

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Retorika Dakwah

1. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah terdiri dari dua suku kata yaitu retorika dan dakwah. Adapun kata “retorika” berasal dari bahasa Yunani *rhetorikos* yang berarti kemahiran dalam berpidato, berkaitan dengan kata *rhetor* berarti pembicara publik, dan terkait pula dengan kata *rhema* berarti perkataan.⁹ Retorika sering dimaknai juga dengan keterampilan berbicara di depan publik atau public speaking.

Beberapa ahli mendefinisikan retorika secara beragam seperti Cleanth brooks dan Robert Pen Warren mendefinisikan retorika sebagai *the art of using language effectively* atau seni penggunaan bahasa secara efektif. Dari pengertian tersebut menunjukkan bahwa retorika memiliki pengertian luas yaitu penggunaan bahasa, bisa berbentuk lisan maupun tulisan.¹⁰

Aristoteles berpendapat bahwa retorika merupakan suatu penyingkapan cara-cara yang memungkinkan untuk persuasi di berbagai situasi.¹¹ Dari definisi itu, Aristoteles lebih menekankan pada tujuan retorika yaitu untuk mempersuasi khalayak sesuai kehendak pembicara.

⁹ Zainul Ma’arif, *Retorika, Metode dan Komunikasi Publik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 1.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 50.

¹¹ Zainul Ma’arif, *Retorika, Metode... h. 2.*

Jalaludin Rahmat mengemukakan bahwa retorika merupakan kepandaian seorang pembicara dalam menyusun komposisi kata-kata supaya muncul suatu kesan dalam diri khalayak.¹² Sedangkan Gorys Keraf mendefinisikan retorika sebagai suatu cara penggunaan bahasa sebagai seni, berdasarkan pada pengetahuan yang disusun secara baik.¹³

Adapun kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya panggilan, ajakan, seruan, dan undangan. Definisi itu seakan telah disepakati bersama oleh para ulama, tokoh dakwah, dan ahli bahasa.¹⁴ Sedangkan secara istilah beberapa ahli mendefinisikan dakwah sebagai berikut:

- a. Syeikh Ali Mahfudz mendefinisikan dakwah dengan “mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk dan menyuruh mereka berbuat makruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat”
- b. Menurut M. Arifin, “dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dalam berencana mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar supaya timbul suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan, terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan”.

¹² Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2020), h. 5.

¹³ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama,.)h 2.

¹⁴ Bahrum Subagia, *Fiqh Dakwah dan Pemikiran Dakwah di Indonesia*, (Bogor : Pustaka Melek, 2013), h. 4.

- c. Menurut A. Hasjmi, “dakwah Islamiyah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat islam yang terlebih dahulu di yakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri”.¹⁵

Berdasarkan uraian diatas secara konprehensif retorika dakwah didefinisikan sebagai seni berbicara di depan umum dalam menyampaikan pesan keagamaan dengan tujuan untuk mempengaruhi (persuasi) khalayak menuju jalan yang diridhai Allah, dengan berasarkan dalil *naqli* Al-Qur'an dan Hadist) dan *aqli* (akal pikiran manusia).

Secara substansif, dalam retorika dakwah seorang pendakwah hanya menunjukkan jalan menuju cahaya kebenaran melalui penyampaian pesan-pesan ilahi kepada manusia lainnya agar diikuti. Walaupun demikian otoritas dalam menggerakkan keimanan seseorang hanya milik tuhan. Namun demikian dalam upaya mengajak, pendakwah tetap memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi (persuasi) orang lain.¹⁶

Menurut KBBI persuasi diartikan sebagai suatu ajakan atau bujukan halus kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan. Metode untuk melakukan bujukan semacam itu adalah pembahasan retorika.¹⁷

¹⁵ Abdullah, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*, (Bandung : Citapustaka Media, 2015), h. 11.

¹⁶ Umdatul Hasanah, *Kualifikasi Da'i : Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 10, No 2, Desember 2020, h.259.

¹⁷ Zainul Ma'arif, *Retorika, Metode...* h. 2-3.

Salah satu filsuf ternama yaitu Aristoteles telah memberikan beberapa syarat yang harus dimiliki seseorang agar dapat mempengaruhi orang lain diantaranya:

- a. Seorang pembicara harus bisa meyakinkan pendengar bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, status terhormat, dan kepribadian yang terpercaya (*ethos*)
- b. Seorang pembicara harus menyentuh hati pendengar yaitu: perasaan, emosi, harapan, dan kasih sayang mereka (*pathos*).
- c. Seorang pembicara harus meyakinkan pendengar dengan mengajukan bukti, di sini ia mendekati audiens lewat akal (*logos*).¹⁸

2. Urgensi Retorika Dalam Dakwah

Seni dan kemampuan berbicara di hadapan khalayak ramai sangat dibutuhkan bagi setiap profesi baik guru, pengacara, manajer, dan tidak luput juga seorang da'i. Retorika sangat penting dipahami dan dikuasai terutama dalam ceramah demi kelancaran dakwah.

Banyak sekali ayat Al-Qur'an yang membimbing penggunaan retorika (*fannul khitabah*) yang baik demi kesuksesan dakwah. Dalam Al-Qur'an ditegaskan bahwa berdakwah harus menggunakan hikmah, keteladanan dan mujadalah dengan cara yang baik.¹⁹

Mujadalah dalam hal ini dipahami sebagai bentuk retorika (berdiskusi, berdebat, dan berargumentasi). Dengan retorika, seorang da'i akan mampu memahami kondisi mad'u sehingga ia dapat memilih strategi yang cocok, gaya bahasa yang tepat, serta materi yang relevan

¹⁸ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern...* h. 7.

¹⁹ Mohd. Rofiq, *Urgensi Retorika dalam Aktivitas Dakwah*, Jurnal Fitrah, Vol. 1, No. 1, 2015, h.142.

sesuai dengan kondisi yang dihadapi, sehingga dapat menambah tingkat keberhasilan dakwah.

3. Fungsi dan Tujuan Retorika Dakwah

Dalam aktivitas dakwah dibutuhkan strategi dan cara yang baik, benar dan jitu sehingga dakwahnya terasa indah, menarik dan mengena. Salah satu sarana yang paling efektif adalah menggunakan retorika, karna retorika diartikan sebagai seni berbicara dihadapan umum guna mempengaruhi (persuasi) orang lain.

Retorika dakwah berfungsi sebagai seni atau keterampilan dalam menyampaikan ajaran islam secara lisan guna memberikan pemahaman yang benar kepada khalayak agar mereka dapat dengan mudah menerima seruan dakwah Islam. Dengan demikian pemahaman dan prilaku jama'ah diharapkan dapat sesuai dengan tuntunan syariat Islam.

Adapun tujuan retorika dakwah menurut Agus Hermawan diantaranya agar mampu menguraikan berbagai macam konsep dakwah, mampu merancang strategi dan materi dakwah sesuai dengan situasi dan kondisi. Selain itu dengan retorika dakwah seorang da'i akan mampu mempraktikan berbicara didepan umum secara santun perkataannya, sopan prilakunya, benar isinya, dan baik dalam menyampaikannya.²⁰

4. Aliran dan Prinsip Dalam Retorika

Dalam perkembangannya terdapat tiga aliran dalam retorika : Epistimologi, yaitu kalangan yang menitik beratkan pada aspek pengaruh pesan yang disampaikan terhadap emosi dan perasaan khalayak. Elucasionis, yaitu kalangan yang berfokus membahas gaya

²⁰ Agus Hermawan, *Retorika Dakwah*, (Kudus : Yayasan Hj. Kartini, 2018), h.3.

dan teknis penyampaian seorang orator secara menarik yang tersusun dari gaya bahasa, intonasi suara, dan gesture atau gerak tubuh. Belles Lettres, yaitu kalangan yang menekankan pada aspek gaya bahasa lisan dan tulisan.²¹

Aristoteles kemudian merumuskan lima tahapan penyusunan pidato atau yang dikenal dengan prinsip-prinsip retorika (*the five canons of rhetoric*) yaitu:

- a. Penemuan (*inventio*), seorang pembicara dalam tahap ini harus menggali topik pembahasan yang akan disampaikan dan meneliti khalayak untuk mengetahui bagaimana metode persuasi yang tepat.
- b. Penyusunan (*dispositio*), Aristoteles dalam tahap ini menyebutnya sebagai taxis yaitu pembagian. Pesan harus dibagi dalam beberapa bagian yang berkaitan secara logis. Umdatul hasanah berpendapat dalam penyusunan pidato haruslah terdiri dari lima bagian yaitu : pembukaan, pengantar, materi, kesimpulan, dan penutup.
- c. Gaya (*elucatio*), seorang pembicara atau orator dalam tahap ini harus mempertimbangkan kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk mengemas pesannya. Aristoteles menyarankan agar menggunakan bahasa yang benar, tepat dan dapat diterima oleh khalayak.
- d. Ingatan (*memoria*), ditahap ini seorang pembicara harus mengingat materi yang akan disampaikan secara garis besarnya. Selain itu pembicara juga harus mengingat di mana, dengan siapa, dan dalam konteks apa ia berbicara.
- e. Penyampaian (*pronuntatio*), seorang pembicara pada tahap ini harus menyampaikan materinya secara verbal. Disinilah kualitas

²¹ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, (Serang : Media Madani, 2020),h. 24-25.

seorang pembicara diuji secara nyata. Pada tahap ini demosthenes berpendapat seorang pembicara harus memerhatikan olah suara, dan gerak badan sesuai dengan pesan yang disampaikan.²²

5. Jenis-Jenis Retorika

Dalam praktiknya, terdapat beberapa jenis retorika yang kerap kita jumpai diantaranya:

- a. Monologika, yaitu merupakan gaya bicara yang disampaikan oleh satu orang, seperti pidato, khutbah, sambutan, atau sejenisnya.
- b. Dialogika, yaitu seni berbicara yang memiliki lawan bicara atau berdialog, seperti diskusi dan tanya jawab.
- c. Pembinaan teknik berbicara, jenis ini lebih fokus pada pembinaan teknik bernafas, bina suara, teknik berbicara dan bercerita.

6. Tahapan-Tahapan Ceramah

Menurut Umdatul Hasanah, terdapat 5 tahapan dalam menyampaikan pesan dalam ceramah atau pidato yaitu :

- a. Pembukaan, dalam tahap ini seorang pembicara atau pendakwah mengawali ceramahnya dengan salam, penghormatan, pujian, dan shalawat.
- b. Pengantar, pada tahap ini seorang pendakwah memberikan beberapa untaian kata yang berisi pengantar terkait materi yang akan disampaikan untuk membangun kedekatan dan memberikan pemahaman awal di benak pendengar.
- c. Materi, tahap penyampaian materi merupakan tahap inti dimana seorang penceramah menyajikan materinya secara jelas dan

²² Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern...* h. 12.

menarik. Seorang pendakwah harus betul-betul menguasai materi yang akan disampaikan.

- d. Kesimpulan, yaitu berisi garis besar kesimpulan dari materi yang disampaikan secara singkat agar dapat diingat oleh pendengar.
- e. Penutup, dalam tahap ini penyampaian pidato atau ceramah ditutup dengan salam.²³

B. Macam-Macam Gaya Retorika

Gaya merupakan kajian yang dikembangkan oleh salah satu aliran retorika *elokusionis*, yaitu aliran yang menitik beratkan pada aspek keindahan dalam berpidato terutama pada tataran gaya bahasa. Pada tahap ini seorang pembicara dalam berpidato atau berceramah tidak hanya terpaku pada pesan yang disampaikan melainkan bagaimana ia memilih tata bahasa, intonasi suara, penampilan dan pakaian, serta *gesture* yang sesuai dengan pesan yang disampaikan.²⁴ Adapun gaya retorika secara umum terdiri dari tiga macam yaitu :

1. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan cara seorang pembicara dalam menggunakan bahasa untuk mengungkapkan suatu kalimat. Dari gaya bahasa, karakteristik seorang pembicara bisa dilihat baik dari segi pendidikan, daerah, lingkungan, maupun sifatnya.²⁵

Menurut Gorys Keraf gaya bahasa tidak hanya mempersoalkan mengenai kata dan kalimat, namun keseluruhan bahasa komunikator (pembicara) dalam menyampaikan pidato yang meliputi pemilihan kata dengan frasa, klause, kalimat bahkan sebuah wacana. Ia juga

²³ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah...* h. 26.

²⁴ Susandi, *Retorika Sebuah Pengantar*, (Jogjakarta : Pitaloka, 2018), h.15-16.

²⁵ Dhanik Sulistyarini & Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, (Serang : CV. A.A. Rizky, 2020), h. 71.

berpendapat bahwa gaya bahasa harus mengandung tiga unsur yaitu kesopanan, Kejujuran, dan menarik.²⁶

Gorys Keraf juga menambahkan gaya bahasa terdiri dari beberapa bentuk diantaranya :

a. Gaya Bahasa Berdasarkan Pemilihan Kata

Gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata mempersoalkan pemilihan kata mana yang tepat dan berkesesuaian dengan situasi-situasi tertentu. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata selalu menjadi persoalan sehingga dibedakan menjadi beberapa hal diantaranya :

1). Resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dengan bentuk lengkap yang digunakan dalam kesempatan acara resmi, seperti acara kenegaraan dan pidato-pidato penting lainnya. Gaya bahasa resmi memanfaatkan kata-kata yang ada, nada, tata bahasa, tata kalimat dan pemilihan kata sehingga dalam penyampaiannya, tidak membingungkan komunikan (pendengar).²⁷

Gaya bahasa resmi diibaratkan seperti pakaian yang sangat ketat. Pemilihan kata harus serius dan ketat, serta menggunakan kalimat yang cenderung panjang.²⁸

2). Tidak Resmi

Gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar dan bukan untuk peristiwa resmi. Gaya bahasa tidak resmi biasanya digunakan dalam acara

²⁶ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, h. 113-115.

²⁷ Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.117.

²⁸ Zainul Maárif, *Retorika Dakwah...* h.145 .

perkuliahan, karya tulis, buku pegangan dan lainnya bersifat umum. Singkatnya gaya bahasa tidak resmi biasa digunakan pada acara nonformal.²⁹

Gaya bahasa tidak resmi diibaratkan seperti baju kerja. Penggunaan diksi lebih longgar, lebih sanai, serta kalimat yang digunakan cenderung pendek.

3). Percakapan

Gaya bahasa percakapan adalah gaya bahasa dengan pemilihan kata populer dan kata-kata percakapan yang ditambah dengan segi-segi morfologis dan sintaksi sehingga terbentuklah gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa percakapan ini terus berkesinambungan dan dapat dibentuk berdasarkan kebiasaan-kebiasaan.³⁰

Gaya bahasa percakapan diibaratkan seperti pakaian sport. Perhatikan kata dan kalimatnya cenderung singkat dan seolah-olah terdengar seperti tidak ada pemisah antara kalimat satu dengan lainnya.³¹

b. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sering kali sugesti ini akan lebih nyata bila diikuti dengan sugesti suara dan pembicara, jika sajian dihadapi adalah bahasa lisan.³² Gaya bahasa berdasarkan nada dibagi menjadi tiga yaitu :

²⁹ Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.118.

³⁰ Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.120.

³¹ Zainul Ma'arif, *Retorika Dakwah...* h.145 .

³² Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.121.

- 1). Gaya sederhana, gaya ini cocok digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahaan, dan sejenisnya. Oleh karenanya untuk menggunakan gaya ini secara efektif, seorang pembicara atau pendakwah haruslah memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup.
- 2). Gaya mulia dan bertenaga, gaya ini penuh dengan vitalitas dan energi yang biasanya digunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja menggunakan vitalitas dan tenaga pembicara, tetapi juga dapat menggunakan nada keagungan dan kemuliaan. Nada yang agung dan mulia akan sanggup 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 mampu menggetarkan jiwa pendengar atau pembaca.
- 3). Gaya Menengah, gaya menengah adalah gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai, karena tujuannya adalah menciptakan suasana yang senang dan damai, maka nadanya bersifat lemah lembut dan penuh kasih sayang.³³

c. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Struktur suatu kalimat dapat dijadikan sebagai landasan untuk menciptakan gaya bahasa. Struktur kalimat digunakan untuk mengetahui bagaimana tempat sebuah unsur kalimat yang

³³ Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.122.

dipentingkan dalam kalimat tersebut.³⁴ Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat terdiri dari dari beberapa bagian yaitu :

1). Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan dan 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 dan beberapa gagasan yang berturut-turut semakin tinggi kepentingannya, maka ia disebut anabasis.³⁵

2). Antiklimaks

Antiklimaks dihasilkan oleh kalimat yang berstruktur mengendur. Antiklimaks sebagai gaya bahasa merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dan yang terpenting berturut-turut ke gagasan yang kurang penting. Antiklimaks sering kurang efektif karena gagasan yang penting ditempatkan pada awal kalimat, sehingga pembaca atau pendengar tidak lagi memberi perhatian pada bagian-bagian berikutnya dalam kalimat itu.³⁶

3). Repetisi

Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Dalam bagian ini hanya

³⁴ Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.124.

³⁵ Dhanik & Anna, *Buku Ajar...* h.76.

³⁶ Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.125.

akan dibicarakan repetisi yang berbentuk kata atau frasa atau klausa. Karena nilainya dianggap tinggi, maka dalam oratori timbullah bermacam-macam variasi repetisi antara lain:

- a). Epizeuksis merupakan kata penting yang diulang-ulang pada satu kalimat.
 - b). Tautotes sebuah kata di ulang-ulang dalam bentuk lain di suatu kalimat.
 - c). Anafora pengulangan kata pertama diawal baris atau kata berikutnya.
 - d). Epistrofa pengulangan kata akhir atau baris berikutnya.
 - e). Simploke pengulangan awal dan akhir kata di beberapa kalimat beruntut.
 - f). Mosodiplosis pengulangan kata ditengah beberapa kalimat tersebut.
 - g). Epanalepsis kata diawal kalimat di diulang diakhir kalimat.
 - h). Anadiplosis kata terakhir kalimat di awal dikalimat berikutnya.³⁷
- 4). 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 lahir dan struktur kalimat yang berimbang.

³⁷ Gorys Keraf, *Diksi dan...* h.127.

2. Gaya Suara

Gaya ini merupakan seni dalam berkomunikasi untuk memikat perhatian audiens. Gaya suara disebut juga olah vokal yaitu mengubah bunyi menjadi kata, ungkapan, atau kalimat. Tetapi cara seseorang mengeluarkan suara dapat memberikan makna tambahan bahkan dapat membelokan makna kata, ungkapan, atau kalimat. Oleh karenanya dalam gaya suara dibutuhkan kejelasan (*intelligibility*) dan keragaman (*variety*).³⁸

Kejelasan dalam melafalkan suatu kata sangat penting untuk menghindari kesalahpahaman pemaknaan. Namun demikian karakteristik yang sangat mempengaruhi makna adalah keragaman. Keragaman terdiri dari beberapa bagian yaitu :

a. Pitch

Pitch adalah tinggi rendahnya suara seseorang pembicara. Dalam ilmu musik, pitch disebut dengan tangga nada. Biasanya ada suara pembicara yang terlalu tinggi dan ada juga yang terlalu rendah ataupun bervariasi (rendah, sedang dan tinggi), sesuai dengan penghayatan terhadap materi pembicaraan.

Dalam berbicara pitch suara tidak boleh terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Tetapi yang enak di gunakan, sehingga disetiap pembicaraan harus mempelajari berbagai variasi dalam pitch untuk menghasilkan irama yang menarik.³⁹

Seseorang menggunakan pitch dalam suaranya cenderung untuk menekankan arti dalam pesan atau untuk menunjukkan sesuatu yang bermakna. Dalam bahasa tonal terdapat beberapa macam pitch diantaranya :

³⁸ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern...*h.79-80.

³⁹ Dhanik & Anna, *Buku Ajar...* h.77-78.

- 1). Nada naik atau tinggi umumnya diberi tanda naik ke atas (↑).
- 2). Nada turun umumnya diberi tanda garis menurun (↓)
- 3). Nada datar yang biasa diberi tanda (↔).

b. Rate dan Ritma

Rate dan ritma adalah kecepatan yang mengukur cepat lambatnya irama suara. Hal tersebut selalu berkaitan dengan ritma dan irama. Seorang pembicara harus memperhatikan masalah ini dengan baik. Mereka harus mengatur kecepatan dan menyelaraskan suara dengan irama. Suara yang disampaikan terlalu cepat atau terlalu lambat akan menyulitkan pendengar dalam menangkap isi pesan.⁴⁰

Rate akan di kontrol oleh pause (penghentian). Oleh karena itu seorang komunikator ada kalanya harus berhenti sejenak untuk memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mencerna dan memahami maksud dari pesan yang telah disampaikan.

c. Pause atau Jeda

Pause atau jeda dapat di golongan sebagai bagian dari rate atau kecepatan. Pause juga berfungsi sebagai hentian yang digunakan untuk mengatur pikiran dengan memperhatikan tanda baca pada suatu kalimat. Dengan adanya jeda pada setiap kata, kalimat, atau gagasan, akan mempermudah khalayak dalam mencerna apa yang pembicara sampaikan.⁴¹

Jeda yang singkat berguna untuk titik pemisah dari satu kesatuan pikiran, atau memodifikasi ide seperti koma dalam sebuah tulisan. Sifat jeda terbagi menjadi dua yaitu bersifat penuh dan bersifat sementara. Biasanya hal tersebut dibedakan antara sendi

⁴⁰ Dhanik & Anna, *Buku Ajar...* h.77-78.

⁴¹ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern...* h.83.

dalam yang menunjukkan batas antara satu silabel dengan silabel yang lain.⁴²

Tekanan dan jeda dalam kalimat bahasa Indonesia sangat penting, karena jika salah dalam menggunakan jeda atau penekanan akan dapat merubah makna pada kalimat. Disebut sendi dalam ketika suatu kalimat diberi tanda tambah (+), dan dikatakan sendi luar dapat menunjukkan batasan yang lebih besar dari segmen dan dapat dibedakan menjadi beberapa hal, diantaranya :

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

3. Gaya Gerak Tubuh

Penyampaian retorika selain menggunakan gaya bahasa, dan gaya suara, perlu juga gerak tubuh. Gerak tubuh membantu untuk menguatkan bunyi vokal, menguatkan ucapan seorang komunikator. Dalam beretorika gerakan fisik berguna untuk tiga hal diantaranya dalam menyampaikan makna, menarik perhatian, dan menumbuhkan kepercayaan diri seorang komunikator.⁴³ Kemudian gerak tubuh dalam beretorika terdiri empat hal, diantaranya:

a. Sikap Badan

Sikap badan sangat diperlukan dalam berbicara karena sikap badan merupakan penentu keberhasilan sebuah ceramah/berpidato. Komunikasi akan lebih efektif bila seorang pembicara dapat dilihat oleh para pendengarnya. Oleh karena pembicara harus mengatur sikap badan yang sesuai dengan kondisi tertentu misalnya berdiri

⁴² Dhanik & Anna, *Buku Ajar...* h.80-81.

⁴³ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern...*h.86.

menghadap khalayak atau duduk sejajar bila kondisi memungkinkan.⁴⁴

b. Penampilan dan Pakaian

Seorang komunikator selain memperhatikan sikap tubuh juga masalah pakaian, karena pakaian merupakan bagian dari seorang komunikator. Bila seorang komunikator dalam berpakaian kurang pantas berarti dirinya belum pernah tampil didepan umum. Sebagian dari kita ada yang berpendapat bahwa pakaian akan menampahi kewibawaan, namun sangat disayangkan banyak sekali para pendakw'i di Indonesia ini yang kurang memperhatikan pentingnya gaya berpakaian.⁴⁵

c. 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.⁴⁶

Dalam berceramah atau pidato, penggunaan gerakan tangan menjadi faktor pendukung dalam menyampaikan pesan materi. Hal tersebut dapat membuat gambar abstrak dari materi yang disampaikan. Walaupun begitu, pembicara tidak boleh salah dalam menggunakan gerakan tangan karena bila salah akan menjadi tawaan bagi para pendengar.

⁴⁴ Susandi, *Sebuah Pengantar Retorika*, () h.79.

⁴⁵ Dhanik & Anna, *Buku Ajar...* h.82.

⁴⁶ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern...* h.85-86.

d. 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 berretorika sangat menentukan, karena mata dapat mengeluarkan magis yang dapat mengendalikan dan mengarahkan perhatian komunikan.⁴⁷

C. Retorika Dakwah Dalam Youtube

Berkembangnya teknologi informasi melahirkan berbagai inovasi baru, salah satunya adalah youtube. Youtube merupakan media baru berbasis *content share*, yaitu sebuah situs media yang memberikan layanan berbagi konten dengan sesama pengguna dalam berbagai bentuk format video, gambar, hingga teks. Dalam youtube pengguna dapat berbagi, menonton, serta membuat video secara gratis. Pengunjung dapat mengupload, menciptakan chanel, serta bergabung dengan komunitas lain apabila sudah mempunyai akun youtube.⁴⁸

Kemudian pengguna yang telah membuat channel youtube dapat mengunggah berbagai jenis konten video sesuai dengan kehendaknya tanpa ada batasan durasi tayangan maupun jumlah video. Jika video tersebut mendapatkan sambutan baik, maka jumlah *viewers* (penonton) dan *subscriber* (pengikut) akan bertambah, sehingga akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam setiap videonya sehingga pemilik

⁴⁷ Susandi, *Sebuah Pengantar...* h. 86.

⁴⁸ Edi Chandra, *Youtube, Citra media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol. 1, No. 2, h. 406.

video akan mendapatkan komisi sesuai dengan ketentuan yang berlaku layaknya sebuah televisi.⁴⁹

Dari berbagai jenis konten video dalam youtube, ceramah merupakan salah satu jenis konten yang paling banyak digemari oleh para pengguna youtube, hal ini terbukti dari akun channel youtube milik seorang da'i bernama Das'ad Latif yang telah memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,11 juta subscriber dan video-videonya telah ditonton jutaan kali.⁵⁰ Hal ini membuktikan bahwa dakwah sangat disambut dengan baik oleh para pengguna youtube, terlebih dakwah yang menggunakan retorika perkataan yang lembut, menjunjung persatuan, dan cara penyampaian yang menarik.

Kehadiran youtube dalam satu sisi menjadi peluang besar bagi perkembangan dakwah islam, yaitu syi'ar Islam dapat dengan mudah disebarluaskan hingga menyentuh berbagai lapisan masyarakat yang dulu tidak pernah dijamah jika melalui dakwah konvensional. Selain itu subjek atau pelaku dakwah juga semakin terbuka, jika dulu hanya orang-orang "bernama" yang menguasai media sesuai dengan selera media. Namun kini setiap orang bisa menjadi pendakwah selama memiliki banyak pengikut.⁵¹

Youtube juga merupakan sarana media sosial yang paling banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh para da'i sebagai sarana penyampaian dakwah yang dianggap lebih efektif dan fleksibel yang dapat diakses kapan dan dimana saja. Selain itu daya tarik para da'i menggunakan youtube sebagai media dakwahnya ialah fitur iklan yang menghasilkan

⁴⁹ Eribka Ruthellia David, Dkk., *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, E-Journal Acta Diurna, Vol. VI, No. 1, h. 7.

⁵⁰ <https://www.youtube.com/c/DasadLatif/>, diakses pada tanggal 04 desember 2021, pukul 23.55 WIB.

⁵¹ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah...* h.187.

uang.⁵² Bukan hanya menyampaikan dakwah secara luas tapi juga mendapatkan pundi-pundi uang yang nanti uang itu bisa dimanfaatkan sesuai dengan kehendak da'i tersebut.

Selain itu terdapat banyak pula para da'i yang berkompeten, menguasai retorika dakwah yang baik, memiliki kapasitas keilmuan yang mumpuni menjadi populer dan digemari masyarakat berkat kebijakan mereka dalam menggunakan youtube sebagai media dakwahnya. Para da'i yang namanya melejit karna media youtube diantaranya Ustadz Abdul Shomad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Khalid Basallamah, Gus Baha, tidak luput juga Ustadz Das'ad Latif, dan para da'i lainnya. Mereka semua merupakan para dai yang berkompeten dan memiliki otoritas keilmuan dalam menyebarkan dakwah islam.

Disamping melahirkan da'i yang kredibel dan otoritatif, youtube juga melahirkan da'i baru yang abal-abal, tidak jelas rekam jejaknya, diragukan etos dan kapabilitasnya, dan bahkan kerap menggunakan retorika cacian dan hinaan yang tidak pantas dalam bahasa dakwah sehingga dakwah melalui youtube akan kehilangan kontrol yang pada akhirnya dapat mereduksi makna dakwah itu sendiri. Oleh karnanya dalam upaya agar dakwah tetap berjalan sesuai pada jalurnya, maka kredibilitas dan kapasitas keilmuan menjadi hal yang sangat urgen yang harus dimiliki setiap da'i.⁵³

⁵² Ricka Handayani, *Youtube Sebagai Media Komunikasi Dakwah Di Tengah Pandemi*, Jurnal Hikmah, Vol. 15, No. 1, Juni 2020, h. 134.

⁵³ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah...* h.189.