, dan menciptakan sebuah karya atau konten yang menarik.

Media sosial memberi manfaat yang sangat penting. Beberapa manfaat media sosial menurut Puntoadi sebagai berikut.

- a) *Personal branding is not only figure it's for everyone.* Berbagai media sosial seperti Facebook, twitter, YouTube dapat menjadi media untuk berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di media sosial.
- b) *Fantastic marketing result though social media. People don't watc TV's anymore, they watch their mobile phones.* Fenomena cara hidup masyarakat cenderung lebih memanfaatkan telepon genggam atau *smartphones*" sehingga dapat melihat berbagai informasi.
- c) Media sosial memberikan kesempatan berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individu, personal, dan dua arah.

pada 30 Januari 2021 <http://jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/view/79>

³³ Arum Wahyuni Purbohastuti. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Tirtayasa Ekonomika* 12 no. 2 (2017):214-215 diakses pada 30 Januari 2021 <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>

- d) Media sosial memiliki sifat viral. Viral menurut Puntoadi merupakan menyebar dengan cepat karena pengguna sosial media memiliki sifat berbagi.³⁴

2. Kajian Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dari sisi terminologi dakwah yang dimaksud yaitu upaya kegiatan mengajak atau menyeru umat manusia agar berada di jalan Allah sesuai fitrah secara integral, baik melalui kegiatan lisan, tulisan, kegiatan nalar dan perbuatan, sebagai upaya pengejawantahan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran. Sesuai pengertian dasar Al-Islam menjadi kegiatan nyata dalam kegiatan sosial budaya sehari-hari, serta berupaya mencegah dan menjauhkan hal-hal yang memang fitrah diingkari oleh nurani, demi terwujudnya umat pilihan, dengan demikian dakwah merupakan proses penyampaian ajaran islam kepada umat manusia dengan asas, cara, tujuan yang dapat dibenarkan oleh ajaran agama islam itu sendiri. Pada hakikatnya sejak islam hadir sudah ada tentang apa dan bagaimana seharusnya jalan yang ditempuh dalam mewujudkan nilai-nilai dalam kenyataan sosiokultural.³⁵

Menurut pengertian istilah, dakwah mempunyai beberapa macam pengertian, tergantung pada tujuan yang hendak dicapainya dan metode yang akan digunakannya.

- 1) Abdul Rosyad Sholeh, dakwah merupakan suatu proses yang diselenggarakan atau usaha mengajak orang untuk beriman dan menaati allah SWT, *amar makruf*, perbaikan, pembangunan masyarakat, dan nahi mungkar yang dilakukan secara sadar untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhoi allah SWT.
- 2) Isa Anshari, dakwah adalah usaha untuk membuka konforontasi keyakinan manusia, membuka

³⁴ Yuni Fitriani. “ Analisis Pemanfaatan berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat.” *Paradigma-Jurnal Komputer* 19 no. 2 (2017):150. Diakses pada 7 Februari 2021, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/paradigma/article/view/2120>.

³⁵ Bungo, Sakareeya. “Pendekatan Dakwah Kultural Dalam Masyarakat Plural.” *Jurnal Dakwah Tabligh* 15 no. 2 diakses pada 25 Desember 2020

kemungkinan bagi manusia untuk menetapkan pilihannya.³⁶

- 3) Toha Yahya Oemar, dakwah merupakan mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan bahagia mereka di dunia dan akhirat.
 - 4) Abubakar Atjeh, dakwah merupakan seruan kepada seluruh manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.
 - 5) Masdar Helmi, dakwah merupakan ajakan dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran allah termasuk *amar makruf nahi mungkar* untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- Dari beberapa pengertian tentang dakwah tersebut pada dasarnya dapat diambil beberapa unsur pokok yang berada dalam istilah dakwah tersebut, yaitu subyek dakwah, materi dakwah, obyek dakwah, dan metode dakwah.³⁷

b. Unsur-unsur Dakwah

Unsur dakwah yaitu komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Ada beberapa unsur dalam dakwah yaitu.

1) *Da'i* (Subyek Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwahnya baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan baik sebagai individu, kelompok atau berbentuk organisasi maupun lembaga. *Da'i* merupakan unsur dakwah yang paling penting, sebab tanpa *da'i* islam hanya sekedar ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat.

2) *Mad'u*

Unsur dakwah yang kedua adalah *mad'u* yakni manusia yang dijadikan saran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beraga islam atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.³⁸

³⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 11-12.

³⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 13

³⁸ H. Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 69-71.

3) *Maddah* (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Keseluruhan ajaran islam yang menjadi *maddah* dakwah bersumber dari al-quran dan hadist. Karena luasnya ajaran islam maka seorang *da'i* harus selalu berusaha dan tidak bosan mempelajari Al-Qur'an dan Hadist serta mempelajari keadaan sosial dimana ia berada sehingga tidak terjadi *da'i* kehabisan materi yang sangat membosankan *mad'u*. Semakin banyak pengetahuamn seorang *da'i* dengan *maddah* dakwahnya maka semakin baik ia dalam berdakwah.³⁹

4) *Wasilah* (Media Dakwah)

Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Untuk menyapaikan ajaran islam. Dakwah menggunakan lima media dakwah berbentuk lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.

5) *Thariqah* (Metode)

Thariqah sangat berkaitan dengan *wasilah*, *wasilah* merupakan alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran islam, maka *thariqah* merupakan metode yang digunakan dalam dakwah.

6) *Atsar* (Efek)

Efek atau umpan balik dari proses dakwah, karena seringkali efek dakwah ini sering dilupakan para *da'i* menganggap bahwa jika sudah selesai menyampaikan dakwah maka proses penyampaian dakwah selesai.⁴⁰

c. **Obyek Dakwah**

Sasaran dakwah merupakan manusia diajak ke jalan tuhan atau menjadi sasaran dakwah. Sasaran dakwah bermacam-macam dari bentuk dan keadaannya, ada yang islam ada yang belum, ada kaya dan miskin, ada bodoh dan ada yang cerdas, ada yang imanya tebal dan tipis dll. Manusia sebagai sasaran dakwah dengan segala problem harus dipelajari dan diteliti terlebih dahulu, karena

³⁹ H. Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 69-71.

⁴⁰ Aminudin, A. "Media Dakwah". *Al-Munzir* 9 no.2 (2018) 192-210 diakses pada 2 Februari 2021.

berdakwah diberbagai kalangan tentu akan berbeda isi dan cara penyampaian dakwahnya. Semua perlu dipelajari karena setiap sasaran dakwah dengan karakteristik memerlukan pendekatan dan cara yang berbeda.

Sasaran dakwah dibagi menjadi dua yaitu, sasaran internal terdiri dari masyarakat yang memeluk agama islam, serta sasaran eksternal yaitu masyarakat yang belum memeluk agama islam. Seorang *da'i* harus memperhatikan karakteristik *mad'u* sebelum berdakwah dan memahami obyeknya meliputi, jenis kelamin, umur, pendidikan, ekonimi, status sosial, hingga letak tempat tinggalnya. Sasaran dakwah dapat berubah, berubah aspirasinya, berubah pandangannya, dan berubah cita rasanya. Maka materi dakwah yang sebelumnya sangat tidak relevan jika digunakansaat sekarang. Oleh karena itu, sampaikan ajaran islam dengan orientasi dan analisa yang berbeda dan gaya yang berbeda.⁴¹

d. Fungsi Dakwah

Islam merupakan ajaran yang sempurna dan diturunkan untuk mengatur kehidupan individu dan masyarakat. Akan tetapi kesempurnaan ajaran tersebut hanya ide dan angan-angan saja jika ajaran baik tidak disampaikan, apalagi jika ajaran itu tidak diamalkan dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam keseluruhan sistem islam. Dengan dakwah islam dapat diketahui dikhayati dan diamalkan oleh manusia dari generasi ke generasi berikutnya. Fungsi dari dakwah sendiri yaitu untuk menyebarkan islam kepada manusia, melestarikan nilai-nilai islam dari generasi ke generasi sehingga kelangsungan ajaran islam beserta pemeluknya tidak putus, dakwah juga berfungsi kolektif artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani.⁴²

e. Metode Dakwah

Menurut ajaran islam, dakwah merupakan kewajiban yang dibebankan oleh agama kepada pemeluknya. Dalam

⁴¹ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i & Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2017), 37-38.

⁴² H. Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 46-47.

islam, dakwah hukumnya wajib bagi umat islam, untuk saling mengingatkan dan mengajak sesamanya dalam rangka menegakkan kebenaran dan kesabaran. Agar dapat mencapai target dalam berdakwah, setiap individu harus mengetahui dan paham betul metode yang harus digunakan dalam berdakwah. Menurut Hamka, di dalam melakukan dakwah, ada tiga macam cara atau metode.⁴³

- 1) *Hikmah* (kebijakan) *Hikmah* menurut bahasa adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya, Ibnu Katsir menjelaskan dalam tafsirnya, bahwa hikmah mengandung arti tafsir Al-Qur'an, kesesuaian antar perkataan ilmu fiqh dan Al-Qur'an, mengerti, akal, dan paham betul terhadap ajaran agama. Dalam hal lain Sayyid Kutub mengatakan bahwa dakwah dengan metode *hikmah* itu adalah dimana seorang *da'i* memperhatikan situasi dan kondisi dalam menyampaikan pesan dakwah, hingga dapat dipahami dengan mudah.
- 2) *Al-mau'izatul Hasanah Mau'izah* secara bahasa artinya nasihat, secara istilah nasihat yang efisien dan dakwah yang memuaskan, sehingga pendengar merasa bahwa apa yang disampaikan *da'i* itu merupakan sesuatu yang dibutuhkan, dan bermanfaat baginya. Menurut Hamka artinya pengajaran yang baik, atau pesan-pesan yang baik, yang disampaikan dengan nasihat.
- 3) *Jadilhum Billati Hiya Ahsan* (bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik). Kata "*jadilhum*" berasal dari kata "*jidal*" yang artinya diskusi atau bukti-bukti yang mematahkan alasan atau dalih mitra diskusi yang menjadikannya tidak dapat bertahan, baik yang dipaparkan itu diterima oleh semua maupun hanya mitra bicara. Perdebatan yang baik merupakan perdebatan yang dapat menghambat timbulnya sifat manusia yang negatif, seperti sombong, tinggi hati, dan

⁴³ A.M. Ismatullah. "Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an (Studi penafsiran Hamka terhadap QS. An-Nahl:125)." *Lentera* 17 no. 2 (2015) diakses pada 2 Februari 2021, http://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/438

berusaha mempertahankan harga diri karena sifat tersebut sangat tercela.⁴⁴

f. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah untuk menyampaikan atau menyiarkan petunjuk ajaran agama islam kepada khalayak agar diterima dengan kemauan sendiri.

Salahudin Sanusi didalam bukunya membagi beberapa tujuan dakwah yaitu :

1) Tujuan Hakiki

Tujuan hakiki merupakan tujuan yang paling penting, menyeru manusia kepada allah swt. Menyeru kepada allah dengan tujuan agar manusia memiliki kesadaran akan dirinya sebagai makhluk allah swt. Kesadaran diri sebagai hamba allah swt bagian dari fondasi hidup manusia untuk mencapai kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Seseorang tidak akan patuh dan tunduk selain allah, karena tauhid dan keimanan kepada allah bagian dari pokok pangkal kebaikan, oleh karena itu tujuan dakwah yang hakiki dan mutlak hanya kepada allah swt.⁴⁵

2) Tujuan Umum

Tujuan umum dari dakwah yaitu identik dengan tujuan hidup. Mencapai kesejahteraan hidup dan kebahagiaan dunia, akhirat. Manusia diperintahkan untuk memakmurkan bumi, membangun kebudayaan dan peradaban. Usaha untuk memakmurkan bumi adalah dengan merealisasikan ajaran-ajaran islam dalam seluruh aspek kehidupan manusia, karena dengan hal tersebut maka bisa dicapai juga kebahagiaan akhirat.

3) Tujuan Khusus

Masyarakat terdiri dari beberapa strata dari perbedaan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, ekonomi, pekerjaan, penduduk kota maupun desa

⁴⁴ A.M. Ismatullah. "Metode Dakwah Dalam Al-Qur'an (Studi penafsiran Hamka terhadap QS. An-Nahl:125)." *Lentera* 17 no. 2 (2015) diakses pada 2 Februari 2021, http://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/438

⁴⁵ Choiriyah, C. "Ajaran Tarekat Syekh Ahmad At-Tijani: Analisis Tujuan Dakwah". *Wardah* 15, no. 1 (2014), 91-104 diakses pada 20 Desember 2020

dengan masalahnya masing-masing. Tujuan khusus dakwah yaitu menghadapi tiap individu atau golongan tersebut sesuai keadaannya, mengisi setiap segi kehidupan dan memberikan bimbingan dan pimpinan bagi seluruh golongan dalam masyarakat.

4) Tujuan Urgen

Tujuan urgen dakwah yaitu menyelesaikan masalah dakwah yang segera menuntut penyelesaian. Pertama, memberikan edukasi kepada umat islam, melengkapi buku-buku tentang islam, menyusun konsepsi serta metode dalam berbagai aspeknya. Kedua, penerapan ajaran islam dalam berbagai aspek, melakukan pembangunan guna mewujudkan masyarakat yang sejahtera diridhai allah swt.

5) Tujuan Insidental

Tujuan insidental yaitu untuk menyelesaikan dan memberikan solusi persoalan masyarakat terutama tentang masalah korupsi, perjudian, bid'ah, kemiskinan, pengangguran, keterbelakangan.

3. Kajian Tentang Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin, *median*, yang merupakan bentuk jamak dari *medium*. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur Schram mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud media merupakan alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide dll. Secara bahasa Arab Media merupakan segala hal yang dapat mengantarkan terciptanya kepada sesuatu yang dimaksud, media dakwah juga didefinisikan bahwa media dakwah yaitu alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada *mad'u*.⁴⁶

Banyaknya media yang ada, maka *da'i* harus pandai memilih media yang efektif untuk mencapai tujuan dakwah, dengan memilih yang tepat atau dengan prinsi[media. Memilih tentu saja mengandung konsekuensi mengetahui dan menguasai bagaimana cara memanfaatkan potensi yang

⁴⁶ Aminudin. "Media Dakwah." *Al-Munzir* 9, no. 2 (2018). diakses pada 15 Maret 2021

dipilihnya. Tidak hanya memilih untuk disimpan lalu dibiarkan. Karena sekarang era globalisasi informasi, artinya di era tersebut terjadi terjadi penghilangan batas ruang dan waktu dari hasil perkembangan teknologi dan komunikasi. Masalah teknologi komunikasi menjadi penting untuk diupayakan agar para *da'i* menguasainya, karena pada hakikatnya dakwah merupakan proses komunikasi yang baik media visual, audio, dan lebih penting lagi media audio visual, termasuk televisi.

b. Macam-macam media dakwah

Dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah. Berdasarkan banyaknya komunikasi yang menjadi sarana dakwah, diklarifikasikan menjadi dua.

1) Media Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang digunakan yaitu surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

2) Media Nonmassa

Media yang digunakan untuk orang tertentu atau kelompok tertentu atau kelompok tertentu seperti surat kabar, telepon, telegram, e-mail, dan lainnya.⁴⁷

c. Media Online

Media *online* merupakan media massa yang dapat kita temukan di internet sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Menurut Amar Ahmad penggunaan media online sebagai sarana dakwah sudah semakin menyebar dan hampir tidak terhindarkan, seperti layanan e-syariah, e-fatwa, e-dakwah. Para aktivis dakwah paling tidak perlu mencermati secara khusus perkembangan dakwah untuk melahirkan *da'i* visual yang mampu membawa suara islam dalam konteks multi dimensi. Media *online* memiliki sebutan umum untuk media berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan

⁴⁷ Aminudin. "Media Dakwah." *Al-Munzir* 9, no. 2 (2018). diakses pada 15 Maret 2021.

memiliki informasi yang bersifat update, actual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.⁴⁸

d. Jenis Media Online

Ada banyak jenis media online dengan jaringan internet sebagai saluran komunikasi dan informasi interaktif yang menjangkau seluruh dunia, peranan media online menjadi sangat dominan.

1) Facebook

Facebook merupakan situs populer kedua setelah google di Indonesia. Facebook kini mempunyai tingkat teratas dan mempunyai banyak fitur yang mencakup banyaknya interaksi yang bisa dilakukan melalui internet, yaitu *chatting, comment, gamer, notes, photo*, dan *privacy setting* yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dan masih banyak fitur lainnya yang masih dikembangkan.

2) Blog

Blog merupakan singkatan dari web blog, bentuk aplikasi web yang terdiri dari tulisan-tulisan yang yang bisa disebut sebagai posting pada sebuah halaman web. Blog biasanya dapat diakses oleh semua pengguna internet sesuai dengan topik dan tujuan, serta minat dari blog.

3) Twitter

Twitter merupakan layanan jejaring sosial dan mikro blog daring yang memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter.

4) YouTube

YouTube merupakan salah satu website yang memberikan kemudahan pengguna internet untuk memposting dan menonton video yang kita miliki. Secara default, video di YouTube tidak bisa di download kecuali pemilik dari video tersebut memberikan link. YouTube merupakan media yang paling masif menyebarkan informasi dan konsep baru media dalam rancangan komunikasi berbagai kebutuhan dimasyarakat. Dakwah Islam mengambil peran baru

⁴⁸ Fadly, Usman. "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah." Al-Tsiqoh: *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 1, no.1 (2016) diakses pada 15 Maret 2021.

dalam penyebaran ilmu pengetahuan keagamaan yang dimanfaatkan oleh para *da'i*, sebelum YouTube hadir dimasyarakat mereka mengandalkan informasi berbasis audio visual dari televisi. Sementara televisi memiliki konsep yang terjadwal. Masyarakat tidak dapat memilih informasi sesuai dengan pilihan waktu, masyarakat menyesuaikan jadwal tayang sebuah acara. Berbeda dengan YouTube yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan jaringan internet.

Selain itu juga terdapat beberapa karakteristik YouTube yang membuat pengguna betah menggunakannya.

- a) Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video.
- b) System pengamanan yang mulai akurat. YouTube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video mengandung sara, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
- c) Berbayar, YouTube memberikan penawaran bagi siapa saja yang mengunggah video dan minimal memiliki 1000 *viewers* maka akan mendapatkan honorarium.
- d) Sistem *offline*, YouTube mempunyai fitur baru bagi pengguna untuk menonton video secara *offline*. Sistem ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat *offline* tetapi harus mendownloadnya terlebih dahulu.
- e) Tersedia editor sederhana. Pada menu awal saat mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.⁴⁹

4. YouTube sebagai Media Dakwah

Era globalisasi seperti ini banyak kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi, untuk mencari informasi, dan mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan untuk mengiikat orang seperti

⁴⁹ Guntur Cahyono dan Nibros Hasani. "Youtube: Seni komunikasi dakwah dan media pembelajaran." *Al-hikmah* 13 no. 1 (2019):26-27, diakses pada 30 Maret 2021.

Watshapp, Instagram, Facebook, YouTube dll. Media youtube dimanfaatkan pengguna media untuk melihat berbagai macam konten video, dapat digunakan pengguna untuk *live streaming* media youtube sama seperti media televisi. Tetapi media YouTube lebih mudah di akses dan lebih banyak konten video yang disajikan untuk ditonton. Media YouTube merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai macam informasi dan mendapatkan informasi. Media YouTube juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui konten video ceramah, dengan menggunakan media YouTube lebih mudah melihat dan mendapat informasinya.⁵⁰

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tujuan penelitian terdahulu sebagai salah satu bahan acuan dalam menyelesaikan penelitian ini, sekaligus sebagai referensi serta perbandingan dalam penelitian ini. Berikut beberapa karya penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Arif Dharma Prasetyo, 2019, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui Story Telling.”⁵¹ Fokus masalah dalam penelitian ini yaitu menjawab bagaimana retorika dakwah Fadila Yahya, untuk mengidentifikasi masalah tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif lapangan (*field research*) dengan jenis deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Dari hasil penelitian tersebut gaya bahasa yang digunakan Fadila yahya berdasarkan pilihan kata yaitu gaya bahasa resmi, tidak resmi, dan percakapan, gaya bahasa berdasarkan nada menggunakan gaya bahasa sederhana dan menengah, gaya berdasarkan struktur kalimat paralelisme dan repetisi tautotes, kemudian gaya berdasarkan langsung tidaknya makna menggunakan parifrasis, prolepsis atau antisipasi, gaya suara yang

⁵⁰ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Rosadakarya, 2013), 122

⁵¹ Arif Dharma Prasetyo. “Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui Story Telling.” (Doctoral dissertation, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019). Diakses pada 7 Februari 2021, <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/29412>.

digunakan *pitch*, *loudness*, *rate* dan *rhythm*, *pause*. Gaya gerak tubuh Fadila yahya menggunakan sikap badan tegak, gerakan tangan memegang kepala, dan badanya dijatuhkan, ekspresi dan pandangan ke semua arah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya adalah sama-sama meneliti tentang retorika dakwah. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang ceramah melalui dongeng atau cerita dan mengobservasi langsung dilapangan, sedangkan penelitian selanjutnya berdasarkan episode ceramah melalui YouTube.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Alfiyatun Nadhiroh, 2019. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya dengan judul “ Humor Dalam Retorika Dakwah KH. Ilhamuallah Sumarkan di Pesantren Mahasiswa An-Nur.”⁵² Penelitian ini difokuskan untuk menjawab permasalahan bagaimana humor dalam retorika dakwah, dari hasil penelitian tersebut menggunakan dua wujud humor yaitu akronim dan anekdot. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif jenis deksriptif, dan salah satu *da’i*. Perbedaannya objek daan titik fokus, peneliti meneliti gaya retorika.

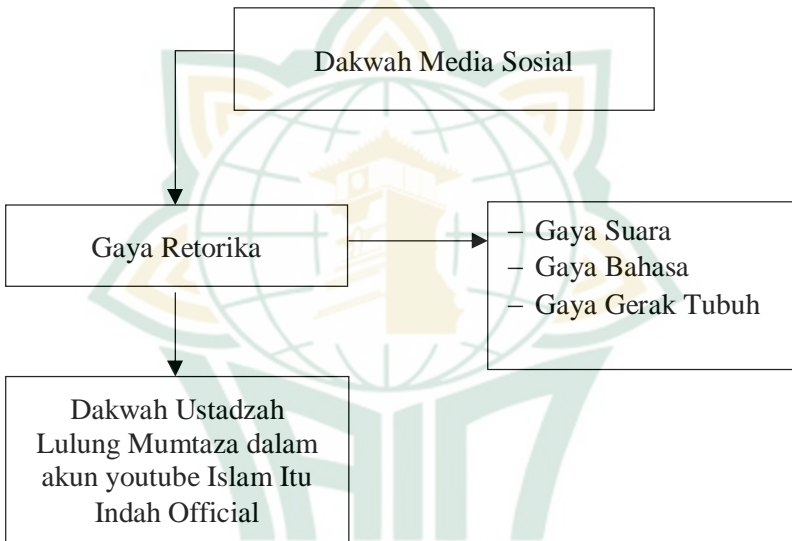
Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Septi Nandiasuti, 2020. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Purwokerto dengan Judul “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube.”⁵³ Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian tentang retorika dakwah Gus miftah melalui YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan berupa sumber data primer dan data sekunder, dari hasil penelitian tersebut Gus Miftah menggunakan unsur retorika seperti kontak visual dan kontak mental dengan khalayak, vokal, gerak tubuh. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti retorika dakwah melalui YouTube. Perbedaannya penelitian sebelumnya menggunakan unsur retorika, sedangkan penelitian selanjutnya hanya gaya retorika. Gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh.

⁵² Alfiyatun Nadhiroh. “ Humor Dalam Retorika Dakwah KH. Ilhamuallah Sumarkan di Pesantren Mahasiswa An-Nur.” (Doctoral Dissertation, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Surabaya, 2019)

⁵³ Septi Nandiasuti. “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube.” (Doctoral Dissertation, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, IAIN Purwokerto, 2020). Diakses pada 7 Februari 2020, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7939/>.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan aktivitas yang menggunakan konsep dan lambang sebagai pengganti objek peristiwa. Untuk mempermudah pemahaman tentang berpikir maka digunakanlah kerangka atau gambaran.⁵⁴ Fokus permasalahan dan tujuan dalam penelitian ini yaitu mengenai bagaimana retorika yang dilakukan seorang *da'i* dalam melakukan aktifitas dakwahnya. Dalam menyampaikan dakwah seorang *da'i* harus memiliki kemampuan beretorika karena harus mampu meyakinkan, memahami materi, dan pesan dakwah yang disampaikan bisa diterima.



**Gambar 2.1
Kerangka Berpikir**

⁵⁴ Anita Maulidya. “ Berpikir dan *Problem Solving*.” *Ihya al-Arabiyah: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Arab* 4 no.1 (2018). Diakses pada 8 Februari 2021, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/ihya/article/view/1381>.