

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan retorika dakwah sudah banyak dilakukan peneliti.

Diantaranya:

Eva Damayanti¹ yang meneliti tentang Retorika Pipik Dian Irawati dengan tujuan membahas konsep retorika dakwahnya Pipik Dian Irawati. Eva menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan dengan kesimpulan bahwa beretorika bagi seorang da'i ini sangat penting, karena dengan beretorika seorang da'i bisa menyesuaikan keadaan *mad'u*-nya. jelas tidak bisa dikatakan berhasil ketika *mad'u* tidak mengerti apa yang di sampaikan sang da'i dengan tanpa beretorika.

Hari Haryanto² yang meneliti tentang retorikanya KH. Abdul Rahman Al Madinah dengan tujuan untuk membahas konsep retorika dakwahnya KH. Abdul Rahman Al Madinah yang dilakukan di pondok pesantren Al Hidayah melalui metode analisis deskriptif kualitatif. Adapun hasilnya adalah KH. Abdul Rahman ini selalu menggunakan konsep retorikanya saat berdakwah di pondok pesantren. Karena menurutnya dengan beretorika, berdakwah lebih berwarna dan tidak membosankan.

¹ Eva Damayanti, *Retorika Dakwah Pipik Dian Irawati*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah(2014), hal 8.

² Hari Haryanto, *Retorika Dakwah KH. Abdul Rahman Al Madinah di Pondok Pesantren Al Hidayah*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah(2010), hal 11.

Puri Paramita³ yang juga meneliti mengenai retorika dakwah Ustaz Yusuf Mansur dengan menggunakan metode analisis deskriptif yang sesuai dengan acuan penelitian yang bersifat kualitatif. Kesimpulannya adalah dengan menguasai retorika bermanfaat dalam menyampaikan dakwah secara lisan (ceramah) juga sangat bermanfaat untuk mengatur pesan yang akan disampaikan dengan metode yang sesuai.

I Wayan Pesek Widiantera, I Wayan Wendra dan Sang Ayu Putu Sriasih⁴ yang meneliti tentang kajian retorika dalam naskah pidato anak siswa kelas X. SMA Negeri 1 Pupun menggunakan metode deskriptif kualitatif. Kesimpulannya adalah anak mampu menggunakan prinsip retorika ke dalam pembuatan pidato mereka yang dimulai dengan menggunakan diksi dan gaya bahasa yang tepat.

Afifudin⁵ meneliti mengenai retorika dakwah KH. Anwar Zahid di *Youtube* dengan metode kualitatif deskriptif dengan mengidentifikasi konsep retorika dakwah KH. Anwar Zahid serta penerapannya. Kesimpulannya KH. Anwar Zahid selalu menggunakan gerakan tangan serta bahasa yang ceplas ceplos dan menggunakan perumpamaan atau *qiyas*. Sehingga *mad'u* dapat dengan mudah menerima pesannya dengan berbagai respon yang di dapat.

Sarwinda⁶ yang meneliti tentang retorika dakwah KH. Muhammad Dainawi pada pengajian A'isyah desa pulau panggung Sumatra selatan dengan metode deskriptif kualitatif. Kesimpulannya adalah dengan beretorika berdakwah terasa menyenangkan dan menjadi

³ Puri Pramita, *Retorika Dakwah Yusuf Mansur dan Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Berbicara Dalam Bentuk CD Interaktif Untuk Siswa SMA*. Ranah. Vol. 4. No. 2 Desember 2015, 130.

⁴ Widiantera, I. Wayan Pasek. "Kajian Retorika dalam Naskah Pidato pada Siswa Kelas X. 1 SMA Negeri 1 Pupuan." *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha* 2.1 (2014). Hal. 9

⁵ Afifudin, Kutsi. *Retorika dakwah KH. Anwar Zahid di Youtube (pengajian Maulid Nabi di Desa Godo Kec. Winong Kab. Pati)*. Diss. UIN Walisongo, 2017. Hal. 116

⁶ Sarwinda, Sarwinda. "Retorika Dakwah Kh Muhammad Dainawi Pada Pengajian A'isyah Desa Pulau Panggung Sumatera Selatan." *Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 1.2 (2017). Hal. 174

mudah dimengerti karena pesan yang disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh pendengar.

Made Lia, I Nyoman sudiana, I made astika⁷ mengenai analisis retorika calon gubernur pada debat pemilihan gubernur DKI Jakarta tahun 2017 dengan metode deskriptif kualitatif . Hasilnya adalah para calon menerapkan aspek retorika dalam menyampaikan pesannya dengan tujuan agar mudah dipahami oleh pendengarnya.

Umaimah wahid⁸ meneliti tentang *personal branding* dan retorika komunikator politik pada pemilu DKI Jakarta 2017 menggunakan metode kualitatif dengan paradigma *konstruktivisme*. Hasil yang ditemukan adalah setiap komunikator politik di haruskan mempunyai kemampuan retorik agar pesan politik yang disampaikan dapat tertata dengan rapi dan membentuk *personal branding*.

Bambang Saiful Ma'arif⁹ meneliti mengenai pola komunikasi dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaludin Rakhmat menggunakan metode kualitatif dengan paradigma kritis terhadap retorika dan *public speaking*. Hasilnya adalah kedua komunikator ini mempunyai ciri khas berbeda atas gaya retorika mereka. Hal ini sangat berpengaruh dalam menyampaikan pesan baik secara langsung maupun tidak.

Mariyatun Norhidayatur Rahmah¹⁰ yang meneliti tentang dakwah retoris dalam karya sastra novel “habibi dan ainun” karya Bj. Habibi menggunakan analisis kualitatif. Hasilnya adalah

⁷ Kusmiati, Made Lia, I. Nyoman Sudiana, and I. Made Astika. "Analisis Retorika Calon Gubernur Pada Debat Pemilihan Gubernur Dki Jakarta Tahun 2017." *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha* 7.2 (2017). Hal. 9

⁸ Wahid, umaimah. "Personal Branding Dan Retorika Komunikator Politik Pada Pemilukada Dki Jakarta 2017- (Analisis Retorika Atas Teks Pidato Sebagai Kandidat Gubernur Dan Wakil Gubernur Pada Penentuan Nomor Urut Peserta Pemilu)." *Prosiding Magister Ilmu Komunikasi* 1.1 (2017). Hal. 16

⁹ Ma'arif, Bambang Saiful. "Pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat." *MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan* 25.2 (2009) hal. 179

¹⁰ Rahmah, Mariyatul Norhidayati. "Dakwah Retoris Dalam Karya Sastra Novel “Habibie & Ainun” Karya Bj. Habibie." *Jurnal Ilmu Dakwah* 34.1 (2014). Hal. 157

novel karya B.J. Habibie begitu bermakna karena dakwah retorik yang digunakan terlihat dari bentuk kejiwaan dan emosi sang penulis untuk menyampaikan pesan agar tepat sasaran pada pembaca.

Walaupun sekilas penelitian ini hampir sama, tetapi jika dilihat lebih teliti akan mendapatkan perbedaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah obyek yang akan diteliti, dalam tugas akhir ini yang akan diteliti yaitu retorika dakwahnya Ustadz Arifin Ilham.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Pengertian Retorika

Retorika berasal dari bahasa Inggris “*rhetoric*” yang bersumber dari kata “*rhetorica*” yang berarti ilmu bicara¹¹. Pengertiannya secara sempit hanyalah membahas mengenai seni berbicara. Sedangkan untuk arti luasnya, tentang bahasa lisan dan tulisan. Pengertian retorika sendiri ini dapat berkembang sesuai zamannya. Dewasa ini kata retorika sering disamakan dengan *speech* (pidato), *oral communication* (komunikasi lisan), *public speaking* (pembicaraan publik) dan *public communication* (komunikasi publik)¹². Tapi aslinya, retorika bukan hanya seni berbicara di depan umum, melainkan gabungan antara seni bicara yang diseimbangkan dengan pengetahuan atau suatu masalah tertentu dengan tujuan meyakinkan pihak orang banyak melalui pendekatan persuasif¹³. Dikatakan persuasif karena menggunakan bujukan halus atau dengan ajakan kepada seseorang

¹¹ Rajiyem, *Sejarah dan Perkembangan Retorika*. Humaniora. Vol.17. No. 2 Juni 2005, 142

¹² Zainul Maarif, *Retorika: Metode komunikasi publik*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 2

¹³ H. Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta, Gaya Media Pratama, 1997. Hal 136

dengan cara memberikan alasan dan prospek yang baik yang meyakinkan. Dikatakan seni karena retorika menuntut adanya keterampilan dan penguasaan atas bahasa yang akan disampaikan. Dikatakan pengetahuan karena harus ada materi yang disampaikan kepada orang lain itu sendiri¹⁴. Seni bicara yang dimaksud bukanlah hanya berbicara lancar saja tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan kemampuan untuk berbicara dan berpidato secara jelas, singkat padat dan mengesankan¹⁵.

2.2.2 Pembagian Retorika

Retorika sebagai ilmu bahasa dan ilmu tentang berbicara terbagi menjadi tiga jenis¹⁶, yaitu:

2.2.2.1 Monologika

Monologika merupakan sebuah seni berbicara secara monolog yaitu yang menyampaikan pesan hanya dari satu orang. Termasuk dalam bentuk ini seperti pidato, kata sambutan, presentasi makalah, ceramah dan deklamasi.

2.2.2.2 Dialogika

Ilmu yang berbicara mengenai seni berbicara melalui dialog, di mana ada dua orang atau lebih yang berkomunikasi. Bentuk komunikasi dialogia ini seperti diskusi, musyawarah, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.

¹⁴ Zainul Maarif, *Retorika: Metode komunikasi publik*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hal.3

¹⁵ Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika (trampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi)*, Yogyakarta: penerbitan Kanisius (1991). Hal. 14

¹⁶ Ibid, hal. 16

2.2.2.3 Pembinaan Teknik Bicara

Efektifitas kedua teknik tadi tergantung dari teknik seseorang berbicara. Dan teknik ini menjadi salah satu syarat untuk beretorika. maka dari itu, pembinaan teknik bicara ini menjadi sangat penting untuk belajar beretorika. Juga lebih diarahkan kepada teknik untuk bernafas, teknik mengucap, intonasi, teknik untuk berbicara serta teknik membaca.

2.2.3 Tujuan dan Fungsi retorika

Beretorika memang sangat dibutuhkan dari waktu ke waktu. Bahkan bisa dibilang dengan beretorika seseorang dapat menjadi seseorang yang berpengaruh di lingkungannya, sebab dengan menguasai teknik dalam ilmu beretorika seseorang dapat mempertinggi rasa percaya dirinya dan juga memberi rasa pasti pada orang yang bersangkutan¹⁷.

2.2.4 Tahapan Retorika

Adapun kaidah retorika yang akan digunakan dalam tugas akhir ini akan menggunakan hukum-hukum retorika dari teori Aristoteles dan Cicero, yakni *Inventio* (penemuan), *Dispositio* (penyusunan), *Elocutio* (gaya), dan *Pronuntiatio* (penyampaian).

2.2.4.1 *Inventio* (pencarian data)

¹⁷ Ibid, hal. 20

Inventio merupakan istilah retorika dari bahasa latin yang diterjemahkan ke bahasa Inggris dengan istilah *invention* atau *discovery*, yang artinya pencarian¹⁸. Di tahap ini pembicara mencari metode persuasi yang tepat untuk khalayak, juga merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan (argumen) yang sesuai dengan kebutuhan khalayak¹⁹. Pada hal ini yang dicari adalah sarana untuk mendapatkan alasan atau bukti untuk membujuk dalam beretorika. Ada enam sarana invention untuk mencari argument saat beretorika, yakni statis, *topoi*, definisi, analogi, konsekuensi dan testimoni. Statis merupakan titik tengkar atau titik henti pembicara dalam meraih argumen retorika dan mengembangkan tema pidatonya. *Topoi* secara bahasa ia hanya berarti tempat, namun secara istilah berarti tempat untuk berargumen dengan membagi topik menjadi dua yakni topik umum dan topik khusus. Definisi merupakan jawaban atas pertanyaan keapaan sesuatu, hal-hal yang hendak di ungkapkan oleh pembicara dengan mendeskripsikannya terlebih dahulu mengenai sesuatu. Analogi sepadan dengan ibarat atau semacam *qiyas* jika dalam teori hukum islam. Konsekuensi adalah berkaitan dengan sebab akibat. Testimoni merupakan dalil dan kutipan di mana pembicara harus memberikan landasan dalam pembicaraannya seperti kitab suci, hasil penelitian dan lain sebagainya.

2.2.4.2 Dispositio

¹⁸ Zainul Maarif, *Retorika: Metode komunikasi publik*,(Jakarta,PT. Raja Grafindo Persada,2015), hal. 57

¹⁹ Isbandi dan Ida, *Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*.Ilmu komunikasi. Vol.12. No. 1, Januari-April 2014, 77

Dispositio merupakan langkah kedua yang berisi tentang tata cara mengatur argumen bahan pidato supaya tertata rapih dan mudah diutarakan secara efektif. Ketika banyaknya informasi yang masuk kepada pembicara, maka diperlukan pengorganisasian data untuk memilih dan memilah data yang sesuai supaya tidak kebingungan ketika hendak menyampaikan. Marcus Tilius Cicero (106-43 SM) menyatakan ada enam cara untuk menyusun data yang telah di dapat dalam *inventio* untuk menjadi tulisan atau pidato. Keenam cara tersebut adalah *exordium* (pembukaan), *narratio* (narasi tentang fakta), *partitio* (pembagian berbagai keadaan dan topik), *confirmatio* (menghadirkan bukti), *reprehensio* (mencari kekeliruan pada apa yang terjadi), *peroratio* (penutup). Urutan pertama dimulai dengan *exordium* yakni pembukaan, fungsinya memposisikan pikiran pendengar untuk menerima pembicaraan selanjutnya hingga tuntas. Metode kedua yakni *narratio* dengan menggunakan penjelasan atas sesuatu yang sudah atau diandaikan terjadi dengan singkat jelas (terbuka) dan mungkin untuk direalisasikan. *Pertitio* merupakan pengorganisasian pesan supaya jelas dan masuk akal utnuk menghindari kesalah ucapan ketika menyampaikan. *Confirmatio* digunakan untuk menjelaskan maupun memperkuat kepercayaan dan pengaruh argumentasi. *Reprehensio* merupakan sanggahan pendapat argumentasi lawan. Lalu *peroratio* yang berarti penutup dengan memberikan kesimpulan melalui poin-poin yang telah disampaikan.²⁰

2.2.4.3 Elocutio

²⁰Zainul Maarif, *Retorika: Metode komunikasi publik*,(Jakarta,PT. Raja Grafindo Persada,2015), hal. 69

Pada tahap ini pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk mengemas pesannya. Aristoteles memberikan nasihat “gunakan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima, pilihlah kata-kata yang jelas dan langsung, sampaikan kalimat yang indah, mulia dan hidup, sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak dan pembicara”.²¹ Dasar pada gaya penyampaian berasal dari kata dan kalimat yang dibuat jelas, sempurna dan berestetika. Jelas karena diukur menggunakan kejernihan, kelayakan dan ketepatan. Kesempurnaan kalimat parameteranya adalah kejelasan, ketepatan, kepaduan, kekuatan dan harmoninya. Adapun estetika kata dan kalimat ditopang dengan menjadikan makna denotatif suatu ungkapan ke makna konotatif. Kualitas gaya penyampaian menjadi menarik jika di dukung oleh kata, kalimat, kiasan, dan gaya retorika. Kata-kata yang digunakan jernih, layak dan tepat sesuai dengan bahasa yang berlaku, karena jika diksi tidak pas, maka akan menimbulkan ambiguitas. Kalimat yakni suatu bentuk ungkapan yang punya awal dan akhir serta dapat dipahami satu kesatuan. Kalimat dibagi menjadi dua yakni yang saling terkait dan kalimat yang hanya pendek-pendek saat menyampaikannya. Kiasan atau hiasan merupakan suatu gagasan yang dari beberapa ungkapan di mana pikiran dan perasaan pembicara adalah maksud sesungguhnya. Lalu gaya retorika yang terkait dengan gaya bahasa dan non bahasa. Gaya ini menentukan tujuan yang

²¹ Isbandi dan Ida, *Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*. Ilmu komunikasi. Vol.12. No. 1, Januari-April 2014, 77

hendak kita raih, baik itu dengan humor, menciptakan suasana sedih maupun dengan mengkritik atau sindiran.²²

2.2.4.4 Pronuntiatio

Pembicara pada tahap ini menyampaikan pesannya secara lisan dan di teori ini akting dari seorang pembicara sangat berperan. Untuk menyampaikan pidato dengan baik maka diperlukan tiga komponen yakni pengaturan suara (*voice*), ekspresi raut muka (*countenance*) dan gerak tubuh (*gesture*). Suara merupakan faktor terpenting dalam berpidato karena menggunakan komunikasi verbal. Adapun pengaturan suara terkait antara lain pengucapan, logat, penekanan, selaan, titi nada, dan variasi. Raut muka dinilai memberikan pemahaman lebih mendalam tentang perasaan pembicara ketimbang yang dibicarakan. Terakhir adalah gerak tubuh yang termasuk poin penting untuk seorang pembicara agar bisa menyampaikan pidato secara baik dan mengesankan.²³

2.2.5 Retorika Dakwah

Menurut Welter Fisher Komunikasi merupakan bentuk dari cerita. Di sebuah cerita ada yang namanya drama. Jika seseorang bisa bercerita sesungguhnya mempunyai potensi untuk berceramah dan menjadi mubaligh.²⁴ Saat berdakwah, dibutuhkan retorika-retorika supaya dakwah yang di sampaikan lebih mengena, efisien dan efektif terutama dalam

²² Ibid, hal. 89

²³ Zainul Maarif, *Retorika: Metode komunikasi publik*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 115

²⁴ Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika*, Bandung : CV. Pustaka Setia. 2018. Hal. 132-133

mensosialisasikan ajaran-ajaran agama Islam sehingga retorika yang baik harus dimiliki oleh seseorang yang hendak berdakwah.

Menurut Syekh Muhammad Abduh, umat yang dihadapi seorang muballigh itu dibagi menjadi tiga golongan, dan setiap golongan hendaknya dihadapi dengan cara yang berbeda pula.

2.2.5.1 Golongan cerdik-cendikiawan yang cinta kebenaran, berfikir kritis dan cepat tanggap. Mereka harus dihadapi dengan hikmah, yakni dengan alasan-alasan, dalil dan hujjah yang dapat diterima dengan akal mereka.

2.2.5.2 Golongan awam yakni orang yang belum berpikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian yang tinggi. Dakwah yang sesuai untuk golongan ini adalah mau'idzatul hasanah yaitu dengan ajaran dan didikan yang baik dan mudah dipahami.

2.2.5.3 Golongan yang tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan tersebut. Metode dakwahnya menggunakan mujadalah billati hiya ahsan, yakni dengan bertukar pikiran, guna mendorong mereka untuk berpikir secara sehat.

Oleh karena itu, tujuan retorika dalam kaitannya dengan dakwah adalah untuk mempengaruhi audiens. Sebagaimana dakwah sebagai sarana komunikasi menghubungkan, memberikan, dan menyerahkan segala gagasan, cita-cita dan rencana kepada orang lain dengan motif menyebarkan kebenaran sejati. Diantaranya menggunakan retorika untuk mempengaruhi orang lain agar membenarkan dan mengikuti apa yang diserunya.

Maka, dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah adalah keterampilan menyampaikan ajaran Islam secara lisan untuk memberikan pemahaman yang benar kepada kaum muslim, agar mereka dapat dengan mudah menerima seruan dakwah Islam.²⁵

2.2.6 Youtube

Youtube merupakan sebuah *website* yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah dari berbagai pihak. Video yang diunggah sangat beragam, seperti video klip, film pendek, trailer film, film televisi, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial sampai dengan video dakwah dan masih banyak lagi.

Adanya *Youtube* dimulai sejak bulan Februari 2005 lalu dengan tiga pendiri yakni *Chad Hurley*, *Steven Chen*, dan *Jawed Karim*. Markas besar *youtube* berada di San Bruno, California, Amerika Serikat.²⁶

²⁵ Ibid

²⁶ <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/> di akses pada tanggal 24 November 2018 pada pukul 09.30 WIB

