

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Teori Retorika Aristoteles

###### a. Pengertian Retorika

Istilah retorika pada awalnya diperkenalkan oleh Aristoteles (384-322 SM). Setelah itu istilah retorika menyebar luas dan digunakan dalam berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, kesenian, jurnalistik, pendidikan, berdakwah dan lain-lain. Oleh karena itu terkadang muncul ungkapan retorika politik, retorika dagang, retorika jurnalistik, dan retorika dakwah.

Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan retorikan untuk mengemukakan sesuatu, dan dalam penyampaiannya tersebut, retorikan dapat memberikan efek persuasife kepada para pendengarnya. Secara etimologis, retorika berasal dari bahasa Yunani, “*rhethrike*” yang berarti seni kemampuan berbicara yang dimiliki seseorang. Aristoteles dalam bukunya “*Rhetoric*” mengemukakan pengertian retorika, yaitu kemampuan untuk memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain.<sup>1</sup>

Menurut Husin Sayuti bahwa retorika secara estimologi dapat diartikan sebagai seni berbicara, seni bicara disebut *Rhetorica* dalam bahasa Yunani kuno, namun berbeda dengan bahasa Inggris kata retorika disebut *Rhetoric* yang diartikan sebagai kepandaian berpidato.<sup>2</sup> Lain halnya secara terminologi retorika diartikan sebagai suatu ilmu yang mempersoalkan mengenai cara berbicara dengan daya tarik tersendiri yang mudah dipahami dan dapat menggugah perasaan.<sup>3</sup> Menurut retorika juga diartikan sebagai tiga hal, yaitu keterampilan berbahasa

---

<sup>1</sup> Dhanik Sulistyarini dkk, *Buku Ajar Retorika*, (Banten : CV. AA. RIZKY, 2020), 5

<sup>2</sup> Husin Sayuti, *Pengantar Metodologi Riset*, (Jakarta: CV. Fajar Agung, 1989), 119

<sup>3</sup> Abidin, Z. dan A. Sodiq, *Meningkatkan Produksi Susu Kambing. Peranakan Etawa*, (Jakarta: PT. Agro Media Pustaka, 2008), 78.

yang efektif, studi mengenai pemakaian bahasa dalam karang-mengarang dan seni berpidato yang muluk-muluk.<sup>4</sup>

Sedangkan menurut Daniel Goleman bahwa retorika adalah penunjang kelancaran dakwah terutama dakwah *bil lisan*, maka dari itu komunikasi perlu memiliki kemampuan berbicara dengan baik.<sup>5</sup> Retorika juga diartikan sebagai ilmu berbicara yang dihadapkan langsung oleh khalayak publik sehingga kesan yang diciptakan dalam retorika dapat tersampaikan.<sup>6</sup> Retorika dapat tersampaikan jika seorang komunikator (pembicara) menggunakan bahasa yang jelas sehingga khalayak paham maksud dan tujuan yang disampaikan oleh komunikator.<sup>7</sup>

Retorika juga dikenal dalam bahasa Arab sebagai *khutbah* dan *muhadhoroh*. Dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah pidato. Secara umum retorika ialah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis. Dalam pemaknaannya, retorika diambil dalam bahasa Inggris *rhetoric* bersumber dari perkataan Latin *rhetorica* yang berarti ilmu berbicara atau menyampaikan perkataan dengan pilihan kata terbaik. Sebagaimana firmanNya dalam QS. Fussilat ayat 33 yang berbunyi:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ۝ ٣٣

Artinya : “Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebijakan dan berkata, Sungguh, aku termasuk orang-orang Muslim (yang berserah diri)?” (Q.S Fussilat: 33)

Berbeda dengan retorika diartikan sebagai kemampuan berbicara seseorang, namun sesungguhnya tidak hanya kemampuan berbicara saja, akan tetapi

<sup>4</sup>Moeliono, AntonM, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), 89.

<sup>5</sup> Daniel Goleman, *Emotional Intelligence*, terj. T Hermaya, (Jakarta: PT Scholastic Press Main, 2002), 132-133.

<sup>6</sup>A.A,Perwita.&Y.M,Yani,*Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*, (Bandung:PT.RemajaRosdakarya, 2005), 98.

<sup>7</sup>Alam, A.S. dan Amir Ilyas, *Pengantar Kriminologi*,(Makassar: Pustaka Refleksi Books, 2010), 122.

campuran antara kemampuan berbicara dan pengetahuan.<sup>8</sup> Retorika juga sebagai campuran antara seni berbicara dan pengetahuan yang mengajarkan kaidah-kaidah tutur secara efektif melalui lisan dan tulisan untuk mempengaruhi pihak lainnya, dengan memperhatikan prinsip-prinsip dalam berpidato.<sup>9</sup>

Prinsip-prinsip dalam berpidato merupakan kekuatan dari retorika dengan menggunakan simbol seni berbicara, walaupun isi pesannya biasa namun jika seorang komunikator menyampaikan informasi dengan cara yang bagus dengan memperhatikan komunikasi verbal dan non verbal maka pesan yang tadinya terkesan biasa akan menjadi luar biasa. Gaya retorika tidak hanya menekankan kepada gaya bahasa melainkan sebagaimana seorang komunikator dapat mengajak komunikan dengan cara mempengaruhi menggunakan bahasa, suara dan gerak tubuh berpidato.<sup>10</sup>

Berdasarkan beberapa rumusan pengertian tersebut, maka esensi retorika adalah upaya-upaya yang dilakukan pembicara (pada bahasa lisan) dan penulis (pada bahasa tulisan) dalam memilih bentuk ungkapan yang dianggap paling efektif untuk menarik perhatian pendengar atau pembaca. Dalam mekanisme seperti inilah proses komunikasi terjadi. Komunikasi berjalan secara efektif bila antara komunikator dengan komunikan terjadi saling mengerti dalam kesatuan pemahaman. Dengan kata lain dapat dikatakan, komunikasi terjadi secara efektif bila tidak ada kesalahpahaman atau kesalah pengertian antara komunikator dengan komunikan.<sup>11</sup>

Jadi gaya retorika berarti seni berbicara dapat berupa ceramah, pidato, khutbah dan lainnya dengan kemampuan pengetahuan bahasa, suara dan gerak tubuh untuk mempengaruhi seseorang.

---

<sup>8</sup> AF, A. Toto Suryana, dkk, *Pendidikan Agama Islam*, (Bandung: Tiga Mutiara 1997), 67-68.

<sup>9</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. (Bandung: Alfabeta, 2004), 155.

<sup>10</sup> Arifin. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2011), 111-114.

<sup>11</sup> Marta, I Nengah, *Retorika Edisi 2*. (Yogyakarta :Graha Ilmu, 2015), 56

## b. Tujuan dan Fungsi Retorika

Retorika pada awalnya berkaitan dengan periasi, sehingga retorika merupakan seni penyusunan argumentasi dan pembuatan naskah pidato atau seni berbicara. Persuasi dapat diartikan sebagai metode komunikasi berupa ajakan, permohonan, atau bujukan yang lebih menyentuh emosi dan perasaan, yaitu aspek afeksi dari manusia. Terdapat lima tujuan retorika, yaitu sebagai berikut:

- 1) *To Inform*, yaitu memebrikan penerangan dan pengertian kepada massa, guna memberikan penenrangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.
- 2) *To Conwise*, yaitu meyakinkan dan menginsafkan.
- 3) *To Inspire*, yaitu menimbulkan inspirasi dengan teknik dan sistem penyampaian yang baik dan bijaksana.
- 4) *To Intertain*, menggembirakan menghibur dan menyenangkan, dan memuaskan.
- 5) *To Ecuate (to put into action)*, yaitu menggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak menetralsisir dan melaksanakan ide yang telah dokomunikasikan oleh orator di hadapan massa.<sup>12</sup>

Adapun Fungsi dari Retorika hampir sama dengan fungsi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Mass Informasion*, yaitu untuk memberi dan menerima informasi kepada khalayak. Hal ini bisa dilakukan oleh setiap orang dengan pengetahuan yang dimiliki. Tanpa komunikasi informasi tidak dapat disampaikan dan diterima.
- 2) *Mass Education*, yaitu memberi pendidikan. Fungsi ini dilakukan oleh guru kepada murid untuk meningkatkan pengetahuan atau oleh siapa saja yang memiliki keinginan untuk memberikan pendidikan.
- 3) *Mass Persuasion*, yaitu untuk mempengaruhi. Hai ini biasa dilakukan oleh setiap orang atau lembaga yang memeberidukung dan ini bisa digunakan oleh orang yang bisnis, dengan mempengaruhi ikhlan yang dibuat.
- 4) *Mass Intertainement*, yaitu untuk menghibur. Hal ini yang biasa dilakukan oleh radio, televise atau orang

---

<sup>12</sup> Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 5

yang memiliki professional menghibur.<sup>13</sup>

**c. Jenis-jenis Retorika**

Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa (*lingustik*), khususnya ilmu bina bicara (*Specherziehung*). Retorika sebagai bagian dari ilmu bicara yang diklarifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu:<sup>14</sup>

1) Monologika

Monologika adalah ilmu tentang seni bicara secara monolog, dimana hanya seorang yang bicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika ini adalah pidato, kata sambutan, ceramah, dan deklarasi.

2) Dialogika

Dialogika adalah ilmu tentang seni bicara secara dialog, dimana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam dialogika ini adalah diskusi, Tana jawab, percakapan dan debat.

3) Pembinaan Teknik Bicara

Teknik bicara adalah syarat bagi retorika. Oleh karena itu, pembinaan teknik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Pada teknik ini lebih fokus pada teknik bernafas, menucap, bina suara dan membaca.<sup>15</sup>

**d. Kegunaan Retorika**

Ada beberapa kegunaan retorika menurut para ahli, diantaranya:

- 1) Menurut Aristoteles dalam buku bahwa retorika dalah *the art of persuasion* yang berguna untuk berpidato dengan jelas, singkat dan dapat menyakini banyak orang. Aristoteles juga menjelaskan bahwa orang yang memiliki kemampuan retorika akan sangat mudah dalam empat hal diantaranya: membenarkan (*corrective*), memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*) dan mempertahankan (*defensive*).<sup>16</sup>
- 2) Menurut kaum sofis, retorika di Yunani dianggap

<sup>13</sup> Raudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007), cet-1, 52

<sup>14</sup> Deri Wuwur Hendrikus, *Retorika Trampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), 17

<sup>15</sup> Wahidin Saputra, *Retorika Monologika*, (Bogir: Titan Nusa Perss, 2010), cet-1, 17-18

<sup>16</sup> Gayo, Nogarsyah Moede, *Buku Pintar Dakwah*, (Jakarta: Intermediadan Ladang Pustaka, 2002), 32



sebagai pelopor massa politik walaupun harus memutar balikkan fakta agar dapat menarik komunikan.

- 3) Menurut Georgias bahwa retorika digunakan agar pidato dapat mempengaruhi orang banyak.<sup>17</sup>

## 2. Tahapan Penyampaian Pidato

Menurut ahli retorika klasik Aristoteles, terdapat lima strategi penyusunan retorika yang dikenal dengan istilah “*The Five Canons of Rhetoric*”, yaitu sebagai berikut:

### a. *Invention* (Pemilihan materi)

Pidato yang baik, perlu adanya persiapan yang matang agar tujuan beretorika tersampaikan. Persiapan yang perlu dilakukan, yaitu memilih topik menjadi persiapan pertama yang dilakukan oleh komunikator sesuai kondisi dan situasi. ada beberapa kriteria dalam memilih topik, yaitu:<sup>18</sup>

- 1) Topik sesuai dengan pengetahuan pembicara dan pendengar
- 2) Menarik perhatian khalayak pendengar (komunikan)
- 3) Memilih ruang lingkup dan batasan, apa yang akan dibicarakan
- 4) Sesuai dengan waktu dan kondisi pendengar
- 5) Menyiapkan bahan lain agar tidak bosan.

Selain memilih topik, komunikator atau pembicara juga merumuskan dan memilih judul yang akan menjadi pokok bahasan. Ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam merumuskan dan memilih judul, yaitu : *Pertama*, Relevan diartikan judul yang disampaikan sesuai dengan dan kebutuhan audiens. *Kedua*, Provokatif, judul dengan unsur provokatif diharapkan seorang komunikan memiliki keinginan yang tinggi untuk mengetahui isi pidato yang disampaikan oleh komunikator. *Ketiga*, Singkat diartikan mudah dipahami, tidak berbelit-belit dan mudah di ingat oleh komunikan.

### b. *Disposition/Arrangement* (Penyusunan Materi)

Penyusunan bahan diperlukan dalam beretorika karena untuk menjadi seorang komunikator (pembicara) perlu

---

<sup>17</sup> Morrissan dan Andy Corry Wardhani, *Teori Komunikasi tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*, (Bandung : Rekatama Media, 2010), 45

<sup>18</sup>Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Rosda, 1998), 16

menguasai bahan materi yang akan disampaikan, jika seorang pembicara tidak menguasai materi maka akan menjadi gagal sebuah retorika. Ada beberapa tahapan dalam menyusun bahan materi.

1. Pokok bahasan

Pokok bahasan biasanya sesuai dengan keadaan dan kebutuhan komunikan (pendengar). Bahasan memiliki beberapa kriteria, diantaranya:<sup>19</sup> Dapat dipahami komunikan (pendengar), Topik bahasan bersifat akurat tidak subjektif dan dapat dipertanggungjawabkan, Sesuai kebutuhan komunikan (pendengar), Bahasan dikuasai oleh komunikator (pembicara).

2. Uraian Masalah

Uraian masalah merupakan tahapan dari penyusunan materi. Seorang komunikator (pembicara) hendaknya menguraikan masalah disetiap materi. Sumber-sumber materi yang biasanya menjadi uraian masalah berasal dari Al- Qur'an, hadits, kitab-kitab ulama, buku teks, hasil penelitian, majalah, radio, televisi, internet dan sumber lainnya yang menunjang dengan dakwah.<sup>20</sup> Tidak hanya sumber-sumber materi saja dalam menguraikan masalah, namun perlu juga mempertimbangkan materi terkait aktualistas, relevansi, berbobot, integralitas suatu materi.

3. Menemukan jalan keluar dan kesimpulan

Seorang komunikator dalam menyusun bahasan, menguraikan masalah perlu juga menemukan jalan keluar, karena jika tidak dapat menemukan jalan keluar, seorang komunikator akan diragukan oleh komunikan (pendengarnya). Seorang komunikator harus memberikan solusi (*problem solver*) dalam memecahkan suatu masalah dan dapat menyimpulkan.<sup>21</sup> Kesimpulan yang baik adalah kesimpulan yang padat, jelas, dan memudahkan untuk

---

<sup>19</sup> Gayo, Nogarsyah Moede, *Buku Pintar Dakwah*, (Jakarta:Inter media dan Ladang Pustaka, 2002), 98

<sup>20</sup> AH. Hasanudin, *Retorika Dakwah dan Publisistik dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: PT Usaha Nasional, 1982), 26

<sup>21</sup> Farida Rahim, *Pengajaran Membaca Di Sekolah Dasar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 56

komunikasikan (pendengar) dalam menyerap apa yang disampaikan oleh komunikator (pembicara).

Komunikator (pembicara) hendaknya dalam menyampaikan pidato/ceramahnya perlu menyiapkan materi, agar tidak merasa kebingungan. Penyampaian materi biasanya terdiri dari, *Pertama*, Pembukaan, biasanya berisi salam atau sambutan. *Kedua*, Isi yaitu bagian tengah yang berisikan materi pidato, seperti akhlak, aqidah, dan lainnya. *Ketiga*, Penutup, biasanya berisikan kesimpulan materi.

**c. *Style/Elocutio (Gaya/pemilihan bahasa yang Indah)***

Penyampaian materi pidato tentu bahasa saja tidak cukup, perlu diimbangi dengan suara dan tubuh untuk membujuk *audiens*, dengan menyakini bahkan melakukan sesuatu hal yang dianggap baik di masa kini dan mendatang.<sup>22</sup> Maka dari itu dalam menyampaikan retorika alangkah baiknya jika memperhatikan beberapa hal, diantaranya:

1) Gaya bahasa

*Style* adalah kemampuan menulis dengan menggunakan kata-kata yang indah. *Style* (gaya) merupakan ciri seorang komunikator dalam menyampaikan pidato kepada komunikasikan (pendengar).<sup>23</sup> Seorang komunikasikan dapat menilai baik buruknya sebuah pidato yang disampaikan komunikator dari gaya bahasanya, karena gaya bahasa dapat dinilai dari lingkungan, watak, pendidikan bahkan dari daerah asalnya.

Namun berbeda bahwa gaya tidak hanya soal mengungkapkan bahasa melainkan penggunaan bahasa yang tepat untuk dikemas pesannya agar tersampaikan kepada komunikasikan.<sup>24</sup> Komunikasikan dalam mengkemas pidato agar pesan dalam beretorika dapat tersampaikan perlu adanya variasi saat memilih dan menggunakan bahasa agar komunikasikan terhindar

---

<sup>22</sup> Ayu, D.R., Maarif, S., & Sukmawati, A, *Pengaruh job demands job resources dan personal resources terhadap work engagement*, (Jurnal Aplikasi Bisnis dan management, 1(1),2005) 12-22.

<sup>23</sup>Gorys Keraf, *Tata Bahasa Indonesia*, ( Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi, 1996) Cet. Ke-10

<sup>24</sup>Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Rosda, 1998), 144.



dari rasa jenuh, bosan.<sup>25</sup> Seorang komunikator dalam menyampaikan pidatonya jika semakin bervariasi gaya bahasanya maka semakin baik juga orang yang menilai. Gaya bahasa memiliki beberapa unsur dalam beretorika, yaitu:<sup>26</sup>

a) Kesopanan

Kesopanan adalah perilaku seorang komunikator (pembicara) dalam memberikan penghormatan kepada orang yang hendak diajak bicara. Kesopanan dalam gaya bahasa ini dengan memberikan kejelasan dalam menyampaikan sebuah pesan kepada komunikan (pendengar) dengan jelas dan singkat.

b) Kejujuran

Kejujuran merupakan pengorbanan seseorang untuk mengatakan yang sebenarnya, karena apabila seseorang dalam menyampaikan pidato hanya mencari kesenangan dengan mengabaikan suatu kejujuran, akan timbul hal-hal yang tidak disukai oleh komunikan (pendengarnya). Seorang komunikator (pembicara) dianggap mampu bermanfaat untuk seorang komunikan (pembicara) ketika ia memiliki landasan hati dengan berbicara jujur tanpa dibuat-buat.

c) Menarik

Penyampaian dalam beretorika tidak hanya dengan kesopanan dan kejujuran melainkan pengemasan bahasa untuk menarik komunikan. menarik dalam sebuah gaya bahasa memiliki beberapa komponen diantaranya: variasi, humor, pengertian dan memiliki imajinasi untuk memberikan kejelasan kepada komunikan.<sup>27</sup>

Gaya bahasa menurut pemilihan kata selalu menjadi persoalan, sehingga dibedakan berdasarkan

---

<sup>25</sup> AsmuniSyukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 87-90.

<sup>26</sup> GorysKeraf, *Tata Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Ikrar Mandiri Abadi, 1996) Cet. Ke-10

<sup>27</sup> Moh. Ali Aziz, *Public Speaking: Gaya dan Teknik Pidato Dakwah*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2019), 227

beberapa hal, diantaranya:<sup>28</sup>

a) Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dengan bentuk lengkap yang digunakan untuk acara resmi, seperti acara kepresidenan, khutbah, pidato-pidato penting lainnya. Gaya bahasa resmi memanfaatkan kata-kata yang ada, nada, tata bahasa, tata kalimat dan pemilihan kata sehingga dalam penyampaianya, tidak membingungkan komunikan (pendengar).

Gaya bahasa resmi seperti pakaian resmi yang ketat, begitu pula gaya bahasa resmi dalam pemilihan kata harus serius, ketat dan kalimatnya panjang.<sup>29</sup> Gaya bahasa resmi tentunya memiliki unsur yang harus dipahami oleh komunikator (pembicara), diantaranya: menggunakan bahasa baku, menggunakan ejaan yang disempurnakan (EYD) lengkap dan nada dalam berbicara cenderung rendah.

b) Gaya bahasa tidak resmi

Gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar dan bukan untuk peristiwa resmi.<sup>30</sup> Gaya bahasa tidak resmi biasanya digunakan dalam acara perkuliahan, karya tulis, buku pegangan dan lainnya bersifat umum. Ada beberapa unsur dalam menggunakan gaya bahasa tidak resmi, yaitu: memakai bahasa yang tidak baku, menggunakan EYD, namun tidak lengkap, tidak menggunakan kata penghubung, kalimatnya sederhana dan singkat.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup>Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1984),112

<sup>29</sup>I fatah, Syamsul Ma'arif, Jupriyanto Jupriyanto, and Andarini Permata Cahyaningtyas. "Analisis Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Di Sekolah Dasar." (Jurnal Pesona Dasar7, no. 2 (2015), 145.

<sup>30</sup>Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1984), 117

<sup>31</sup>I fatah, Syamsul Ma'arif, Jupriyanto Jupriyanto, and Andarini Permata Cahyaningtyas. "Analisis Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Di Sekolah Dasar." (Jurnal Pesona Dasar7, no. 2 (2015), 145.

## c) Gaya bahasa percakapan

Gaya bahasa percakapan adalah gaya bahasa dengan pemilihan kata populer dan kata percakapan yang ditambah dengan segi-segi morfologis dan sintaksi sehingga terbentuklah gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa percakapan memiliki lima unsur yang perlu diperhatikan oleh komunikator (pembicara), yaitu menggunakan bahasa tidak baku, menggunakan istilah asing, bahasa singkat, menggunakan kata seru, dan menggunakan kalimat langsung.<sup>32</sup>

## 2) Gaya Suara

Suara merupakan faktor penting dalam berpidato karena suara adalah komunikasi verbal yang menggunakan lisan. Jika suara yang dikeluarkan jelas maka akan mudah dipahami dan diterima oleh pendengar dibanding suara yang kurang jelas. Suara adalah seni komunikasi yang memperhatikan irama suara dengan memberikan penekanan tertentu pada kata yang hendak diucapkan.<sup>33</sup> Untuk memberikan suatu penekanan diperlukan Teknik dalam berbicara seperti pembinaan teknik bernafas.<sup>34</sup>

Teknik mengucap, membaca dan bercerita dengan adanya pembinaan diharapkan seorang komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dapat berjalan dengan lancar. Gaya suara itu tidak selalu sama dengan berbagai situasi, informatif, persuasif, formal dan informal, karena untuk memperoleh gaya yang tepat selalu memperhatikan suara pada awal berpidato. Ada beberapa yang harus diperhatikan alam gaya suara:<sup>35</sup>

a) *Pitch*

Penekanan suara yang mana suara tidak

---

<sup>32</sup>I fatah, Syamsul Ma'arif, Jupriyanto Jupriyanto, and Andarini Permata Cahyaningtyas. "Analisis Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Di Sekolah Dasar, 147.

<sup>33</sup>AW Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat.*( Jakarta: Bumi Aksara, 1993), 125.

<sup>34</sup>Endrikus, Dori Wuwur, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, bernegosiasi.*(Yogyakarta: Kanisius, 1991), 210

<sup>35</sup>Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi.* (Bandung: Rosda, 1998), 23-24

boleh terlalu tinggi dan tidak boleh terlalu rendah, namun enak disampaikan yang disebut *pitch*. Umumnya seorang komunikator dalam menggunakan *pitch* untuk menekankan arti suatu pesan untuk menunjukkan bahwa sesuatu yang bermakna umumnya berkaitan kata-kata yang harus di interprestasikan sebagai sarkasme.<sup>36</sup> Ada lima macam *pitch* diantaranya:

- (1) Nada tinggi umumnya diberi tanda garis keatas (↑)
- (2) Nada rendah diberi tanda garis kebawah (↓)
- (3) Nada datar diberi tanda garis mendatar (↔)
- (4) Nada turun naik adalah nada yang merendah lalu meninggi, diberi tanda garis kebawah keatas (↓↑)
- (5) Nada naik turun adalah nada yang meninggi lalu merendah, diberi tanda garis keatas kebawah (↑↓)

b) *Rate*

*Rate* sering disebut kecepatan. Cepat lambatnya suara sangat berhubungan dengan *rhythm* dan irama. Seorang komunikator (pembicara) perlu memperhatikan irama karena jika suara terlalu cepat diucapkan maka komunikan (pendengar) akan sulit. Untuk menangkap maksud dari komunikator.<sup>37</sup> Sama halnya bahwa *rate* adalah kecepatan untuk mengutarakan suatu informasi dengan memperlambat atau mempercepat kecepatan berbicara didepan umum dengan memberikan penekanan pada gagasan yang perlu ditegaskan. Jika dalam menyampaikan informasi yang sulit kepada komunikan sebaiknya memperlambat kecepatan dalam berbicara, dan begitu pula sebaliknya.<sup>38</sup>

<sup>36</sup>Borman, Ernest G, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Erlangga, 1989), 20

<sup>37</sup>Gentasari Anwar, *Teknik dan Seni Berpidato*,(Jakarta : PT Rineka Cipta, 1995), 110

<sup>38</sup>Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, (Jakarta:Erlangga. 1989), 65.

Meskipun komunikator dalam menyampaikan pidatonya dengan laju yang cepat, tetap dapat diterima oleh komunikan, jika ide-idenya tidak baru, kompleks dan diartikulasikan secara baik dengan penekanan vokal yang cukup serta komunikator memiliki kredibilitas dalam berbicara kepada komunikan.<sup>39</sup> salah satu komponen kredibilitas adalah otoritas, yang artinya memiliki keahlian yang diakui oleh masyarakat.<sup>40</sup>

c) *Pause*

*Pause* dapat disebut jeda, merupakan bagian dari rate. *Pause* adalah tanda untuk memisahkan suatu ide, misalnya penggunaan titik, koma dan tanda-tanda yang berguna untuk memisahkan pemikiran dalam sebuah kalimat tulisan.<sup>41</sup> *Pause* adalah hentian yang digunakan untuk mengatur pikiran dengan memperhatikan tanda baca suatu kalimat.<sup>42</sup>

Tekanan dalam jeda sangat penting karena dapat merubah makna dalam kalimat.<sup>43</sup> *Pause* biasanya dapat dibedakan menjadi sendi dalam dan sendi luar. Dikatakan sendi dalam ketika sebuah kalimat diberi tanda tambah (+), dan dikatakan sendi luar dapat menunjukkan batasan yang lebih besar dari segmen dan sering dibedakan beberapa hal, sebagai berikut:

- (1) Tanda garis miring tunggal apabila jeda sementara (/)
- (2) Tanda garis miring ganda apabila dijeda untuk berhenti (//)

d) *Ritma*

Keteraturan dalam meletakkan tekanan

<sup>39</sup> AW Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*.( Jakarta: Bumi Aksara, 1993), 65.

<sup>40</sup>Jalalluddin Rakhmat, *Retorika Modern* (Bandung: PT Remaja rosdakarya, 2012) hal. 83.

<sup>41</sup> Bormann, P, *IASPEI New Manual of Seismological Observatory Practice (NMSOP)*, (GeoForschungsZentrum, Postdam, 2002), 3-4

<sup>42</sup>Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Rosda, 1998), 12

<sup>43</sup> Achmad, H.P dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum*.(Jakarta: Erlangga, 2013), 45



bunyi pada suku kata, kalimat atau paragraf. Pada tekanan bunyi ini jika ungkapan suatu tekanan kecil disebut dengan aksent, namun jika tekanan pada tekanan panjang disebut tempo. Tempo dalam berpidato atau berceramah sangat diperlukan, karena jika dalam berpidato tanpa ada tempo maka ceramah atau berpidato akan terasa hambar. Tempo biasanya digunakan mulai dari pelan, lalu bertahap dengan mempercepat tempo

**d. Memory (Mengingat Materi)**

Memori berhubungan dengan kemampuan untuk mengingat mengenai apa yang akan kita katakan. Pada zaman dahulu, hal ini berarti mempelajari cara untuk mengingat ide dalam urutan untuk kita mempresentasikan mereka dengan bahasa yang kita rencanakan. Pada masa ini, hal ini lebih kepada bagaimana menggunakan catatan atau manuskrip dari pada menghafal secara keseluruhan.

Retorika memerlukan mental yang kuat, karena retorika dapat dilakukan tergantung kondisi dan situasi. Maka dari itu ada empat jenis retorika, yaitu:

1) *Impromptu*

*Impromptu* dilakukan dalam keadaan mendadak disuatu acara tertentu, biasanya *impromptu* tidak memikirkan apa yang akan diucapkan namun lebih mengungkapkan perasaan secara spontan. Secara spontan ini mengakibatkan tidak lancar komunikasi (pembicara) dalam menyampaikan pidato atau ceramahnya, sehingga komunikasi seakan-akan terbelit-belit karena kurangnya persiapan.

2) *Manuskrip*

*Manuskrip* adalah kegiatan dalam menyampaikan pidato/ceramah dengan menggunakan naskah, namun lebih fokus untuk membacakan teksnya saja. *Manuskrip* dianggap baik, karena persiapannya lebih matang dibanding *impromptu*, sehingga bahasa yang akan disampaikan tidak akan terbelit-belit karena komunikasi (pembicara) hanya membacakan saja, namun membacakan saja tanpa adanya kontak mata dengan khalayak dianggap kurang efektif dan *manuskrip* digunakan oleh beberapa tokoh penting.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup>Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Rosda, 1998), 125

3) *Memoriter*

*Memoriter* adalah pidato/ceramah dengan cara mengingat-ingat kata, jenis ini hampir sama dengan *manuskrip*, namun sedikit berbeda cara penyampaian. Cara penyampaian *memoriter* lebih kepada mengingat ucapan yang akan disampaikan, jika lupa maka akan berakibat fatal dalam menyampaikan pidato.

4) *Ekstempor*

*Ekstempor* digunakan oleh orang-orang yang sudah mahir, dengan mempersiapkan *outline* (garis besar) dan dibantu *supporting points* (penunjang bahasa). Pidato/ceramah ini disampaikan dengan cara fleksibel dan lebih spontan, spontan yang dimaksud tertata komunikasinya sehingga pendengar dapat mudah menyerap dan menerima isi pidato.<sup>45</sup>

e. ***Pronouintiation/Delivery (Penyampaian)***

*Delivery* merupakan bagian terakhir dari retorika. *Delivery* melibatkan secara vocal dan fisik dalam mempresentasikan speech kita. Ada empat macam metode dasar menyampaikan pidato yaitu, membaca sebuah naskah, membaca teks yang dihafal, berbicara dadakan dan berbicara tanpa persiapan. Berikut adalah metode dasar menyampaikan pidato yaitu:

1) *Reading From a Manuscript* (Membaca Naskah)

Pidato tertentu harus disampaikan kata demi kata, sesuai dengan naskah yang disiapkan dengan cermat, contohnya termasuk proklamasi, laporan seorang insinyur ke pertemuan profesional, atau pesan presiden untuk kongres. Dalam situasi seperti itu, keakuratan mutlak sangat penting.

2) *Reciting From Memory* (Menghafal)

Pidato jenis ini biasanya digunakan dalam pidato ucapan selamat, ucapan selamat pidato penerimaan, pengantar dan sejenisnya. Jika mmeberikan pidato jenis ini maka daya ingat kita harus kuat, karena dengan menghafal dan mengingatnya. Harus dipastikan untuk menghafalnya dengan seksama sehingga dapat berkonsentrasi untuk berkomunikasi dengan audiens.

---

<sup>45</sup> Rakhmat Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, 126

3) *Speaking Impromptu* (Mendadak)

Pidato dadakan disampaikan dengan sedikit atau tanpa persiapan. Hanya sedikit orang yang memilih untuk berbicara tanpa alasan, tetapi terkadang itu tidak dapat dihindari. Pidato seperti ini biasanya karena dipanggil tiba-tiba untuk mengucapkan beberapa kata atau, dalam suatu diskusi kelas, pertemuan bisnis, untuk menanggapi pembicara sebelumnya.

4) *Speaking Extemporaneously* (Tanpa Persiapan)

Pidato jenis ini sama seperti pidato dadakan, tetapi secara teknis berbeda, pidato tanpa persiapan ini dengan hati-hati disiapkan dan dipraktikkan dalam lanjutan. Dalam menyampaikan pidato, pembicara yang hanya menggunakan satu catatan singkat atau garis besar pembicaraan untuk membantu mengingat, kata-kata yang tepat dipilih pada saat penyampaian. Begitu memiliki garis besar dan tahu topic apa yang akan dibahas dan dalam urutan apa, maka pidato itu akan lebih bisa berjalan dengan lancar.<sup>46</sup>

Selain menggunakan suara yang hidup dan cara penyampaian pidato yang baik, seseorang dalam beretorika juga harus menggunakan gesture untuk membuat ikatan dengan audiens.

Penyampaian retorika selain menggunakan gaya bahasa, dan gaya suara, perlu juga gerak tubuh. Gerak tubuh membantu untuk menguatkan bunyi vokal, menguatkan ucapan seorang komunikator. Beretorika gerakan fisik digunakan untuk tiga hal diantaranya dalam menyampaikan makna, menarik perhatian, dan menumbuhkan kepercayaan diri seorang komunikator.<sup>47</sup> Gerak tubuh dalam beretorika terdiri empat hal, diantaranya:

1) Sikap badan

Sikap badan sangat diperlukan dalam berbicara karena sikap badan merupakan penentu keberhasilan sebuah ceramah/berpidato. Jika komunikasi sikap badannya tidak baik menimbulkan kesan yang negatif

---

<sup>46</sup> Stephe E. Lucas, *The Art of Public Speaking*, (New York McGraw-Hill, 2009), 243

<sup>47</sup> Stephe E. Lucas, *The Art of Public Speaking*, (New York McGraw-Hill, 2009), 244

kepada komunikan. Sikap badan dapat berupa cara berdiri maupun duduk yang menimbulkan berbagai penafsiran dari seorang komunikan yang menggambarkan penamplan-penampilan komunikator.<sup>48</sup>

2) Penampilan dan pakaian

Seorang komunikator selain memperhatikan sikap tubuh juga masalah pakaian, karena pakaian merupakan bagian diri dari seorang komunikator. Bila seorang komunikator dalam berpakaian kurang pantas berarti dirinya belum pernah tampil didepan umum. Prakteknya cukup banyak orang komunikator mengabaikan pakaian karena menganggap pakaian adalah hal yang wajar dan tidak menambah kewibawaan.<sup>49</sup>

3) Ekspresi dan Gerak Tangan

Ekspresi merupakan bagian terpenting yang digunakan oleh komunikator dalam beretorika dengan berkomunikasi melalui non verbal seperti tertawa, senyuman, mimik muka, gerakan alis yang menunjukkan rasa kagum, rasa terkejut, keraguan dan sebagainya. Begitu pula dalam gerakan tangan, dalam berpidato atau berceramah seorang komunikator perlu menggunakan gerakan tangan dengan menyajikan materi yang menarik perhatian pendengar. Gerakan tangan yang sempurna mampu membuat gambar abstrak dari materi yang disampaikan. Seorang komunikator dalam menggerakkan tangan jangan sampai salah karena jika salah dapat ditertawakan oleh komunikan.

4) Kontak Mata

Kontak mata adalah gerak tubuh untuk memikat perhatian komunikan. Kontak adalah teknik pertama dalam menjalin hubungan secara langsung dengan melihat khalayak. Kontak mata dalam beretorika sangat menentukan, karena mata dapat mengeluarkan magis yang dapat mengendalikan dan mengarahkan

---

<sup>48</sup> Gentasri Anwar, *Teknik dan Seni Berpidato*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1995), 45-48

<sup>49</sup> Stephe E. Lucas, *The Art of Public Speaking*, (New York McGraw-Hill, 2009), 245

perhatian komunikan. Seorang komunikator dalam menyampaikan pidato atau ceramahnya tanpa adanya kontak mata maka komunikan tidak akan mampu membaca apapun yang di sampaikan oleh komunikator.<sup>50</sup>

### 3. Dakwah

#### a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab yakni da'a yad'u, atau dakwah dalam bentuk isim masdar dari du'aa yang keduanya mempunyai arti sama yaitu ajakan, seruan atau panggilan.<sup>51</sup> Asal kata du'aa bisa diartikan bermacam-macam, tergantung kepada pemakainya dalam kalimat. Misalnya: du'a dapat diartikan memanggil atau menyeru dia. Du'an lahu dengan arti mendoa'kan dia atau baginya.

Sedangkan menurut terminologi atau istilah ada beberapa pengertian, dakwah adalah mengandung upaya menyebarkan kebenaran dan mengajak orang lain untuk mempercayainya.<sup>52</sup> Sedangkan menurut Kustadi Suhandang, dakwah adalah bahwa manusia diseru untuk mendakwahi orang lain untuk berbuat kebajikan melakukan amar makruf nahi munkar berupa kontrol sosial.<sup>53</sup>

Secara umum dakwah adalah mengajak atau menyeru kepada ajakan atau seruan kepada yang lebih baik.<sup>54</sup> Begitu juga didalam Al-Qur'an, yang 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 jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk. Sebagaimana firmanNya dalam QS. Al-Qass ayat 56 yang

<sup>50</sup> Stephe E. Lucas, *The Art of Public Speaking*, 246

<sup>51</sup> Nurwahidin Alimuddin, *Konsep Dakwah Islam*, ( Jurnal Hunafa, Edisi Maret 2007 Vol.4.1), 19

<sup>52</sup> Mahmuddin, *Manajemen dakwah Rasulullah*, (Jakarta, Restu Ilahi, 2004), 6.

<sup>53</sup> Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya 2013), 10.

<sup>54</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010), 17.



berbunyi:

إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “*Sungguh, engkau (Muhammad) tidak dapat memberi petunjuk kepada orang yang engkau kasihi, tetapi Allah memberi petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki, dan Dia lebih mengetahui orang-orang yang mau menerima petunjuk.*” (QS. Al-Qass : 56).<sup>55</sup>

#### b. Macam-Macam Dakwah

Dakwah islam dapat dikategorikan tiga macam yaitu:<sup>56</sup>

##### 1) Dakwah *Bi al-Lisan*

Dakwah *Bi al-Lisan* adalah dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, antara lain ceramah, khutbah, diskusi, metode ini sering digunakan para da'i dan tokoh agama Islam dan lain-lain.

##### 2) Dakwah *Bi al-Hal*

Dakwah *Bi al-Hal* yaitu dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan, contohnya melakukan donor darah untuk kemanusiaan, mengumpulkan dana untuk korban musibah gunung meletus dan lain-lain.

##### 3) Dakwah *Bi Al-Qalam*

Dakwah *Bi al-Qalam* adalah dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan cara menulis baik diinternet maupun disurat kabar, seperti Jawa Pos, Surya, Kompas, Media Indonesia, Duta Masyarakat dan lain-lain. Dakwah model ini jangkauannya sangat luas. Kemudian di internet juga jangkauannya sangat lauas dan bisa didengarkan keseluruh penjuru dunia.

#### c. Unsur-unsur Dakwah

Dakwah merupakan system agar suatu aktivitas mencapai sasarannya dengan tepat, yang terkait dengan

<sup>55</sup> Al-Qur'an, Al-Qass:56

<sup>56</sup> Syamsul Munir Amin, *Tajdid al-fikrah fi al Da'wah al Islamiyah, Makalah bahasa Arab dalam perkuliahan Dakwah*, Wonosobo: Al Jami'li Ulum Al qur'an Jawa Al Wustho, 17 Ramadhan 1424/2003 M.2-3

berbagai unsure dakwah. Berikut unsur-unsur dakwah yaitu :

1. Subjek Dakwah (Da'i)

Dai merupakan seseorang yang melakukan aktivitas dalam berdakwah atau seseorang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain (mad'u). Setiap muslim yang mukallaf dapat dikatakan sebagai da'i atau mubaligh atau komunikator yang mempunyai kewajiban untuk menyampaikan pesan atau ajaran islam kepada seluruh umat manusia. Setiap muslim yang hendak menyampaikan dakwah hendaknya harus mempunyai kepribadian yang baik dan menarik agar berhasil dalam menyampaikan dakwahnya, baik kepribadian secara psikologis maupun kepribadian secara fisik.<sup>57</sup>

Subjek dakwah merupakan unsur terpenting dalam pelaksanaan dakwah, karena manusia sebagai pelaku yang paling penting dan menentukan. Suksesnya usaha dakwah tergantung juga kepada kepribadian da'i yang bersangkutan.

Seorang muslim baik laki-laki dan perempuan yang telah baliq dan berakal dan memahami ajaran agama bisa melakukan aktivitas menyampaikan pesan atau mengamalkan ajaran-ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.

2. Objek Dakwah (Mad'u atau Penerima Dakwah)

Objek dakwah atau mad'u ini merupakan penerima dakwah dan menjadi sasaran dalam berdakwah.<sup>58</sup> Objek dakwah juga merupakan orang atau kelompok yang disebut dengan jama'ah yang sedang belajar ilmu agama dari seorang da'i. Dengan adanya penerima dakwah atau sasaran dalam berdakwah, maka kegiatan dakwah ini semakin terarah dan mempunyai tujuan yang tepat, dan seorang mad'u yang menerima da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, perlu mengetahui klarifikasi dan karakteristik objek dakwah, hal ini penting agar

---

<sup>57</sup>Abdul Munir Mulkhani, *Idiologi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta: Sipsess, 1996), 237.

<sup>58</sup>Aminuddin, *Konsep Dasar Dakwah*, (Jurnal Al-Munzir), Edisi Mei 2016. Vol.9 No.1, 37

pesan-pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh mad'u.

#### d. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi-materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran islam atau materi dakwah kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai media dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah.<sup>59</sup> Adapun bebapa media dakwah sebagai berikut : Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato,ceramah, bimbingan dan sebagainya.

- 1) Tulisan, dakwah menggunakan ini seperti buku, Koran, surat kabar dan sebagainya.
- 2) Lukisan, dakwah menggunakan lukisan ini seperti, gambar dan karikatur.Audio Visual, adalah alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan keduanya. Seperti televise, film, internet, dan sebagainya.
- 3) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nayat yang mencerminkan ajaran islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh mad'u.<sup>60</sup>

#### e. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan (*message*) yang dibawakan oleh subjek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada objek dakwah. Materi dakwah yang biasa disebut sebagai ideologi dakwah,yaitu ajaran islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist.<sup>61</sup> Ajaran-ajaran yang dibawa dan diajarkan oleh Rasulullah SAW, kepada

---

<sup>59</sup>Lilik Malihah, (*Metode Dakwah KH. Munif Muhammad Zuhri dalam meningkatkan keberagaman dlingkungan masyarakat Girikusumo Mranggen Demak*, 2014), 32, diakses pada 29 Oktober 2021, pukul 20.00 WIB.

<sup>60</sup> Yusuf Amrozi, *Dakwah Media dan Teknologi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014),21

<sup>61</sup> Nurcholish Madjid, *Islam Kemoderatan dan Keindonesiaan*, (Bandung: Mizan), 30

umatnya ini meliputi aspek duniawi dan ukhrawi, yang tentunya materi yang harus diserukan dalam dakwah pun menjadi luas sekali. Adapun diantaranya materi-materi dakwah tersebut, kiranya dapat kita ringkas menjadi beberapa pokok pembahasan yaitu Akidah islam, yang meliputi tauhid dan keimanan. Pembentukan pribadi yang sempurna, dengan berpondasikan pada nila-nilai akhlakul karimah. Pembangunan masyarakat yang adil dan makmur. Kemakmuran dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat dan berbagai pembahasan lainnya.<sup>62</sup>

Menurut Toha Yahya Umar, keseluruhan ajaran islam yang ada di Kitabullah maupun Sunnah- Nya yang pada pokoknya mengandung tiga prinsip yaitu:

1) Aqidah

Aqidah yang menyangkut system keimanan atau kepercayaan terhadap Allah SWT. Dan ini menjadi landasan yang fundamental dalam keseluruhan aktivitas seorang muslim.

2) Syariat

Syariat yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas manusia muslim didalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, mana yang haram dan mana yang halal. Ini juga sehubungan manusia dengan Allah SWT dan manusia dengan manusia lainnya.

3) Akhlaq

Akhlaq yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertical dengan Allah SWT, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah SWT.<sup>63</sup>

#### 4. Retorika Dakwah

##### a. Pengertian Retorika Dakwah

Menurut Syeikh Yusuf Al-Qardhani retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan

---

<sup>62</sup>Rafi'udin, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung : CV Pustaka Sejati, 1997),24.

<sup>63</sup>Toha Yahya Oemar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Widjaya, 1998), 44-46

Al-Qur'an dan Al- Hadits.<sup>64</sup> Retorika dakwah juga merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang membahas tentang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara agar pesan kita dapat diterima. Adapun seni yang diajarkan oleh Al-Qur'an sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

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 lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.(QS. An-Nahl:125).<sup>65</sup>

Menurut Syaikh Muhammad Abduh, ayat tersebut menjadi acuan bagi pelaksana retorika dakwah dari dua segi yaitu cara atau gaya (*Style*) dan materi atau substansi. Umat yang dihadapi da'i bermacam-macam sehingga cara dan gaya berbicara harus dilakukan dengan bijak, sesuai dengan situasi dan kondisi, sesuai dengan karakteristik audiens (objek dakwah) dan sesuai dengan kadar akal mereka.<sup>66</sup>

Peran retorika sangat penting dalam dakwah dan bagi para da'i bagaimana cara menyampaikan dakwah dan kemudian audiens merasa terdorong untuk melaksanakannya. Didalam proses retorika usaha untuk melibatkan emosi dan rasio pihak audiens agar merasa terlibat dengan materi yang disampaikan merupakan inti dari sebuah retorika.

Retorika merupakan teknik penyampaian pesan yang paling banyak digunakan oleh seorang da'i dalam berdakwah, karena telah memiliki sejarah yang panjang

<sup>64</sup> Syaikh Yusuf Al-Qardhawi, *Retorika Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2004), 9

<sup>65</sup> Al-Qur'an, An-Nahl':125

<sup>66</sup> Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, (Jakarta: Media Madani, 2020) Cet.1, 77



Nabi Muhammad SAW ketika memulai dakwah secara terang-terangan, dan menyampaikan pesan dakwahnya dengan seni retorika.<sup>67</sup> Meskipun retorika bertujuan mempengaruhi orang, namun dalam retorika dakwah hal yang harus diingat bahwa posisi da'i hanya berkewajiban mengajak dan mempengaruhi yang baik. Sedangkan perubahan sikap menjadi lebih baik terelbih dalam hubungannya dengan keimanan merupakan otoritas Allah SWT.

Dalam prakteknya dakwah Islam sering menggunakan retorika sebagai metode penyampaiannya. Dakwah melalui retorika biasanya digunakan pada peringatan hari besar Islam, seperti Tahun Baru Hijriah, Maulid Nabi, Isra Mi'raj, Halal Bihalal. Aplikasi retorika dalam dakwah, harus mempertimbangkan urgensi penggunaan bahasa yang aplikatif, dengan demikian akan mengenai sasaran dan menyentuh hati nurani pendengar, maka dakwah akan mudah diterima.<sup>68</sup>

#### **b. Metode Retorika Dakwah**

Metode dakwah yaitu cara-cara menyampaikan dakwah, baik individu, kelompok maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah itu mudah diterima dan dipahami. Metode dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima pesan dakwah. Metode dakwah juga biasanya dikenal sebagai *approach*, yaitu cara-cara yang dilakukan seorang da'i atau komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau dasar hikmah dan kasih sayang. Adapun macam-macam metode retorika dakwah sebagai berikut:

##### **1. Dakwah *al-Hikmah***

Syeikh Yusuf al-Qardhawi mengartikan bahwa *ai-Hikmah* adalah metode wahyu yang telah diturunkan oleh Allah SWT berupa Al-Qur'an dan as-Sunnah. *Al-Hikmah* sering dimaknai dengan bijaksana atau kebijaksanaan, juga bermakna menyesuaikan teknik dakwah dengan kondisi audiens atau objek

---

<sup>67</sup> Abdullah, *Retorika Dan Dakwah Islam*, Jurnal Dakwah, Vol. X, No. 1 (2009), 11

<sup>68</sup> Yusuf Ai-Qardhawi, *Khithabuna al-Islami fi Ashr Al-Aulamah*, (Kairo: Dar Asy-Syuruq, 1424/2004), 15

dakwah. Metode dakwah *al-Hikmah* dalam konteks metode dakwah tidak dibatasi hanya dalam bentuk dakwah dengan ucapan yang lembut, targhib (nasihat motivasi), kelembutan dan amnesti, seperti selama ini dipahami orang.<sup>69</sup> Lebih dari itu, hikmah sebagai metode dakwah juga meliputi seluruh pendekatan dakwah dengan kedalaman rasio, pendidikan (ta'lim wa tarbiyyah), nasihat yang baik (mau'izah hasanah), dialog yang baik pada tempatnya, juga dialog dengan para penentang yang zalim pada tempatnya, hingga meliputi kecaman, ancaman, dan kekuatan senjata pada tempatnya.<sup>70</sup>

## 2. Dakwah *al-Mauidzatul Hasanah*

*Al-Mauidzatul Hasanah*, atau pelajaran yang baik adalah cara atau methodologi dengan mengajak berbicara kepada hati dan perasaan agar menyadari dan mau bertindak.<sup>71</sup> Dakwah *al-mauidzatul hasanah* disini dapat dimaknai sebagai kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang dai atau mubaligh, kemudian disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk kearah kebijakan, diterangkan dengan gaya bahasa yang sederhana, agar apa yang telah disampaikan dapat dicerna, dihayati dan pada tahapan selanjutnya dapat diamalkan.

*Al-Mauidzatul Hasanah*, juga mengandung arti kata-kata yang masuk kedalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemah-lembutan dalam menasihati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman. Menurut Ki Moesa al-Mahfoezd masyarakat dapat memahami dakwah dengan cara dan bahasa yang mudah dipahami dan diperkuat dengan contoh-contoh

---

<sup>69</sup> Ali Musthafa Ya'kub, *Sejarah dan Metode Dakwah Nabi*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2008), 121

<sup>70</sup> Ilyas Ismail, Prio Hutman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2011), 202.

<sup>71</sup> Fathul Bahri An-Nabary, *Meniti Jalan Dakwah*, (Jakarta: Amza, 2008), 240

bukan hanya dalam bentuk ketauladanan akan tetapi juga pengajaran dengan pendekatan.<sup>72</sup>

### 3. Dakwah *al-Mujadalah*

*Al-Mujadalah* adalah berdebat atau adu argument. Metode ini dilakukan kepada kalangan yang tidak bisadidekati dengan hikmah maupun mauidhah. Golongan ini menurut Muhammad Abduh adalah golongan yang bukan kalangan intelek atau cendekia, dan juga bukan awwam. Golongan yang cenderung membantah dan menggunakan argument-argumen bantahan.<sup>73</sup> Metode *al-Mujadalah* adalah diskusi dengan cara yang baik buakn debat kusir. Terlebih dilakukan dalam rangka dakwah maka argument atau hujjah sangat diperlukan bukan hanya untuk memberikan pemahaman namun juga agar yang membantah dapat menerima hujjah dengan kesadarannya. Orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.

Dari pengertian di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa, *al-Mujadalah* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.<sup>74</sup>

### c. Tujuan Retorika Dakwah

Adapun tujuan dari retorika dakwah dibagi menjadi dua, yaitu:

1. 'Amar Ma'ruf adalah sebuah perintah untuk mengajak kepada hal-hal yang baik atau mengikuti segala sesuatu yang telah diperintahkan oleh Allah SWT.
2. Nahyi Munkar adalah mencegah segala hal-hal yang buruk atau menjauhi segala sesuatu yang telah dilarang oleh Allah SWT.

<sup>72</sup> Ki Moesa Al-Mahfoezd, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1975), 26

<sup>73</sup> Hibah Hilmi al-Jabiri, *al-Thoriq Ila al-Dakwah*, (Alukah tt), 65

<sup>74</sup> M. Munir, *Metode Dakwah*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana 2009), 15

Adapun dasar dari tujuan retorika dakwah dalam Al-qur'an surat Ali- Imran ayat 110 yaitu:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ، وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ، مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya : *"Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik". (QS. Ali-Imran:110)*<sup>75</sup>

Ayat di atas jelas memberikan ketegasan bahwa setiap seorang da'i memang dianjurkan memiliki tujuan dari apa yang akan disampaikan ketika berdakwah. Dengan menggunakan metode retorika dalam berdakwah, maka apa yang telah disampaikan oleh da'i akan mudah diterima oleh mad'u dan diamalkan di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya tujuan dalam beretorika juga akan menghasilkan sesuatu dari apa yang telah disampaikan oleh seorang da'i, seperti membina saling pengertian yang mengembangkan kerjasama dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur.<sup>76</sup>

## 5. Youtube

### a. Pengertian Youtube

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula

<sup>75</sup> Al-Qur'an, Ali-Imron: 110

<sup>76</sup> Marissan dan Andy Corry Wardhani, *Teori Komunikasi tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*, 12

konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

Dengan banyaknya pengguna youtube di Indonesia menimbulkan kegemaran baru, kegemaran tersebut dapat menciptakan penghasilan baru bagi para pengguna youtube tersebut. Youtube merupakan suatu wadah untuk menciptakan suatu popularitas baru dengan bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Keuntungan yang didapatkan di dalam youtube dapat berupa suatu popularitas atau bahkan penghasilan tambahan .dengan pengaksesan dan peraihan penghasilan yang mudah membuat youtube menjadi salah satu lahan pekerjaan baru yang diciptakan secara tidak sengaja atau secara kebetulan, karena pada dasarnya para pelaku usaha di media sosial youtube hanya melakukan kegemarannya saja namun kegemaran itu dapat memunculkan penghasilan didalamnya.<sup>77</sup>

Youtube juga merupakan sarana mencari informasi dengan lebih mudah karena metode video yang digunakan dan dapat lebih mudah dicerna oleh masyarakat luas. Tidak hanya informasi saja youtube juga dapat digunakan sebagai media hiburan dimana bisa mengakses musik dan lagu serta cuplikan film-film sehingga menimbulkan pemikiran dari masyarakat bahwa slogan dari youtube yang menyatakan bahwa “lebih dari sekedar TV” memanglah pas adanya. Dikarenakan akses jaringan youtube bisa mencapai seluruh dunia. Konten yang diunggah youtube lebih lengkap dan tanpa dibatasi waktu. Sehingga pengguna dapat menikmati konten youtube sesuai dengan apa yang diminati, dimanapun dan kapanpun.

Terdapat karakteristik dari youtube yang membuat sebagian masyarakat lebih memilih untuk menggunakan youtube daripada media sosial lainnya yaitu :

- 1) Tidak ada batasan untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan *youtube* dengan beberapa media sosial yang memiliki batasan durasi seperti *instagram*, *snapchat* dll.
- 2) Sistem pengamanan yang lumayan akurat. *Youtube* membatasi pengamannya dengan tidak mengizinkan

---

<sup>77</sup>Oya Suryana dan Mata Maya, *Membangun Blog WordPress*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo)



video yang mengandung sara, ilegal, berbau porno dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video. Apabila dapat pelanggaran yang dilakukan oleh *youtuber*, maka akan dikenakan sanksi pemblokiran konten atau bahan konten *youtuber* tersebut akan dihapus akun oleh *youtube*.

- 3) Adanya pembatasan umur (apabila dibawah 18 tahun) tidak dapat mengakses konten dewasa, sehingga adanya pengamanan yang diberikan oleh *youtube* terhadap anak-anak muda generasi penerus bangsa.
- 4) Berbayar, saat ini *youtube* memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke *youtube* dan mendapatkan minimal 1000 viewers atau penonton akan diberikan tambahan penghasilan dari *youtube*. Semakin banyak subscriber, viewer dan likers yang didapatkan oleh *youtuber* semakin tinggi pendapatan yang didapatkan oleh *youtuber* tersebut.
- 5) Sistem offline yang disediakan oleh *youtube* memudahkan bagi para masyarakat yang menikmati tontonan di *youtube* tanpa harus memikirkan kuota yang menepis, karena sistem offline ini dapat diunduh dengan layanan wifi gratis yang bisa didapatkan di kampus, café atau tempat-tempat lainnya yang sudah banyak sekali menggunakan layanan wifi.<sup>78</sup>
- 6) Tersedia editor sederhana, pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan itu berupa memotong video, memfilter warna dan menambahkan efek yang dibutuhkan sehingga tidak perlu modal yang besar untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

#### **b. Fungsi Youtube**

Pada umumnya media sosial seperti *Youtube* memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunaanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya yang berjudul *Sukses menjadi Artis dengan YouTube* adalah sebagai berikut:

---

<sup>78</sup>Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 84.

- 1) Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
- 2) Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana *Information, Sharing, dan Comment*.
- 3) Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk *update* teknologi informasi.
- 4) Media transaksi dan pemikrian dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
- 5) Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelejen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana *Citizen Journalism*.<sup>79</sup>

**c. Youtube Sebagai Media Dakwah**

Di era mudahnya informasi didapatkan dimana saja dan serba canggih ini, dakwah tidak hanya dilakukan di atas mimbar tetapi jauh lebih luas dan dapat dilakukan di media massa yang tersedia saat ini melalui media-media komunikasi modern. Seharusnya media tersebut dapat dimanfaatkan untuk keberlangsungan dan kepentingan dakwah Islamiyah.

Media sosial menjadi sangat diminati oleh berbagai kalangan dikarenakan karakteristiknya yang praktis, yakni dapat diakses melalui ponsel atau computer yang berhubungan dengan koneksi internet. Selain itu media sosial juga memberikan keuntungan untuk mempermudah manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi melalui lisan, tulisan, audio, atau visual dengan cepat. Media modern yang sedang banyak digandrungi dan digemari saat ini yaitu Youtube. Pengguna internet di Indonesia adalah salah satu pengguna terbanyak didunia dan terus berkembang.

Youtube ini dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah yang efektif bagi para da'i. Dakwah memiliki beberapa rukun dalam pelaksanaannya, dengan adanya

---

<sup>79</sup> Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)* (Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2008), 3.

rukun dakwah ini menjadikan dakwah lebih teratur dengan baik. Salah satu rukun dakwah yang menunjang keberhasilan dakwah adalah medianya. Media dakwah sebagai alat atau perantara seorang da'i untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u sehingga dakwah menjadi lebih efektif berkat adanya media yang membantu keberlangsungan dakwah. Melalui konten video ceramah, dengan menggunakan media youtube mempermudah dalam penyampaiannya dan melihatnya.<sup>80</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran terhadap literatur-literatur yang berkaitan dengan objek kajian dalam penelitian ini, maka penulis menemukan beberapa karya ilmiah mahasiswa (Skripsi/Disertasi) maupun buku yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Adapun hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah:

*Pertama*, skripsi dari Septi Nadiastuti (Mahasiswa Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto) yang berjudul “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube”. Hasil penelitian ini adalah menggunakan unsur retorika seperti, kontak visual dan kontak mental dengan khalayak, vokal, gerak tubuh. Pada saat berdakwah, kontak visual dan kontak mental yang dilakukan Gus Miftah dengan mad'u melihat langsung dan menyapu pandangan kesemua khalayak dengan penuh perhatian. Vokal yang dilakukan Gus Miftah sangat memperhatikan irama atau nada suara, serta Gus Miftah mampu memberikan jeda-jeda pada bagian tertentu kalimat yang disampaikan, sehingga dapat mempermudah mad'u dalam memahami isi materi. Gerak tubuh Gus Miftah dalam berdakwah dengan sikap badan duduk di atas kursi dengan posisi badan tegap dengan tenang. Saat berdiripun Gus Miftah dengan posisi badan tegap dan tenang. Dengan ekspresi wajah tersenyum untuk memberikan suasana tenang. Berjalan ke kiri dan ke kanan untuk menguasai panggung dan untuk memperkuat binti dan vokal. Menggerakkan tangannya supaya memperkuat isi materi yang disampaikan. Menggunakan pakaian kemeja rapi dan santai sesuai dengan mad'u saat menyampaikan daakwahnya. Persamaan

---

<sup>80</sup>Yogi Ridho Firdaus, *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga)*, skripsi, (Salatiga:Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, IAIN Salatiga, 2018), 43, diakses pada tanggal 20 Oktober 2021.

penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan tema yang sama. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada da'I. penelitian sebelumnya da'inya yaitu Gus Miftah, sedangkan penelitian ini Gus Muwafiq.<sup>81</sup>

*Kedua*, skripsi penelitian Astrid Novia Pahlupy (Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang) yang berjudul “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di *Youtube*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki adalah gaya bahasa percakapan dengan menggunakan langsung dan tidaknya pencapaian makna berupa retorik yang mana memiliki unsur asonansi, *eufimismus*, dan kiasan dengan unsur alegori dan parable. Gaya suara yang dihasilkan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam ceramahnya adalah *pitch* (tekanan) dan *pause* (jeda) ini untuk memberikan pemahaman secara mendalam terkait isi dalam ceramahnya, ditambah gerak tubuh dengan sikap badan seorang ustadz yang tegap, penampilan dan pakaian, ekspresi gerak tangan, serta kontak mata untuk penunjang beretorika agar saat menyampaikan pesan, pesan dapat tersampaikan dengan yang diharapkan oleh da'i maupun mad'u. Persamaan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan tema yang sama. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada da'I. penelitian sebelumnya da'inya yaitu Ustadz Hanan Attaki, sedangkan penelitian ini Gus Muwafiq.<sup>82</sup>

*Ketiga*, skripsi penelitian dari Ilka Sawidri Daulany (Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta) yang berjudul “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “UAS Ceramah Di Mabes TNI AD” berdasarkan teori *public speaking* Stephen E. Lucas)”. Hasil penelitian ini bahwa retorika dakwah ustadz Abdul Somad terbilang bagus. Meskipun menggunakan metode tanpa persiapan. Dikemas dengan menarik, sehingga materi dakwah dapat disampaikan dengan baik. Dakwah yang beliau gunakan bersifat mendidik, membangkitkan kepercayaan, dan meggerakkan hati. Dakwah beliau tanpa paksaan, namun dengan ketegasan dalam menyampaikan

---

<sup>81</sup> Nadiastuti, Septi, “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube”,( Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020 ) pada 21 September 2021, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/7939/2/SEPTI%20NANDIASTUTI%20RETORIKA%20DAKWAH%20GUS%20MIFTAH%20MELALUI%20YOUTUBE.pdf>.

<sup>82</sup> Pahlupy, Astrid Novia, “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di *Youtube*”, (Universitas Islam Negeri Semarang, 2019 ) pada 21 september 2021, <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/11002/1/FULL%20SKRIPSI.pdf>

dakwah menjadi daya tarik bagi audiens. Persamaan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan tema yang sama. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada da'I. penelitian sebelumnya da'inya yaitu ustadz Abdul Somad, sedangkan penelitian ini Gus Muwafiq. Lalu penelitian sebelumnya judul lebih spesifik dan mengarah kepada analisis dan menggunakan teori. Sedangkan penelitian ini tidak mengarah kepada analisis dan menggunakan teori.<sup>83</sup>

*Keempat*, skripsi penelitian dari Amin Sahri (Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta) yang berjudul “Analisis Retorika Dakwah Fahrudin Faiz Di Akun Youtube MJS Channel”. Hasil penelitian ini adalah isi ceramah Fahrudin Faiz tidak terkesan menggurui, sebab beliau memperhatikan mayoritas audiensnya adalah mahasiswa yang sebetulnya sudah dewasa dan kritis dalam berfikir. Tema-tema ceramah Fahrudin Faiz juga disampaikan dengan lemah lembut (tidak menghakimi) dan tempo yang pelan agar pendengar tersentuh perasaannya dan mudah memahami pesan dakwahnya. Isi retorika dakwah beliau juga menjelaskan tokoh-tokoh muda yang sifatnya bisa diteladani dan diterapkan dalam kehidupan harian audiensnya. Gaya penyampaian beliau kalem dan tidak terkesan sombong/ingin menonjolkan kelebihannya. Persamaan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan tema yang sama. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada da'I. penelitian sebelumnya da'inya yaitu Fahrudin Faiz, sedangkan penelitian ini Gus Muwafiq. Lalu judul penelitian sebelumnya lebih ke akun youtube MJS Channel. Sedangkan penelitian ini ke channel youtube Gus Muwafiq Official.<sup>84</sup>

*Kelima*, skripsi penelitian Aisatul Cholifah (Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya) yang berjudul “Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasan Dan Bahasa Tubuh Dalam

---

<sup>83</sup> Daulany, Ilka Sawidri, “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “UAS Ceramah Di Mabes TNI AD” berdasarkan teori *public speaking* Stephen E. Lucas)”, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019 ) pada 21 September 2021, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47071/1/ILKA%20SAWIDRI%20DAULAY-FDK.pdf>

<sup>84</sup> Sahri, Amin. “Analisis Retorika Dakwah Fahrudin Faiz Di Akun Youtube MJS Channel”, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021 ) pada 21 September 2021. [vhttps://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/42444/](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/42444/)



Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”<sup>85</sup>). Hasil penelitian ini yaitu penerapan retorika dakwah dalam tausiyah Ustadzah Haneen Akira adalah : (1) Retorika Ustadzah Haneen Akira olah verbal, Teh Haneen menggunakan bahasa yang bervariasi yakni: bahasa tidak resmi dan bahasa percakapan. Olah vocal The Haneen Akira pengucapan dan pelafalannya jelas. Hampir tidak bergumam. (2) olah visual atau bahasa tubuh dari Ustadzah Haneen Akira tidak banyak dan cenderung sangat sederhana. Hanya menoleh ke kanan, ke kiri, mengangkat tangannya, dan menutup tangannya kedepan. Gaya bicaranya menyesuaikan dengan jamaahnya. Persamaan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan tema yang sama. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada da’I. penelitian sebelumnya da’inya yaitu Ustadzah Haneen Akira, sedangkan penelitian ini Gus Muwafiq. Lalu penelitian sebelumnya judul lebih spesifik dan mengarah kepada analisis. Sedangkan penelitian ini tidak mengarah kepada analisis.<sup>85</sup>

*Keenam*, skripsi penelitian Amanda Putri Nadzario (Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya) yang berjudul “Gaya Bahasa Dakwah Gus Miftah Dalam Video Youtube”. Hasil penelitian ini yaitu Gaya Bahasa dakwah Gus Miftah berdasarkan pilihan kata mulai dari gaya bahasa resmi,tidak resmi dan percakapan tetapi yang paling dominan adalah gaya bahasa tidak resmi dan percakapan, gaya bahasa berdasarkan nada suara menggunakan gaya bahasa mulia dan bertenaga dan untuk gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat menggunakan gaya bahasa klimaks atau gradasi. Persamaan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan tema yang sama. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada da’I. penelitian sebelumnya da’inya yaitu Gus Miftah, sedangkan penelitian ini Gus Muwafiq.<sup>86</sup>

*Ketujuh*, skripsi penelitian Puspa Chika Steviasari (Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung) yang berjudul “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad (Analisis Wacana Terhadap

---

<sup>85</sup> Cholifah, Aisatul, “Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasan Dan Bahasa Tubuh Dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”<sup>85</sup>)”, (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018) pada 21 September 2021, [http://digilib.uinsby.ac.id/22949/6/Aisatul%20Cholifah\\_B71214030.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/22949/6/Aisatul%20Cholifah_B71214030.pdf)

<sup>86</sup> Nadzario, Amanda Putri, Gaya Bahasa Dakwah Gus Miftah Dalam Video Youtube”, ( Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019) pada 21 September 2021, <http://digilib.uinsby.ac.id/38176/>

Youtube Ustadz Abdul Somad)”. hasil penelitian ini dapat disimpulkan mengenai retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media YouTube, bahwasannya ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika, diantaranya yaitu: Persuasif (mempengaruhi khalayak melalui psikologis), rekreatif (menghibur khalayak dengan humor-humor yang segar), dan logos (meyakinkan khalayak melalui logika). Persamaan dalam penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan tema yang sama dan menggunakan channel youtube pribadi. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada da’I. penelitian sebelumnya da’inya yaitu Ustadz Abdul Somad, sedangkan penelitian ini Gus Muwafiq. Lalu penelitian sebelumnya judul lebih spesifik dan mengarah kepada analisis Sedangkan penelitian ini tidak mengarah kepada analisis.<sup>87</sup>

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir menjadi pondasi dan dasar pemahaman bagi setiap pemikiran atau bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan.

Dakwah merupakan mengajak sesama manusia untuk merubah diri dari pribadi yang kurang baik menjadi lebih baik dalam kehidupan sehari-hari agar lebih beriman. Iman adalah alat yang dapat merubah manusia menjadi lebih baik. Kegiatan yang dapat meningkatkan keimanan seseorang menurut syariat islam adalah dakwah. Al-Qur’an dan Hadist merupakan tolak muslim adalah salah satu syarat untuk menjadi pendakwah.<sup>88</sup>

Unsur dakwah yang terpenting adalah pendakwah atau da’i. Seorang da’i hendaknya mengetahui cara berdakwah yang baik dan benar, kemudian membuat materi yang matang, dikemas secara menarik dan efektif agar dakwah dapat diterima dengan baik oleh mad’u. Penerapan metode dakwah yang sesuai akan berdampak pada pemahaman mad’u terkait isi dakwah yang disampaikan. Seorang da’I pastinya memiliki strategi dakwah, karena strategi adalah suatu rencana atau rangkaian kegiatan dakwah yang sudah dipersiapkan dengan matang, agar dakwah yang disampaikan jelas alurnya dan

---

<sup>87</sup> Steviasari, Puspa Chika, “Retorika Dakwah ustadz Abdul Somad, “Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Absul Somad”, ( Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020) pada 21 September 2021, <http://repository.radenintan.ac.id/11201/1/SKRIPSI%20%202.pdf>

<sup>88</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 19

tidak keluar dari tema yang akan dibawakan.<sup>89</sup> Saat ini banyak pendakwah yang memiliki ciri khas khususnya dalam menyampaikan dakwah.

Manusia saat berkomunikasi mengembangkan bahasa untuk berbicara dengan lawan bicaranya. Bahasa merupakan suatu objek yang sering digunakan dalam komunikasi dakwah. Banyak hal yang dapat tersampaikan jika menggunakan bahasa yang baik di antaranya, bahasa dapat mengungkapkan perasaan dan pikiran, fakta dan opini, dan lain sebagainya.<sup>90</sup> Sejak dulu banyak ilmuwan yang mendefinisikan arti dari bahasa, contohnya pada saat zaman Yunani Latin, Aristoteles yang merupakan tokoh yang terkenal dan legendaris telah membicarakan apa itu arti bahasa. Namun, banyak juga manusia yang belum mengerti betul tentang arti bahasa, bahkan tidak memperdulikan penggunaan bahasa yang tepat.<sup>91</sup>

Da'i dapat dikenal banyak orang karena gaya bahasanya yang baik dan menarik, seperti Ustadz Maulana yang berdakwah di program televisi "Islam Itu Indah" memiliki ciri khas dengan bahasanya yaitu sebelum memulai suatu topik pembicaraan, ia sering kali bicara jamaah oh jamaah". Menurut Hanung Hisbullah, gaya bicara merupakan salah satu hal penting bagi seorang pembicara agar pidato yang disampaikan dapat dimengerti dan dapat menarik banyak pendengar.<sup>92</sup> Dari penjabaran di atas maka dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut:

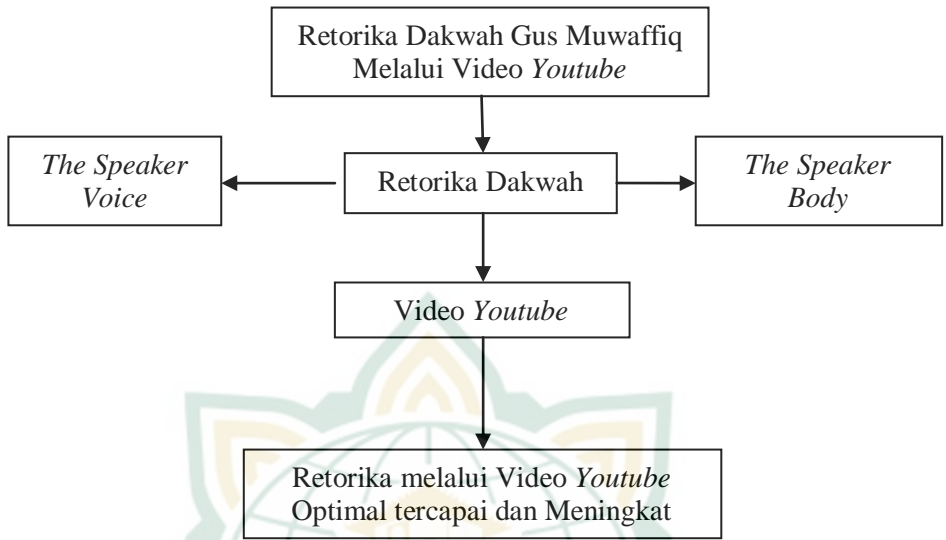
---

<sup>89</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), h. 349-350

<sup>90</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 98

<sup>91</sup> Sumarsono, *Sosiolinguistik* (Yogyakarta: Lembaga Studi Agama, Budaya dan Perdamaian, 2014), 18.

<sup>92</sup> Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 163.



**Bagan 2.1**  
**Skema Model Retorika Dakwah Gus Muwaffiq**