

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Retorika

Manusia adalah makhluk yang sanggup berkomunikasi lewat bahasa dan berbicara. Tetapi yang lebih mencirikan hakikat manusia sebagai manusia penuh kepandaian dan keterampilan dalam berbicara. Kebesaran dan kehebatan seseorang sebagai manusia juga ditemukan oleh kepanдайannya dalam berbahasa secara tepat, seni keterampilan berbicara yang disebut dengan retorika.¹

Jangan pernah meremehkan retorika. Dapat dikatakan bahwa hampir semua perubahan yang terjadi di bumi ini disebabkan oleh retorika. Berkat kekuatan retorika, bangsa yang lemah bisa menjadi kuat, dengan kekuatan retorika negara yang jatuh bisa muncul, dengan kekuatan retorika dunia diam bisa kembali menjadi goyah yaitu dengan retorika. Sederhananya, retorika dapat diartikan sebagai seni berbicara, yang berarti bahwa jika menyangkut retorika, orang tidak hanya berbicara, mereka mengucapkan waton, dan mengetahui retorika berarti mereka akan menyajikan materi mereka dalam paket seni yang sangat indah.²

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam buku *Retorika Modern*, pendekatan praktis, retorika berasal dari bahasa Yunani, retorika, orator, guru. Retorika juga dikenal dalam bahasa Arab sebagai khutbah dan muhadhoroh. Dalam bahasa Indonesia disebut pidato.³ Sedangkan dalam Bahasa Inggris disebut rhetorica adalah suatu seni berbicara, “the art of speech” (Inggris) atau “de kunst der welsprekenheid” (Belanda). Dengan demikian titik berat retorika merupakan seni atau kepandaian praktis dengan menggunakan media lisan atau tulisan.⁴

¹ Pratama, *Pentingnya Retorika Dalam Berbicara*, diakses pada 08 Maret, 2021, <http://www.academia.edu>.

² Dwi Candor Trio, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncang Dunia*, (Yogyakarta: Irtikaz, 2010), 15.

³ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 59.

⁴ Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), 99.

Dalam buku komunikasi, retorika berarti belajar tentang pidato. Sementara itu, Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya *Modern Rhetoric* mendefinisikan retorika sebagai seni menggunakan bahasa secara efektif atau seni menggunakan bahasa secara efektif.⁵ Kedua pengertian ini menunjukkan bahwa retorika memiliki definisi yang sempit: tentang pidato, dan makna yang luas: penggunaan bahasa, baik berupa lisan atau tulisan. Titik tolak retorika adalah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu (misalnya memberikan informasi atau memberi motivasi). Berbicara adalah salah satu kemampuan khusus pada manusia. Oleh karena itu pembicaraan terjadi ketika manusia mengucapkan dan menyampaikan pikirannya kepada manusia lain. Retorika mengacu pada seni berbicara yang didasarkan pada bakat alami dan keterampilan teknis. Retorika saat ini diartikan sebagai seni ekspresi lisan yang digunakan dalam proses komunikasi antar manusia. Keterampilan ekspresi verbal ini tidak hanya berarti berbicara dengan lancar tanpa cara berpikir yang jelas dan membosankan, tetapi juga berarti kemampuan untuk memberi dan menyampaikan pidato dengan cara yang singkat, jelas dan mengesankan.⁶ Dari berbagai macam pengertian di atas dapat dipahami bahwa retorika adalah seni berbicara yang dimiliki seseorang dalam mengajak orang lain untuk mencapai tujuan tertentu dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pendengarnya sehingga pendengarnya dengan senang hati mendengarkan apa yang disampaikan oleh dai dan pesan apa yang disampaikan oleh penceramah.

2. Unsur dasar Retorika

Retorika sebagai alat persuasi memiliki pola dasar retorika sebagai berikut:

- a. *To Start of Fire*, sebagai pendahulu dengan tujuan menarik minat dan perhatian pendengar:
 - 1) Menciptakan suasana yang cerah, ceriah bagi masalah pokok yang hendak dikemukakan.

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 53.

⁶ Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegoisasi*, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 1991), 14.

- 2) Mewujudkan massa psychologis agar pendengar tertarik terhadap apa yang hendakdikemukakan.
 - 3) Melukiskan pokok persoalan yang disentuhkan kepada jiwa para pendengar, sehingga dirasakan sebagai hal yang baru dan pentingbaginya.
- b. *To Bulid a Bridge*, (membangun jalan pikiran dengan pendengar) dengan tema yang tepat dan padat, memilih ilustrasi dan argumentasi yangmeyakinkan. Bagaimana da'i dapat membagun jalan pikiran pendengar atas tema yang disampaikan dengan menggunakan ilustrasi yang jelas dan tepat.
- c. *ForInstace*
- 1) *Confiratio* (positif), yaitu: argumen yang memperkuat pendapat/gagasan yang telah dikemukakan dengan ditopang oleh pendapat/pendirian tokoh-tokohterkemuka.
 - 2) *Refutatio* (negatif), yaitu: argumen yang melumpuhkan pendapat/gagasan pihak lain yang berbeda dengan pendapat/pendirian kita sendiri, sambil mengentengahkan bukti- bukti yang konkrit, dengan disertaihumor.
- d. *So What* yaitu membuat kesimpulan sebelum penutup, agar pidato itu sebagai suatu kebulatan sehingga kesan terakhir dapat membekas dalam ingatan parapendengar.⁷ Ada lima Unsur dalam retorika :
- 1) *Act* (tindakan), tindakan adalah tingkah laku yang dilakukan orang dalam setiap harinya, sebagian orang dapat memperhatikan tindakan orang lain dengan hanya melihat bagaimana ia bertingkah laku.
 - 2) *Scene* (medan), medan adalah tempat yang dapat digunakan untuk berpidato, seperti panggung, mimbar, dan lainsebagainya.
 - 3) *Agent* (pelaku), pelaku adalah orang yang melaksanakan pidato dan orang yang menjadi sasaran atau pendengar dalam pidato tersebut, dalam ilmu dakwah pelaku disebut da'i dan mad'u, pelaku retorika adalah sebagai sumber kekuatan atas unsur yang ada.

⁷ A.H. Hasanudin, *Retorika Dakwah dan Publisistik dalam Kepemimpinan*. (Surabaya: PT Usaha nasional, 1982), 26.

- 4) *Agency* (sasaran tindak), sasaran tindak adalah alat yang digunakan oleh orator untuk menyampaikan materi pidatonya. Alat ini bisa berbentuk media mimbar, media cetak dan mediaelektronik.
- 5) *Porpusa* (tujuan), tujuan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan retorika, karena dengan tujuan itulah dapat dirumuskan suatu landasan tindakan dan dengan tujuan pula orang yang mendengar pidato akan memahami terhadap isi pesan yang disampaikan. Sehingga akan timbul perubahan dalam diri pendengar sesuai dengan apa yang diharapkan pembicara.⁸

3. Tehnik Retorika

Dalam penyampaian informasi kepada masyarakat diperlukan retorika untuk dapat menerima informasi yang disampaikan. Retorika Jalaluddin Rakhmat adalah:

a. Informatif

Yaitu bertujuan untuk menyampaikan informasi.⁹ Biasanya informasi yang diberikan merupakan wawasan baru yang dimiliki seseorang. Dan khalayak diharapkan untuk mengetahui dan mengerti.

b. Persuasif

Ini adalah proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang melalui manipulasi psikologis sehingga seseorang bertindak seperti kemauannya sendiri.¹⁰ Teknik persuasif bersifat mempengaruhi pendengar.

Dalam teknik persuasif, terdapat rumus segitiga retorika yang merupakan metode yang sangat berguna untuk menyusun kalimat yang tepat ketika menerapkan prinsip persuasi. Aristoteles menjelaskan bahwa model persuasi berdasarkan segitiga retorik terdiri dari:

1) Ethos (etika/kredibilitas)

Yakni karakter, kecerdasan yang berarti memiliki pengetahuan luas dan niat baik yang disampaikan dari penutur. Gaya retorika merupakan etos

⁸ A.H Hasanuddin, *Retorika Dakwah dan Publistik dalam Kepemimpinan*, 25-27.

⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), 89.

¹⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, 102.

dalam menyampaikan pesan dakwah.¹¹ Tujuan teknik ethos ialah untuk memberikan penerangan kepada pendengar melalui pengetahuan luas. Ada tiga kategori ethos yaitu phronesis atau kemampuan dan kebijaksanaan yang berarti kepakaran dan kecerdasan sang pembicara. Yang kedua adalah arete, atau kebaikan dan kehebatan pembicara, yang diakui kredibilitas dan reputasinya. Dan yang terakhir adalah eunoia, yang merupakan niat baik komunikator terhadap penonton. Ketiga unsur ini penting karena berkaitan dengan penerimaan pendengar terhadap moralitas dan integritas dari orang yang berbicara.

2) Phatos (emosi)

Yakni, penyampaian ajakan menggunakan efek emosional positif dan negatif yaitu dengan cara berupaya menyentuh hati penonton. Tujuan dari teknik phatos ini diharapkan mampu menarik perhatian penonton. Mempresentasikan argumen Phatos memperkuat elemen persuasinya. Phatos adalah indikator persetujuan pendengar terhadap presentasi pembicara.

3) Logos (logika)

Yaitu meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti. Melalui teknik ini berarti anda mendekati khalayak lewat otaknya.¹² Struktur bahasa yang masuk akal dan proporsional akan mudah dipahami dengan jelas oleh pikiran pendengarnya. Kejelasan alasan serta bukti yang kuat tersebutlah yang akan membuat pesan dan argumen lebih meyakinkan. Logo juga bisa diartikan sebagai mengungkap fakta dan logika.

c. Rekreatif

Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk menghibur pendengarnya. Seperti bersuka ria, melepaskan ketegangan, menstimulasi suasana, atau sekadar beristi-

¹¹ Kholid Noviyanto dan Sahroni A. Jaswad, "Gaya Retorika Da'i Dan Prilaku Memilih Penceramah," Jurnal Komunikasi Islam 04, no. 01 (2004): 123.

¹² Reza Wahyu, Teori Persuasi: *Formula Segitiga Retorika*, 22 September 2012. <https://tipsmotivasi.com/2012/09/22/teori-persuasi-formula-segitiga-retorika/>.

rahat sejenak setelah rangkaian acara yang melelahkan.¹³ Dengan adanya teknik rekreatif dalam ceramah, diskusi ataupun seminar maka penyampaian akan lebih bervariasi dan yang mendengar pun tidak akan merasa bosan.

4. Manfaat Retorika

Terkadang kita sering tidak menyadari betapa pentingnya berbicara dalam hidup kita. Banyak orang berbicara sesuka hati, dengan santai, tanpa memikirkan isi percakapan. Padahal, berbicara berarti mengucapkan sepatah kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Namun seringkali kita kesulitan mengungkapkan arti dan isi pikiran kita kepada orang lain.

Sejak awal, retorika telah dianggap sebagai ilmu yang sangat berguna untuk mempengaruhi opini publik.¹⁴ Aristoteles saat itu malah sudah merumuskan empat manfaat atau kegunaan dari retorika, yakni:

- a. Retorika membimbing pembicara untuk membuat keputusan. Menurut Aristoteles, yang terjadi dalam hidup ini adalah beberapa hal tidak benar, tetapi akan mengalahkan lawannya tanpa mempertimbangkan kebenaran. Misalnya, jenis pertama dapat dilihat dalam fakta kehidupan, dan jenis kedua dapat dilihat dari perasaan atau ketertarikan negatif terhadap fakta-fakta tersebut. Misalnya: ketidaksukaan, marah, kebencian dan lain sebagainya. Oleh karena itu, Aristoteles menegaskan kembali bahwa retorika merupakan sarana untuk membimbing pembicara mengambil keputusan yang tepat.
- b. Retorika mengajarkan pembicara dalam memilih argument. Aristoteles berpendapat bahwa argumen dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu argumen artistik dan argumen non-artistik. Argumen artistik diperoleh dari tema atau tema yang ditampilkan, sedangkan argumen non-seni diperoleh dengan melihat fakta-fakta seputar subjek yang terkait langsung atau tidak.

¹³ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, 125.

¹⁴ I Nengah Martha, *Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*, PRASI 6, no. 12 (2010): 65.

- c. Retorika mengajar penutur dalam mempersuasi Dalam hubungan ini, tampak sekali misalnya ketika retorika mengajarkan bagaimana menata tuturan secara sistematis, memilih materi bahasa yang tepat untuk mewedahi unit-unit topik, dan menampilkannya menurut cara-cara yang efektif.
- d. Retorika membimbing bertutur secara rasional Seperti telah disebut di atas, bahwa dalam realitas kehidupan ada sesuatu yang benar, dan ada sesuatu yang salah tetapi diperjuangkan. Karena itu, untuk memperjuangkan kebenaran yang pertama demi mengimbangi kesesatan yang dibenar-benarkan, seorang penutur perlu memanfaatkan retorika. Dengan bertutur secara rasional inilah, penutur akan sangat dibantu menghindari kekonyolan-kekonyolan yang mungkin ia buat, sebagai akibat ketidakmampuannya menuturkan topik itu. Keuntungan lain, bahwa tuntunan rasional akan mempercepat teringkapnya ketidakbenaran.¹⁵

Lebih dari pada itu, retorika sangat penting bagi kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya. Mayoritas orang tiap hari berinteraksi dengan orang lain. Ia tidak seharusnya berperilaku buruk dalam interaksi supaya kehidupannya tidak sulit.¹⁶ Penulis meyakini bahwa kehidupan harus berinteraksi dengan cara yang baik, karena interaksi yang baik akan mengarah pada kehidupan yang aman dan sejahtera, dan interaksi yang buruk dengan lingkungan akan membuat keadaan menjadi sulit dan tidak akan membaik.

5. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah adalah seni berbicara yang mempengaruhi orang lain melalui penyampaian pesan dakwah. Retorika dakwah merupakan salah satu cabang komunikasi yang membahas bagaimana menyampaikan informasi kepada orang lain melalui seni berbicara agar informasi kita

¹⁵ I Nengah Martha, *Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*, 50.

¹⁶ Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, (Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2010), 5.

dapat diterima.¹⁷ Retorika Dakwah adalah seni menyampaikan pesan keagamaan kepada pendengar.¹⁸

Sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur'an menjelaskan landasan umum mengenai metode dakwah dalam surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi:

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

Artinya : Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.¹⁹

6. Tujuan Retorika Dakwah

Secara umum retorika bertujuan sebagai berikut:

- a. *To inform*, memberikan penerangan dan pengertian kepada massa, guna memberikan penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.
- b. *To Convince*, meyakinkan dan menginsafkan
- c. *To Inspire*, menimbulkan inspirasi dengan teknik dan system penyampaian yang baik dan bijaksana.
- d. *To Intertain*, menggembirakan, menghibur, atau menyenangkan, dan memuaskan.
- e. *To Ectuate* (to put into action), menggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak menetralsir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator dihadapan massa.²⁰

¹⁷ Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Medi, 2010), 117.

¹⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Retorika Dakwah: Pengertian dan Ruang Lingkup*, 18 Januari, 2019. <https://www.google.com/amp/s/romeltea.com/retorika-dakwah/amp/>.

¹⁹ Al-quran, An-Nahl ayat 125, *Alquran dan Terjemahnya Special For Woman*, (Bandung: Departemen Agama RI, Syamil Qur'an), 281.

²⁰ Toto Asmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2009), 156.

Adapun tujuan retorika dakwah dibagi menjadi dua:

1. Suasio atau disebut anjuran al amru bi alma'ruf
2. Dissuasion atau disebut penolakan al nahyu almunkar.

Adapun dasar retorika dakwah dalam Al-Qur'an surat Al-Imron, ayat 110 adalah:

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

Artinya : Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia (selama) kamu menyuruh (berbuat) yang makruf, mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Seandainya Ahlulkitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman dan kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik.²¹

7. Pengertian Gaya

Gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam istilah *retorika* dengan istilah *style*. kata *style* diturunkan dari kata latin *stilus*, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin, keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas tidaknya tulisan pada lempengan tadi. Kelak pada waktu penekanan dititik beratkan pada keahlian untuk menulis indah, maka *style* lalu berubah menjadi kemampuan dan keahlian untuk menulis atau menggunakan kata-kata secara indah.²²

Gaya adalah ciri khas penceramah ketika menyampaikan sesuatu pesan dakwah para pendengar (*audien*), biasanya gaya (*style*) penceramah relatif tetap. Oleh karena itu ceramah, baik gaya perlu mendapatkan perhatian yang serius. Jadi gaya yang sudah menjadikan ciri khas itu dapat diperbaiki dan diperbanyak agar dapat bervariasi. Ini dimaksud untuk menjauhkan kebosanan dan dugaan yang kurang baik dari para *audien*.

²¹ Al-quran, Ali Imron ayat 110, *Alquran dan Terjemahnya Special For Woman*, (Bandung: Departemen Agama RI, Syamil Qur'an), 64.

²² Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2000), 112.

Walaupun kata *style* berasal dari kata lain, orang Yunani sudah mengembangkan sendiri teori-teori mengenai *style* itu. Ada dua aliran yang terkenal, yaitu:

- a. Aliran Platorik : menganggap *style* sebagai kualitas suatu ungkapan, menurut mereka ada ungkapan yang memiliki *style* ada juga yang tidak memiliki *style*.
- b. Aliran Aritoteles : menganggap bahwa gaya adalah suatu kualitas yang interen, yang ada dalam tiap ungkapan.

Dengan demikian, aliran Plato mengatakan bahwa ada karya yang memiliki gaya dan karya yang sama sekali tidak memiliki gaya. Sebaliknya, Aliran Aristoteles mengatakan bahwa semua karya memiliki gaya, tetapi ada yang memiliki gaya yang tinggi ada yang rendah, ada karya yang memiliki gaya yang kuat, ada yang lemah, ada yang memiliki gaya yang baik dan juga ada memiliki gaya yang jelek.²³

8. Macam-macam Gaya Retorika

a. Gaya Bahasa

Bahasa dakwah adalah bahasa tutur atau bahasa lisan. Bahasa lisan ditandai dengan bunyi yang dibuat oleh manusia dan diterima oleh telinga pendengar, kemudian diinterpretasikan oleh otak penerima.²⁴ Yakni, bahasa yang digunakan penonton. Mengenai pilihan jenis bahasa (bahasa daerah, bahasa nasional atau bahasa campuran) tergantung kondisi dan tingkat formalitas program. Penggunaan bahasa adalah menggunakan bahasa yang baik dan benar yang jelas, mudah dimengerti dan komunikatif. Penggunaan bahasa merupakan bagian penting yang akan segera diserap dan dirasakan oleh penikmatnya. Penggunaan bahasa yang salah akan berdampak langsung pada "selera" pendengar, baik mereka tertarik untuk mendengarkan percakapan selanjutnya atau tidak.²⁵

Gaya bahasa memungkinkan kita dapat menilai pribadi, watak dan kemampuan seseorang yang menggunakan bahasa itu. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya, sema-

²³ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 113.

²⁴ Djamilul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema In-sani Press, 1996), 68.

²⁵ Djamilul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, 101.

kin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian diberikan padanya.²⁶ Gaya bahasa dapat ditinjau dari bermacam-macam sudut pandang. Oleh sebab itu, sulit diperoleh kata sepakat mengenai suatu pembagian yang bersifat menyeluruh dan dapat diterima oleh semua pihak. Jenis-jenis gaya bahasa:

1) Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa mempersoalkan kata mana yang paling tepat dan sesuai untuk posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat. Dalam kata lain, gaya bahasa ini mempersoalkan ketepatan dan kesesuaian dalam menghadapi situasi-situasi tertentu.

Dengan bahasa standart (bahasa baku) gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata dibedakan: gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi dan gaya bahasa percakapan.

(a) Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya yang bentuknya lengkap, gaya yang dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, gaya yang dipergunakan oleh mereka yang diharapkan mempergunakannya dengan baik dan terpeliharanya. Amanat kepresidenan, berita Negara, khutbah-khutbah mimbar, tajuk rencana, pidato-pidato penting, artikel-artikel yang serius atau esai yang membuat subyek-subyek yang penting, semuanya dibawakan dengan bahasa resmi.

(b) Gaya Bahasa Tak Resmi

Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standart, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu konservatif. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, artikel-artikel mingguan atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, dan sebagainya.

²⁶ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 113.

Singkatnya gaya bahasa tak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum pelajar.²⁷

(c) Gaya Bahasa Percakapan

Sejalan dengan kata-kata percakapan, terdapat juga gaya bahasapercakapan. Dalam gaya bahas ini, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun di sini harus ditambahkan segi-segi morfologis dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak perlu diperhatikan, demikian pula segi-segi morfologis yang biasa diabaikan sering dihilangkan. Kalau dibandingkan dengan gaya bahasa resmi dan gaya bahasa tak resmi, maka gaya bahasa percakapan ini masih lengkap untuk suatu kesempatan, dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan, tetapi kebiasaan ini agak longgar bila dibandingkan dengan kebiasaan pada gaya bahasa resmi dan tidak resmi.

2) Gaya bahasa berdasarkan nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana.²⁸ Sering kali sugesti ini akan lebih nyata bila diikuti dengan sugesti suara dari pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan. Gaya bahasa dilihat dari sudut nada yang terkandung dalam sebuah wacana, dibagi atas: gaya sederhana, gaya mulia dan bertenaga, serta gaya menengah.

(a) Gaya Sederhana

Gaya ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab itu untuk mempergunakan gaya ini secara efektif, seorang da'`i harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup.

²⁷ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 121.

²⁸ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 122.

(b) Gaya Mulia Dan Bertenaga

Gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi dan biasanya digunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja menggunakan tenaga dan vitalitas pembicara, tetapi juga dapat mempergunakan nada keagungan dan kemuliaan.

Nada yang agung dan mulia akan sanggup pula menggerakkan emosi setiap pendengar. Dalam keagungan, terselubung sebuah tenaga yang halus tetapi secara aktif dan meyakinkan bekerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tetapi dibalik keagungan dan kemuliaan itu terdapat tenaga penggerak yang luar biasa, tenaga yang benar-benar mampu menggetarkan emosi para pendengar atau pembaca. Mereka yang ingin mencoba gaya ini, sekurangnya harus memiliki pula bakat dan kemampuan yang kuat untuk memahirkannya.

(c) Gaya Menengah

Gaya menengah adalah gaya yang diarahkan untuk usaha untuk menimbulkan suasana yang senang dan damai. Karena tujuannya adalah menciptakan suasana senang dan damai, maka nadanya juga bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Pada kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta pertemuan dan rekreasi, orang lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian.²⁹

Pada kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta, pertemuandan rekreasi, orang lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian. Akan ganjil rasanya, atau akan timbul disharmoni, kalau dalamsuatu pesta pernikahan ada orang yang member sambutan berapi-api, mengerahkan segala emosi dan tenaga untuk menyampaikan sepatah kata. Para hadirin yang kurang waspada akan turut terombang-ambing dalam permainan emosi semacam itu. karena sifatnya yang lemah lembut dan sopan santun, maka

²⁹ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 124

gaya ini biasanya mempergunakan metamorfosa bagi pilihan katanya. Ia akan lebih menarik bila mempergunakan perlambang-perlambang sementara itu ia memperkenalkan pula penyimpangan-penyimpangan yang menarik hati, cermat, dan sempurna nadanya serta menyenangkan pula refleksinya. Kata-kata seolah mengalir dengan lemah lembut bagaikan sungai yang jernih, beningnya air dalam bayangan dedaunan yang hijau di hari yang cerah.

3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Struktur sebuah kalimat dapat dijadikan landasan untuk menciptakan gaya bahasa. Yang dimaksud dengan struktur kalimat di sini adalah kalimat bagaimana tempat sebuah unsur kalimat yang dipentingkan dalam kalimat tersebut.³⁰

Berdasarkan struktur kalimat sebagai yang dikemukakan diatas, maka dapat diperoleh gaya-gaya bahasa sebagai berikut:

(a) Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan dari kalimat yang bersifat periodik. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Klimaks disebut juga gradasi. Istilah ini dipakai sebagai istilah umum yang sebenarnya merujuk kepada tingkat atau gagasan tertinggi. Bila klimaks itu terbentuk dari beberapa gagasan yang berturut-turut semakin tinggi kepentingannya, maka ia disebut anabasis.

(b) Paralelisme

Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Kesejajaran tersebut dapat pula berbentuk anak kalimat yang bergantung pada sebuah induk kalimat yang sama. Gaya ini

³⁰ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 127-128.

lahir dari struktur kalimat yang berimbang.

(c) Antitesis

Antitesis adalah sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan- gagasan yang bertentangan, dengan mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan. Gaya ini timbul dari kalimat berimbang.

(d) Repetisi

Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk member tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Dalam bagian ini, hanya akan dibicarakan repetisi yang berbentuk kata atau frasa atau klausa. Karena nilainya dianggap tinggi, maka dalam oratori timbullah bermacam-macam variasi repetisi.

Karena nilainya dalam oratori dianggap tinggi maka para orator menciptakan bermacam-macam repetisi yang pada prinsipnya didasarkan pada tempat kata yang diulang dalam baris, klausa, atau kalimat. Yang penting diantaranya:

- (1) Epizeuksis adalah repetisi yang bersifat berlangsung, artinya kata yang dipentingkan diulang beberapa kali berturut-turut.
- (2) Tautotes adalah repetisi atas sebuah kata berulang-ulang dalam sebuah konstruksi
- (3) Anafora adalah repetisi yang berwujud perulangan kata pertama pada tiap baris atau kalimat berikutnya.
- (4) Epistrofa repetisi yang berwujud perulangan kata atau frasa pada akhir baris atau kalimat berurutan.
- (5) Simploke adalah repetisi pada awal dan akhir beberapa baris atau kalimat berturut-turut.³¹

³¹ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 127-128

4) Gaya Bahasa Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna

Gaya bahasa berdasarkan makna diukur dari langsung tidaknya makna, yaitu apakah acuan yang dipakai masih mempertahankan makna denotatifnya atau sudah ada penyimpangan.³² Bila acuan yang digunakan itu masih mempertahankan makna dasar, maka bahasa itu masih bersifat polos. Tetapi bila sudah ada perubahan makna, entah berupa makna konotatif atau sudah menyimpang jauh dari makna denotatifnya, maka acuan itu dianggap sudah memiliki gaya sebagai dimaksudkan disini.

Gaya bahasa yang disebut *trope* atau *figure of speech* dalam uraian ini dibagi atas dua kelompok yaitu gaya bahasa retorik, yang semata-mata merupakan penyimpangan dari konstruksi biasa untuk mencapai efek tertentu, dan gaya bahasa kiasan yang merupakan penyimpangan yang lebih jauh, khususnya dalam bidang makna.

(a) Gaya Bahasa Retorik

- (1) Polisindeton adalah gaya yang merupakan kebalikan dari asindeton. Beberapa kata, frasa, atau klausa yang bermuatan dihubungkan satu sama lain dengan kata-kata sambung.
- (2) Erotesis atau Pertanyaan Retorik adalah pertanyaan yang digunakan dalam pidato atau tulisan dengan tujuan untuk mencapai efek yang lebih mendalam dan penekanan yang wajar, dan sama sekali tidak menghendaki adanya suatu jawaban.
- (3) Koreksio atau Epanorffosis adalah gaya yang berwujud mula-mula menegaskan sesuatu tetapi yang pada akhirnya diperbaiki karena kesalahannya tidak fatal.
- (4) Prolepsis atau Antisipasi adalah dimana orang mempergunakan lebih dahulu kata-kata atau sebuah kata sebelum peristiwa atau gagasan yang sebenarnya terjadi.

³² Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 129.

- (5) Hiperbola, mengandung suatu pernyataan yang berlebihan, dengan membesar-besarkan sesuatu hal.
 - (6) Paradox, gaya bahasa yang mengandung pertentangan yang nyata dengan fakta-fakta yang ada.³³
- (b) Gaya Bahasa Kiasan

Gaya bahasa kiasan ini pertama-tama dibentuk berdasarkan perbandingan atau persamaan. Membandingkan sesuatu dengan suatu hal yang lain, berarti mencoba menemukan ciri-ciri yang menunjukkan kesamaan antara kedua hal tersebut.³⁴ Macam-macam gaya bahasa kiasan sebagai berikut:

- (1) Persamaan atau Simile, perbandingan yang bersifat eksplisit. Yaitu kata-kata: *seperti, sama, sebagai, bagaikan, laksana*, dsb.
- (2) Alegori, cerita singkat yang mengandung kiasan
- (3) Metonimia, mempergunakan sebuah kata untuk menyatakansuatu hal, karena mempunyai pertalian yang dekat, contoh :saya minum satu gelas, ia dua gelas.
- (4) Metafora, analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, tetapi dalam bentuk yang singkat: *bunga bangsa, buaya darat, buah hati*.
- (5) Personifikasi, menggambarkan benda-benda mati seolah-olah memiliki sifat-sifat kemanusiaan. Contoh: rumput yang bergoyang, angin meraung
- (6) Alusi, mensugestikan kesamaan antara orang, tempat dan peristiwa. Contoh: Bandung adalah paris jawa.
- (7) Eponim, gaya dimana seseorang yang namanya begitu sering dihubungkan dengan sifat tertentu. Misalnya *Hercules* diguna-

³³ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 131-134.

³⁴ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 136.

kanuntuk menyatakan kekuatan.

- (8) Epitet, acuan yang menyatakan suatu sifat atau ciri yang khusus dari seseorang atau suatu hal. Contoh: raja rimba untuk singa
- (9) Ironi, mengatakan sesuatu dengan makna atau maksudberlainan dari apa yang terkandung dalam rangkaian katakatanya. Contoh :saya tahu anda adalah seorang gadis yang paling cantik di dunia ini yang perlu mendapat tempat terhormat.

b. Gaya Suara

Gaya suara adalah seni dalam ilmu komunikasi, untuk menikmati perhatiandapat dikerjakan dengan jalan berbicara dengan irama yang berubah-ubahsambil memberikan tekanan-tekanan tertentu pada kata- kata yangmemerlukan perhatian khusus.³⁵ Gaya suara terdiri dari beberapa hal :

1) Pitch

Saat berbicara, nada suara tidak boleh terlalu tinggi atau terlalu rendah, tetapi harus nyaman digunakan, dan setiap pembicara harus mempelajari berbagai perubahan nada untuk mendapatkan efek terbaik. Nada suara seseorang menekankan makna dalam sebuah pesan atau menunjukkan bahwa hal-hal yang bermakna yang biasanya dikaitkan dengan kata-kata tertentu harus diabaikan atau diartikan sebagai sindiran atau sindiran.³⁶

Dalam bahasa-bahasa tonal biasanya dikenal lima macam pitch, yaitu:

- (a) Nada naik atau tinggi yang diberi tanda garis ke atas / ↑/
- (b) Nada datar diberi tanda garis lurus mendatar / ↔/
- (c) Nada turun atau merendah diberi tanda garis menurun / ↓/
- (d) Nada turun naik, yakni nada yang merendah lalu meninggi diberi tanda / ^ /

³⁵ A.W. Widjaja, *Komunikasi-Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), 50.

³⁶ Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Erlangga, 1989), 65.

- (e) Nada naik turun, yaitu nada yang meninggi lalu merendah, diber tanda / √ /

Nada yang menyertai bunyi segmental di dalam kalimat disebut intonasi. Dalam hal ini biasanya dibedakan menjadi empat macam nada:

- (a) Nada yang paling tinggi diberi tanda dengan angka 4 (keterangan: suara yang keluar keras dan sangattinggi)
- (b) Nada tinggi yang diberi tanda 3 (keterangan: suara yang keluarseperti bicarategas-ketegasan)
- (c) Nada sedang atau biasa yang diberi tanda dengan angka 2 (keterangan: suara yang keluar seperti orang bicara datartetapiagak keluar otot leher)
- (d) Nada rendah yang diberi tanda dengan angka 1 (keterangan: suara yang keluar seperti orang berbicara biasa, namun tidak keluar otot leher).³⁷

2) Rate

Rate atau kecepatan merupakan cepat dan lambat dalam irama suara. Biasanya bunyi cepat atau lambat berkaitan erat dengan Irama dan Irama. Pembicara harus menanggapi masalah ini dengan serius. Kita harus menyesuaikan kecepatan suara dan mencocokkan suara dengan iramanya. Suara yang disampaikan terlalu cepat atau terlalu lambat, akan menyulitkan pendengar untuk menangkap maksud pembicara bahkan pendengar menjadi dingin dan lesu.³⁸

Rate atau kecepatan berbicara, menunjukkan jumlah kata yang diucapkan dalam satu menit. Kecepatan bicara dipengaruhi isi pesan, tingkat emosionalitas dan intelektual pesan, dan besarnya ruangan. Bila mengutarakan persoalan yang sulit, sebaiknya memperlambat kecepatan bicara. Begitu pula jika berbicara di depan khalayak, dalam ruangan yang luas. Tetapi, para pemula sering berpidato

³⁷ Achmad HP dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 34.

³⁸ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), 87.

dengan kecepatan tinggi. Secara singkat rate membantu untuk menyampaikan pengertian, mengungkapkan perasaan, dan memberikan tekanan pada gagasan yang perluditegaskan.³⁹

Kecepatan penyampaian pada percakapan normal, kebanyakan orang berbicara diantara 130 dan 180 kata per menit, tetapi laju yang terbaik dalam sebuah pidato ditentukan oleh apakah para pendengar dapat mengerti apa yang kamu katakan. Biasanya meskipun pembicaraan dengan laju yang sangat cepat, tetap dapat diterima jika ide-idenya tidak baru dan kompleks dan jika kata-kata diartikulasikan secara baik dengan jenis vokal yang mencukupi dan tekanan.⁴⁰ Laju pidato yang cepat meningkatkan kredibilitas pembicara dan laju yang cepat meningkatkan persuasif.

3) Pause

Bisa dikatakan jeda adalah bagian dari *rate* atau kecepatan yang berperan sebagai tanda baca pada kata. Biasanya, jeda singkat berguna untuk titik pemisah, sebagai pemisah suatu kesatuan pikiran atau memodifikasi ide, seperti fungsi koma, dalam penulisan. Jeda panjang biasanya berguna untuk memisahkan seluruh pikiran seperti kalmia tanda tanya, tanda seru dalam sebuah kalimat secara tertulis.⁴¹

Bagi pembicara, hentian memberinya peluang untuk berfikir, mencari kata yang paling tepat, dan merencanakan gagasan yang akan dikemukakan. Hentian juga dipergunakan untuk mengatur satuan-satuan pikiran, seperti koma, titik, atau titik koma dalam tulisan.⁴² Jeda berkenaan dengan hentian bunyi. Disebut jeda karena adanya hentian, dan disebut persendian karena di tempat perhentian itulah terjadinyapersambungan antara segmen yang satu dengan segmen lain. Jeda ini dapat bersifat penuh

³⁹ Jalalluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, 83.

⁴⁰ A.W.Widjaja, *Komunikasi-komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, 50.

⁴¹ Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, 66.

⁴² Jalalluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, 83.

dan dapat juga bersifat sementara. Tekanan dan jeda dalam bahasa Indonesia sangat penting karena tekanan dan jeda itu dapat mengubah makna kalimat.⁴³

4) Loudness

Loudness menyangkut keras atau tidaknya suara. Dalam berceramah, ini perlu menjadi perhatian. Kita harus mampu mengatur atau lunaknya suara yang kita keluarkan, dan ini tergantung pada situasi dan kondisi yang kita hadapi.

5) Ritma

Ritma adalah keteraturan dalam meletakkan tekanan pada bunyi, suku kata, tata kalimat, atau paragraf. Tekanan pada satuan ungkapan yang kecil disebut stress atau aksentuasi. Tekanan pada ungkapan yang panjang (seperti paragraf) disebut tempo.⁴⁴

Tempo dari sebuah pidato. Dalam sebuah pidato biasanya dimulainya pelan sembari pembicara memberikan arahan tentang siapa dia dan bicara tentang apa. Selama bagian tubuh pidato, tempo dipercepat dengan tanda-tanda verbal yang mengindikasikan apa yang paling penting. Kesimpulan biasanya pelan dalam ulasan sembari pembicara menyusun sebuah penutup.

c. Gaya Gerak Tubuh

Bahasa tubuh (*gestures*). Tubuh kita berbicara banyak. Untuk menyampaikan pikiran dan perasaan tertentu, gerakan tubuh lebih berarti dari pada kata-kata. Menurut penelitian para pakar komunikasi, "Kata-kata (verbal) hanya menyumbang kontribusi 7%, suara (voice) menyumbang 38%, sementara bahasa tubuh (visual) menyumbang 55%, bagi kesuksesan berbicara". Pendengar senang memperhatikan seorang pembicara, selain mendengarkannya. Karena sedikit-sedikit kita menjadi seorang aktor. Kita harus mendramatisir pembicaraan dengan gerak tubuh yang sesuai, khususnya ekspresi wajah.

Pendengar akan memperhatikan wajah pembicara selama proses Public Speaking berlangsung. Ketika

⁴³ Ahmad Hp dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum*, 35.

⁴⁴ Jalalluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, 84.

berbicara wajah kita akan lebih di lihat dari pada bagian tubuh lainnya. Karena itu, jangan menunjukkan wajah sedih dalam suasana gembira (penuh galak tawa), dan jangan main-main dalam suasana serius. Secara umum bahasa atau gerakan tubuh meliputi: Ekspresi Wajah yaitu Kontak mata, Gerakan tangan, Gerakan lengan, Gerakan bahu, Gerakan mulut atau bibir, Gerakan hidung, Gerakan kepala, Gerakan badan, Gerakan kaki.⁴⁵ Gerak tubuh dalam komunikasi terdiri dari:

1) Sikap Badan

Sikap badan selama berbicara (terutama pada awal pembicaraan) baik duduk atau berdiri menentukan berhasil atau tidaknya penampilan kita sebagai pembicara. Sikap badan (cara berdiri) dapat menimbulkan berbagai penafsiran dari pendengar yang menggambarkan gejala-gejala penampilan kita.⁴⁶

2) Penampilan dan pakaian pembicara yang mengabaikan pakaian ini.⁴⁷

3) Air Muka (ekspresi) dan Gerakan Tangan

Penyajian materi mesti didukung dengan air muka (ekspresi wajah) yang wajar dan tepat. Dengan kata lain, materi yang dihayati harus tampak melalui air muka (ekspresi wajah). Perlu diketahui air muka (ekspresi wajah) bukan sekedar seni untuk mengikat perhatian. Lebih jauh dari itu, warna air muka (ekspresi wajah) yang tepat akan menyentuh langsung jiwa dan pikiran pendengar.⁴⁸

Ekspresi wajah merupakan salah satu alat terpenting yang digunakan pembicara dalam berkomunikasi nonverbal yang meliputi senyuman, ketawa, kerutan dahi, mimik yang lucu, gerakan alis yang menunjukkan keraguan, rasa kaget dan sebagainya. Demikian pula dengan gerakan tangan. Dalam berceramah atau pidato menggunakan gerakan tangan

⁴⁵ Amirulloh Syarbini, *Jago Public Speaking dan Writing*. (Bandung: Alfabeta, 2014), 54.

⁴⁶ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni*, 62.

⁴⁷ Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, 172.

⁴⁸ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*, 74.

dalam menyajikan materi pasti menarik perhatian pendengar.

Gerakan tangan yang sempurna mampu membuat gambar abstrak dari materi yang disampaikan. Sehingga tertangkap dengan jelas oleh jiwa atau pikiran pendengar melalui mata. Walaupun demikian perlu diingat, jangan salah melakukan gerakan tangan. Sebab bila salah justru yang terjadi adalah sebaliknya. Bahkan bisa menjadi bahan tertawa bagi peserta atau mad'u.

4) Pandangan Mata

Menggunakan pandangan mata, juga merupakan gaya untuk memikat perhatian peserta (komunikatif). Kata orang, mata adalah matahari pada diri manusia. Mata tidak saja digunakan untuk melihat untuk kontak dengan orang lain bahkan juga dapat digunakan sebagai alat atau cermin dari kepribadian orang. Artinya diri kita bisa dinilai orang melalui sorotan mata yang kita pancarkan. Selama berbicara di depan umum, pandangan mata sangatlah menentukan. Mata dapat mengeluarkan kekuatan magis yang cukup kuat untuk mengarahkan dan mengendalikan perhatian peserta atau mad'u. Akhirnya mata lah yang menentukan terjadinya atau tidaknya kontak antar pembicara dengan audien. Tanpa kontak mata/kontak pandang, para pendengar tidak akan dapat membaca apa-apa.

9. Youtube sebagai media dakwah

Di era globalisasi, banyak orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, mencari informasi, dan memperoleh informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan untuk berhubungan adalah media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube dan lain sebagainya.

Masyarakat sekarang berkomunikasi tidak hanya dengan tatap muka dan bertemu, namun di zaman millennial sekarang ini telah merubah semua gaya hidup masyarakat dengan memberi fasilitas yang mudah, berkomunikasi dengan orang lain lebih mudah dan mendapatkan informasi dunia luar lewat media online seperti youtube. Media youtube dimanfaatkan pengguna media untuk melihat ber-

bagai macam konten video, dapat digunakan oleh pengguna untuk live streaming media youtube juga seperti media televisi. Tetapi media youtube lebih mudah untuk di akses dan lebih banyak konten video yang disajikan untuk di tonton.

Media youtube adalah 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 mempermudah dalam penyampaian dan melihatnya.

10. Pengertian Kontribusi

Pengertian kontribusi secara teoritis, masyarakat awam mengartikan kontribusi sebagai sumbangsih atau peran, atau keikutsertaan seseorang dalam suatu kegiatan tertentu. Ada banyak definisi kontribusi dari berbagai ahli. Mereka mengartikan kontribusi menurut sudut pandangnya masing-masing. Mungkin sebagian dari anda pernah mendengar penggalan kalimat seperti ini “dalam melakukan pembangunan di daerah masyarakat harus ikut berkontribusi dalam pembangunan desa” kata kontribusi disini diartikan sebagai adanya ikut campur masyarakat baik dalam bentuk tenaga, fikiran dan kepedulian terhadap suatu program atau kegiatan yang dilakukan pihak tertentu.⁴⁹

Kontribusi tidak bisa diartikan hanya sebagai keikutsertaan seseorang secara formalitas saja, melainkan harus ada bukti nyata atau aksi nyata bahwa orang atau kelompok tersebut ikut membantu ikut turun ke lapangan untuk mengsucceskan suatu kegiatan tertentu. Bentuk kontribusi yang bisa diberikan oleh masyarakat harus sesuai dengan kapasitas atau kemampuan masing-masing orang tersebut. Individu atau kelompok bisa menyumbangkan pikirannya, tenaganya, dan materinya demi mengsucceskan kegiatan yang direncanakan demi untuk mencapai tujuan bersama. Itulah pengertian kontribusi secara umum. Definisi kontribusi menurut kamus ilmiah karangan Dany H, mengartikan kontribusi sebagai sokongan berupa uang atau

⁴⁹ <http://pengertiandefinisi.com/konsep-dan-pengertian-kontribusi/> diakses pada tanggal 09 Juli, pukul 14.56 WIB.

sokongan” malah dalam pengertian tersebut mengartikan kontribusi ke dalam ruang lingkup yang jauh lebih sempit lagi yaitu kontribusi sebagai bentuk bantuan yang dikeluarkan oleh individu atau kelompok dalam bentuk uang saja atau sokongan dana. Senada dengan pengertian kontribusi menurut Dany H, Yandianto dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia mengartikan kontribusi sebagai bentuk iuran uang atau dana pada suatu forum, perkumpulan dan lain sebagainya”. Jadi bisa disimpulkan berdasarkan kedua pengertian diatas bahwa kontribusi merupakan bentuk bantuan nyata berupa uang terhadap suatu kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan sebelumnya. Namun, kiranya kontribusi tidak boleh hanya diartikan sebagai bentuk bantuan uang atau materi saja, hal ini akan membatasi bentuk kontribusi itu sendiri. Maksudnya, hanya orang-orang yang memiliki uang saja yang bisa melakukan kontribusi, sedangkan kontribusi disini diartikan sebagai keikutsertaan atau kepedulian individu atau kelompok terhadap suatu kegiatan.⁵⁰ Jadi pengertian dari kontribusi sendiri ialah tidak terbatas pada pemberian bantuan berupa uang saja, melainkan bantuan dalam bentuk lain seperti bantuan tenaga, bantuan pemikiran, bantuan materi, dan segala macam bentuk bantuan yang kiranya dapat membantu suksesnya kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya untuk mencapai tujuan bersama. Itulah sedikit pengertian kontribusi beserta konsep-konsep yang menyertainya. Istilah kontribusi ini kerap kali dikaitkan dengan kajian ilmu manajemen. Kontribusi kerap kali dijadikan variabel bebas (variabel x) yang mempengaruhi variabel terikat atau variabel terikat (variabel Y).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi literatur ada beberapa studi dan tulisan yang telah mendahuluinya antara lain sebagai berikut:

1. Nama : Amelia Setiawati (1541010006). “ Retorika Dakwah Ustadz Asep Kholis Nur Jamil dalam Penyampaian Pesan Dakwah pada Majelis Al-Karim Rasyid Lampung”. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran

⁵⁰ <http://pengertiandefinisi.com/konsep-dan-pengertian-kontribusi/> diakses pada tanggal 09 Juli, pukul 14.56 WIB.

Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2019. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian tokoh dan dengan jenis pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Kemudian teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini diperoleh menunjukkan bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah Ustadz Asep Kholis Nur Jamil sudah menggunakan kaidah-kaidah retorika yang ada, seperti menggunakan gerak tubuh yang tidak berlebihan, menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami, memiliki vocal yang mantab dengan suara yang memiliki ciri khas, suara yang lantang, stabil dan penuh penghayatan dan volume suara yang tinggi.⁵¹ Persamaan penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah keduanya sama-sama membahas mengenai retorika dalam berdakwah meliputi gaya bahasa, gaya suara serta gerak tubuh bagi seorang pendakwah. Sementara itu perbedaannya adalah media yang digunakan dalam berdakwah jika dalam penelitian diatas melakukan secara langsung namun dalam penelitian kali akan lebih menekankan pada penggunaan media Youtube.

2. Nama : Puspa Chika Steviasari (1641010284). “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad (Analisis Wacana terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)”. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2020. Dalam penelitian ini penulis menganalisis terhadap retorika dakwah ustadz Abdul Somad. Dengan rumusan masalah bagaimana retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Jenis penelitian menggunakan studi kepustakaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian berdasarkan data primer dan sekunder. Sifat penelitian menggunakan deskriptif analitis. Penelitian ini menggunakan

⁵¹ Amelia Setiawati, *Retorika Dakwah Ustadz Asep Kholis Nur Jamil Dalam Penyampaian Pesan Dakwah Pada Majelis Al-Karim Rasyid Lampung*, UIN Raden Intan Lampung, 2019.

teknik analisis wacana dengan metode analisis isi kualitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi.⁵² Analisis penelitian ini menyatakan bahwa ustadz Abdul Somad dalam video dakwahnya di YouTube menggunakan gaya bahasa sehari-hari dan menyesuaikan dengan kondisi mad'u. Serta ustadz Abdul Somad memiliki gaya suara yang khas, seperti logat daerah asalnya yaitu logat melayu dan artikulasi atau pelafalan yang jelas. Sehingga apa yang disampaikan oleh ustadz Abdul Somad mudah untuk dimengerti dan dipahami. Dari 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 penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah keduanya sama-sama membahas Gaya retorika dalam penyampaian suatu dakwah berupa pemilihan gaya bahasa yang mudah dipahami oleh para pendengar atau mad'u. Perbedaannya terletak pada obyek yang dikaji jika penelitian diatas memilih obyek channel Youtube Ustadz Abdul Somad namun dalam penelitian kali ini akan membahas channel Youtube Ustadz Das'ad Latif.

3. Nama: Septi Nandiasuti (1617102083). "Retorika Dakwah Gus Miftah melalui Youtube". Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana hasilnya berupa data deskripsi berupa pernyataan analisis yang diamati. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari video youtube ceramah Gus Miftah. Sumber data sekunder di dapat dari internet, artikel, dokumen dan literature lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dari

⁵² Puspa Chika Steviasari, *Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad (Analisis Wacana terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)*, UIN Raden Intan Lampung, 2020.

dakwah Gus Miftah. Ia menggunakan unsur-unsur dari 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 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 dakwahnya.⁵³ Persamaan penelitian di atas dengan penelitian kali ini terletak pada pembahasan retorika dalam berdakwah yang meliputi gaya bahasa, gaya suara serta gaya gerak tubuh dan kedua penelitian sama-sama menggunakan obyek channel Youtube sebagai sumber utama penelitian. Letak perbedaannya terletak pada channel youtube yang dikaji.

4. Nama : Achmad Fauzi (B7121402) "*Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Masjid Ulul Azmi, Unair Kampus C*" Skripsi Program Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya 2018. Penelitian ini, difokuskan untuk menjawab permasalahan tentang bagaimana gaya retorika Ustadz Abdul Somad di Masjid Ulul Azmi, Kampus C Unair yang meliputi gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh. Untuk mengidentifikasi persoalan tersebut, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan ob-

⁵³ Septi Nandiastuti, *Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube*, IAIN Purwokerto, 2020.

servasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan teknis analisis data model Miles dan Huberman. Dari hasil penelitian, dapat diketahui gaya retorika dakwah Ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa gaya bahasa, yakni gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yaitu gaya bahasa percakapan, gaya berdasarkan nada yaitu, gaya menengah, gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yaitu gaya bahasa paralelisme, anafora, epifora dan gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yakni gaya bahasa ironi, personifikasi, hiperbola, sinopsis, erotesis. Kemudian gaya suara yang digunakan Ustadz Abdul Somad sangat bervariasi, mulai dari nada rendah tingkat 1 sampai nada tinggi tingkat 4, dengan tempo yang tidak lambat dan tidak cepat. Sedangkan gaya gerak tubuh yang meliputi sikap badan dengan berdiri yang tegak, pandangan mata yang tegas menatap mad'u, kemudian untuk pakaian yang digunakan sangat sopan dan rapi. Penelitian ini membahas fokus mengenai gaya retorika Ustadz Abdul Somad dalam ceramah, oleh sebab itu peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian mengenai isi pesan dakwah yang terkandung dalam ceramah Ustadz Abdul Somad.⁵⁴ Persamaan penelitian diatas dengan penelitian yang akan di kaji peneliti adalah keduanya memiliki fokus pada gaya retorika dakwah seorang Ustadz meliputi gaya bahasa, gaya suara serta gaya tubuh pada saat menyampaikan dakwahnya. Sedangkan perbedaannya jika penelitian diatas hanya meneliti satu kali penampilan pendakwah namun dalam penelitian kali akan dibahas lebih dari satu kali penampilan dakwah seorang Ustadz.

5. Nama : Ari Pratama Putra (107051002478), "Retorika Dakwah KH. Ahmad Damanhuri di Depok. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011. Penelitian ini menggunakan metode *Kualitatif Deskriptif Analisis*, yaitu metode yang memiliki beberapa langkah penerapan, yaitu mendeskripsikan konsep retorika dakwah KH. Ahmad Damanhuri

⁵⁴ Achmad Fauzi, *Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Masjid Ulul Azmi, Unair Kampus C 25*, no. 2 (2019).

dan penerapan retorika dakwah KH. Ahmad damanhuri. Waktunya dari 1 Mei-30 Mei 2011 yang berlokasi di Yayasan Pesantren Al-Karimiyah Sawangan-Depok. Tekniknya dengan observasi langsung ke kediaman beliau dan tempat dimana beliau melakukan dakwah, wawancara langsung dengan KH. Ahmad Damanhuri dan ketua jama'ah majlis ta'lim, guru, dosen, mahasiswa serta santri dan mengumpulkan dokumentasi tentang KH. Ahmad Damanhuri. Analisisnya berpedoman sesuai dengan *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Skripsi, Tesis, dan Disertasi)* yang oleh CeQDA (*Center for Quality Development and Assurance*) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Retorika menurut KH. Ahmad Damanhuri adalah bagaimana cara seorang da'i berbicara yang berkaitan dengan dakwah itu sendiri sehingga orang yang mendengar itu bisa tertarik dengan apa yang dibicarakan, dari mulai gaya bahasa, penampilan dan tehnik berbicara yang memiliki daya sentuh kepada hati audience, sehingga mereka khusus' mendengarkan dan meresap terhadap apa yang disampaikan oleh para penceramah.⁵⁵ Persamaan penelitian diatas dengan penelitian kali ini adalah gaya retorika dakwah seorang Ustadz yang didalamnya meliputi gaya pemilihan bahasa, gaya suara, dan gerak tubuh dalam berdakwah. Perbedaannya terletak pada Tokoh Ustadz yang dikaji selain itu juga obyek yang diteliti jika penelitian diatas meneliti secara langsung di suatu lokasi berbeda dengan penelitian kali ini meneliti obyek melalui channel Youtube.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual hubungan antar variabel penelitian, kerangka berpikir dibangun dari berbagai teori, pustaka dan hasil penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan dan dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan hubungan antar variabel yang diteliti.⁵⁶ Kerangka berfikir perlu disusun untuk mengarahkan penelitian agar sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, serta

⁵⁵ Ari Pratama Putra, *Retorika Dakwah KH. Ahmad Damanhuri di Depok*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.

⁵⁶ Muchamad Muchson dan S E MM, *Metode Riset Akuntansi*, (Jakarta: Spasi Media, 2017), 57.

menjelaskan secara sekilas dan dapat dipahami bagaimana sebuah hubungan antara variabel penelitian.

Di era globalisasi, tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat cenderung ingin mendapatkan segala sesuatu serba cepat, praktis dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, hal ini juga berimbas kepada kajian-kajian keagamaan yang mulai sepi dikarenakan mereka menganggap mengikuti kegiatan-kegiatan pengajian atau kajian-kajian keagamaan terlalu banyak membuang waktu. Hal tersebut semakin diperparah dengan kurang menariknya gaya para da'i dalam penyampaian dakwahnya, mereka cenderung pasif dan kurang tertalu pasif dan kurang dalam segi gaya tubuh dan komunikasi dengan audiens membuat ceramahnya menjadi membosankan, dan nasihat cenderung sulit menyadarkan seseorang, selain itu pemilihan bahasa dan gaya suara dalam menyampaikan juga menjadi nilai tersendiri agar para pendengar bisa dengan mudah memahami apa yang dimaksud oleh para da'i.

Para da'i di zaman sekarang dianjurkan untuk lebih kreatif dalam berdakwah baik dalam segi penyampaian atau gaya tubuh atau interaksi dengan para pendengar sehingga membuat para pendengar lebih tertarik dengan pengajian atau kajian-kajian keagamaan. Selain itu pemanfaatan media salah satunya Youtube menjadi nilai lebih karna pada masa sekarang kebanyakan orang lebih sering menghabiskan waktu dengan gadget atau handphone nya dibanding berinteraksi secara langsung. Salah satu da'i yang memanfaatkan media Youtube adalah Ustadz Das'ad Latif, beliau adalah seorang da'i yang memperhatikan gaya dalam berdakwah hal ini membuat para pendengarnya lebih nyaman dan mudah memahami materi yang disampaikan.

