

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Retorika berasal dari bahasa Yunani “*rhetor*” yang dalam bahasa Inggris sama dengan “*orator*” artinya orang yang mahir berbicara di hadapan umum. Dalam bahasa Inggris ilmu ini banyak dikenal dengan “*rhetorics*” artinya ilmu pidato di depan umum (berbicara). Menurut Corax Retorikus pertama yang mengadakan studi retorika adalah kecakapan berpidato di depan umum, sedangkan menurut Plato retorika adalah merebut jiwa manusia melalui kata-kata.¹

Retorika sendiri dapat diartikan berdasarkan beberapa hal. Menurut bahasa retorika memiliki arti ilmu berbicara. Istilah retorika pada awalnya diperkenalkan oleh Aristoteles. Pada saat ini retorika dalam berbagai aspek kehidupan hal ini meliputi kesenian, jurnalistik, politik, ekonomi, pendidikan, dan lain-lain. Penulis dan pembicara tentunya akan memilah ungkapan agar dapat menarik perhatian lawan tutur (pembaca dan pendengar). Dalam hal ini mereka menggunakan kemampuan retorika untuk mencapai tujuan tersebut.²

Retorika adalah hal dasar yang tidak dimiliki oleh setiap manusia. Retorika adalah kemampuan manusia dalam berkomunikasi. Setiap manusia diajari untuk berkomunikasi sejak dini baik oleh orang tua atau orang-orang terdekat. Seiring berjalannya waktu kemampuan berkomunikasi semakin meningkat dan

¹A. Sunarto As, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2.

²Dhanik Sulistyarini, Anna Gustina Zainal, *Retorika*, (Banten: CV. AA RIZKY, 2020), 7.

semakin bisa dipahami. Retorika adalah salah satu ilmu mengenai komunikasi yang dilakukan manusia khususnya komunikasi lisan.

Retorika memiliki tujuan yang bermacam-macam diantaranya retorika digunakan untuk memberikan penjelasan atau gambaran secara jelas guna memberikan pemahaman yang baik kepada pendengar. Juga, retorika bisa digunakan untuk meyakinkan, menghibur, dan bisa digunakan untuk menimbulkan inspirasi seseorang. Jadi, bergantung tujuan dari setiap perorangan dalam beretorika.

Pada zaman dulu retorika hanya dipahami sebagai kemampuan berpidato, bukan sebagai disiplin ilmu. Kaum sofis menafsirkan retorika sebagai alat untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan kepandaian dan keahlian berbicara. Hal ini membuat konotasi negatif mengenai retorika mulai merebak di masyarakat. Masyarakat meyakini bahwa retorika hanya alat untuk bersilat lidah dan debat kusir. Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan, kini retorika sudah dipandang sebagai disiplin ilmu bukan hanya berlandaskan pada metode-metode kohersif atau asumsi.³

Jadi, retorika merupakan pengetahuan tentang keterampilan dalam berbicara. Menurut penjelasan di atas, orang yang memiliki retorika yang baik pasti mempunyai ungkapan atau kalimat yang baik pula untuk mempengaruhi lawan tutur. Retorika di zaman sekarang sering digunakan untuk persuasif kepada seseorang untuk mempengaruhi lawan bicara agar mengikutinya.

³Aly Fikry, *Representasi Konsep Retorika Persuaf Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia*, (*Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*, Vol. 5, No. 3, Maret 2020), 138.

Persuasi merupakan kesenian berbicara untuk mempengaruhi seseorang agar mengikuti apa yang dia katakan.⁴ Persuasi merupakan suatu proses dimana hal tersebut melibatkan banyak unsur yang saling terkait. Unsur yang dimaksud memiliki kaitan dengan lainnya yang mana hal tersebut berlangsung secara bersamaan dalam menemukan ruang gerak baru.⁵ Menurut Burgon & Huffner memberikan penjelasan pada tahun 2002. Penjelasan ini mengenai proses dan tujuan komunikasi persuasif.

Tujuan yang dimaksud disini untuk mempengaruhi pandangan orang lain agar sesuai dengan apa yang diinginkan.⁶ Jadi, persuasif merupakan sifat bujukan bukan paksaan yang digunakan komunikator untuk mempengaruhi lawan tuturnya. Untuk mempengaruhi lawan tuturannya komunikator harus menunjukkan bukti-bukti meskipun tidak setegas yang di argumentasikan.

Setiap orang terkadang menyamakan antara persuasi dan argumentasi yang kedua hal tersebut sangat berbeda. Argumentasi ditandai dengan usaha membuktikan suatu kebenaran dalam proses penalaran penutur, adapun persuasi adalah suatu keahlian untuk mendapatkan suatu kesimpulan.⁷ Juga, dalam persuasif mempunyai empat unsur komunikasi persuasif yaitu persuader, persuadee, pesan persuasif, dan tujuan komunikasi.⁸ Persuasi hadir dengan tiga syarat, hal ini dijelaskan dalam buku *Rhetoric* karangan aristoteles. Pertama, sifat dan kemampuan pembicara. Syarat selanjutnya

⁴Aristoteles, "*Retorika Seni Berbicara*", (Yogyakarta: Basa Basi, 2018), 20.

⁵Ezi Hendri, "*Komunikasi Persuasif*", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 06

⁶Ira Mirawati, "*Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital*", (Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Volume 9 Nomor 1), 60.

⁷Gorys Keraf, "*Argumentasi dan Narasi*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 120.

⁸Lina Masruroh, "*Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*", (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), 39.

merupakan pengolahan emosi lawan tutur oleh penutur dan terakhir, bukti dan fakta yang diperlukan untuk membuktikan suatu kebenaran.⁹ Semua itu merupakan hal-hal dasar yang harus dipenuhi dalam persuasi, jika salah satunya tidak terpenuhi maka pihak pembicara tidak akan bisa mempengaruhi lawan bicara.

Media sosial atau media *online*, merupakan sarana berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan. Hal ini meliputi fitur blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Bagian-bagian media sosial tersebut merupakan hal yang paling umum digunakan oleh masyarakat.¹⁰ Media sosial sering kali digunakan setiap manusia untuk melakukan komunikasi antar daerah dan negara lain, sampai saat ini perkembangan media sosial sangat meningkat di kalangan masyarakat dengan berkembangnya dunia aplikasi yang sangat lengkap, seperti aplikasi *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan lain-lain. Aplikasi *YouTube* yang keberadaannya saat ini sangat bermanfaat bagi masyarakat yang bisa dijadikan sebagai aplikasi untuk meningkatkan pekerjaannya, juga untuk mempelajari sesuatu yang diinginkan oleh penggunanya. Juga, *YouTube* sebagai media informasi berbagai berita terkini dan konten-konten bermanfaat yang sangat lengkap di berbagai kanal *YouTube*. Seperti dalam kanal *YouTube* yang dimiliki oleh Deddy Corbuzier yang bernama "*Close The Door*" yang biasa dikemas dalam acara podcast. Deddy Corbuzier mempunyai ciri khas lain terhadap kanal *YouTubanya* yang sangat berbeda dengan *YouTuber* lainnya agar bervariasi dan terdapat makna yang bisa diambil oleh penonton.

⁹Gorys Keraf, "*Argumentasi dan Narasi*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 121.

¹⁰Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, Jouke J Lasut, "*Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*" (JURNAL ILMIAH SOCIETY ISSN : 2337 – 4004 Jurnal Volume 2 No. 1 Tahun 2022), 02.

Dalam kanal *YouTube* Deddy Corbuzier bukan hanya sebagai media informasi dan komunikasi, podcast “*Close The Door*” juga digunakan sebagai media persuasif dan toleransi antar agama lain. Salah satu podcastnya saat bulan ramadhan dengan nama “*Login*” yang diperani oleh Habib Ja’far dengan kemampuan beretorika yang sangat baik dan kemampuan persuasif yang mudah mempengaruhi lawan bicaranya. Konten tersebut banyak menarik perhatian khalayak umum karena dapat memberikan informasi bermanfaat dan toleransi yang kuat antar agama lain. Penelitian ini sangat penting untuk diteliti karena melihat fenomena yang terdapat dalam kanal *YouTube* Deddy Corbuzier dengan tema podcast “*Login*”, peneliti sangat tertarik untuk meneliti tuturan persuasif yang dilakukan Habib Ja’far. Peneliti tertarik karena dalam program yang diadakan pada bulan ramadhan itu, tamu yang diundang merupakan seorang pendeta atau orang-orang yang bertolak keyakinannya dengan Habib Ja’far. Sehingga nantinya pembaca dapat mengetahui tuturan persuasif yang terdapat dalam kanal *YouTube* Deddy Corbuzier.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, dapat dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tuturan persuasif Habib Ja’far dalam perspektif retorika demonstratif pada kanal *YouTube* Deddy Corbuzier “*Close The Door*”?
2. Apa saja dasar-dasar tuturan persuasif Habib Ja’far dalam perspektif retorika demonstratif pada kanal *YouTube* Deddy Corbuzier “*Close The Door*”?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, peneliti mempunyai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tuturan persuasif Habib Ja'far dalam perspektif retorika demonstratif pada kanal *YouTube* Deddy Corbuzier “*Close The Door*”.
2. Untuk mengetahui dasar-dasar tuturan persuasif Habib Ja'far dalam perspektif retorika demonstratif pada kanal *YouTube* Deddy Corbuzier “*Close The Door*”.

C. Kegunaan Penelitian

Sebagaimana penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat atau kegunaan, baik secara teoretis maupun secara praktis. Adapun penjelasannya yaitu:

1. Kegunaan teoretis

Kegunaan atau manfaat penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan ilmu dalam bidang retorika. Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat digunakan untuk menambah informasi bagi mahasiswa dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian- penelitian berikutnya yang berfokus pada retorika serta dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi peneliti

Dalam hal ini, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan kemampuan berfikir. Selain itu, penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan yang dapat digunakan di lapangan khususnya ketika berretorika.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai penambahan ilmu pengetahuan baru dan kemampuan berfikir sehingga dapat membantu dalam menjadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

D. Definisi Istilah

Untuk menjelaskan beberapa definisi istilah, peneliti perlu menjabarkan mengenai definisi istilah yang ada. Adapun definisi istilah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tuturan Persuasi

Tuturan persuasi merupakan suatu ucapan atau pembicaraan secara lisan yang mengandung sebuah ajakan kepada lawan bicara dengan tujuan mempengaruhi dan mengajak untuk mengikuti keinginan penutur dengan menciptakan kesepakatan melalui kepercayaan atau keyakinan.

2. Retorika Demonstratif

Retorika demonstratif merupakan seni dalam berkomunikasi atau berbicara, yang dilakukan oleh seseorang kepada sejumlah orang secara langsung dengan bertatap muka yang bersifat memuji atau

menjatuhkan dengan mempertunjukkan secara mencolok dengan tujuan untuk memperkuat sifat baik dan sifat buruk seseorang.

3. *YouTube*

YouTube adalah sebuah aplikasi sosial media yang digunakan masyarakat untuk menonton berbagai video, mulai dari film, hiburan, video klip musik, materi pembelajaran, resep memasak, dan lainnya. Bukan hanya untuk menonton, *YouTube* juga bisa digunakan untuk mengunduh, mengupload, dan membagikan video.

E. Kajian Terdahulu

Penelitian Sebelum peneliti melakukan penelitian ini tentu saja sudah ada penelitian terdahulu. Tujuan penelitian terdahulu yaitu untuk menemukan tolak ukur terhadap fokus pembahasan yang akan dibahas oleh peneliti. Selain itu penelitian terdahulu juga dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengadakan pendekatan terhadap masalah yang diteliti. Dalam penelitian terdahulu ini, peneliti menyajikan beberapa penelitian yang dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan terhadap penelitian penulis, diantaranya:

Penelitian pertama dilakukan oleh Ali Fikry yang berjudul "Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia". Penelitian ini membahas tentang retorika persuasif dalam pidato Ismail Haniyah untuk umat Islam Indonesia. Penelitian tersebut bertujuan untuk menemukan dan menjelaskan konsep retorika persuasif yang ada pada pidato tersebut. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik menonton, menyimak, serta

mencatat. Adapun hasil dari penelitian ini, setidaknya terdapat 19 temuan data yang berkaitan dengan retorika persuasif dalam pidato Ismail Haniyah untuk umat Islam Indonesia. Dari 19 temuan data tersebut, 6 diantaranya berkaitan dengan jenis retorika persuasif yang mencakup keseluruhan jenis. Sedangkan 13 sisanya berkaitan dengan konsep *Five Canon of Rhetoric* berdasarkan perspektif Aristoteles.¹¹

Meskipun memiliki persamaan, tentunya pasti terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada objek yang akan diteliti. Dalam penelitian terdahulu ini, objek penelitiannya adalah pidato Ismail Haniyah. Sedangkan objek penelitian penulis sendiri yaitu terdapat pada sebuah tayangan di *YouTube*.

Penelitian kedua dilakukan oleh Asriadi dengan judul "Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah". Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengolahan atau gaya bahasa yang digunakan dalam menyampaikan suatu pesan dalam bentuk pidato, ceramah, dan lainnya. Akan tetapi, dalam penelitian terdahulu ini lebih memfokuskan retorika sebagai ilmu komunikasi dalam berdakwah. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan.¹²

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian yang ditulis oleh Asriadi yaitu terletak pada metode yang digunakan. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik simak dan catat. Objek yang

¹¹Aly Fikry, *Representasi Konsep Retorika Persuatif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia*, (*Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*, Vol. 5, No. 3, Maret 2020), 144.

¹²Asriadi, "Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah", (*Jurnal: Al-Munzir*), Vol. 13, No. 1, Mei 2020, 89.

digunakan oleh penulis juga berbeda dengan penelitian terdahulu ini. Objek yang digunakan oleh penulis adalah media sosial *YouTube*.

Penelitian ketiga diteliti oleh Ira Mirawati dengan judul "Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif pada Penelitian *E-commerce* di Era Digital". Penelitian ini membahas tentang teori komunikasi persuasif yang sering digunakan dalam kasus *E-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan teori komunikasi persuasif yang berkembang di era modern seperti sekarang. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif.¹³

Perbedaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada metode yang digunakan. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik yang digunakan yaitu simak dan catat. Objek yang digunakan pun berbeda dengan penelitian terdahulu ini. Peneliti menggunakan objek media sosial tayangan *YouTube*.

Dapat diambil kesimpulan bahwa dari semua penelitian terdahulu di atas, ketiganya sama-sama membahas tentang retorika persuasif. Dimana peneliti disini juga membahas tentang hal tersebut.

¹³Ira Mirawati, "Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian *E-Commerce* Di Era Digital", (Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Volume 9 Nomor 1), 60.

F. Kajian Pustaka

1. Kajian Teoretis tentang Tuturan

a. Pengertian Tuturan

Tuturan merupakan sebuah kalimat yang terbentuk dari kata-kata dan sistem tata bahasa, yang memiliki arti saling berhubungan dengan fitur linguistik tetapi juga fitur non linguistik yang akan mendampingi.¹⁴ Tuturan adalah suatu ucapan atau ungkapan yang dilontarkan oleh seseorang dalam suatu kegiatan berkomunikasi. Manusia secara kodrat adalah manusia sosial yang selalu terlibat dalam komunikasi. Bisadikatakan, tuturan merupakan sarana dalam berkomunikasi. Jika tidak ada tuturan yang disampaikan, maka akan dipastikan komunikasi tersebut tidak akan terlaksana secara sukses. Sedangkan pengertian tindak tutur sendiri merupakan tuturan yang mengandung niat, dan nantinya mempunyai dampak terhadap lawan tutur atau pendengarnya.¹⁵

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa tuturan merupakan suatu bentuk ucapan atau ujaran yang berbentuk sebuah kata-kata atau kalimat yang digunakan manusia sebagai sarana untuk berkomunikasi. Ujaran berperan sebagai cara berkomunikasi sangat

¹⁴Gusti Ayu Vina Widiadnya. *Mengupas Makna dalam Komunikasi Verbal*. (Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2021), 7.

¹⁵Akhmad Saifudin. "Teori Tindak Tutur dalam Studi Linguistik Pragmatik". *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*. Universitas Dian Nuswantoro. Volume 15 Nomor 1, Maret 2019. 15.

mempengaruhi kehidupan kita.¹⁶ Jika tuturan yang disampaikan seseorang dapat ditangkap dan dimengerti dengan baik oleh lawan tutur, maka akan terjalin suatu komunikasi yang baik juga. Tetapi, jika tuturan yang disampaikan tidak dapat ditangkap dan dimengerti oleh lawan tutur, maka tidak akan terjadi komunikasi yang baik.

b. Konteks Tuturan

Semua bagian fisik atau setting sosial yang relevan dari tuturan yang bersangkutan disebut konteks, sedangkan bagian fisik disebut koteks. Semua latar belakang pengetahuan yang dipahami oleh penutur dan lawan tutur pada dasarnya termasuk dalam konteks pragmatik.¹⁷

Jadi, dalam konteks tuturan ini merupakan suatu situasi yang berhubungan dengan suatu kejadian. Tuturan yang disampaikan dalam konteks tuturan merupakan suatu bagian kalimat atau uraian yang mendukung dan menambah kejelasan makna.

c. Tuturan sebagai Bentuk Tindakan atau Aktivitas

Tuturan atau ucapan yang melakukan sesuatu disebut tindakan. Mengatakan sesuatu yang dapat dianggap sebagai melaksanakan tindakan. Tuturan tidak merupakan abstrak seperti tata bahasa dalam hal ini. Tuturan sebagai hal konkret dan jelas antara penutur dan lawan bicaranya, serta waktu dan tempatnya.¹⁸

¹⁶Henry Guntur Tarigan, "*Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*" (Bandung: Angkasa, 2013), 9.

¹⁷Eva Eri Dia, *Analisis Praanggapan*, (Malang: Madani, 2012), 03.

¹⁸Ibid.

Pengertian aktivitas dalam KBBI merupakan suatu aktivitas kerja atau salah satu kegiatan yang dilakukan pada tiap bagian di suatu instansi. Jadi, dalam hal ini tuturan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan setiap manusia sehari-hari. Setiap harinya manusia melakukan aktivitas berupa tuturan atau menjalin komunikasi.

d. Tuturan sebagai Produk Tindak Verbal

Berdasarkan tindakan manusia dalam hal ini dapat dibedakan menjadi 2, yakni: (1) tindakan secara lisan, dan (2) tindakan yang tidak menggunakan lisan atau kata-kata. Tindakan secara verbal merupakan tindak mengekspresikan kata-kata atau bahasa. Sedangkan makan dan minum adalah contoh dari aktivitas nonverbal.¹⁹

Dalam hal ini, tuturan bukan hanya melakukan ujaran atau melontarkan ucapan saja. Tuturan sebagai tindak verbal sama seperti yang kita lakukan sehari-hari, seperti berbicara, komunikasi, dan lain sebagainya. Sedangkan tuturan sebagai tindak non verbal contohnya seperti duduk, memasak, dan sebagainya.

1. Kajian Teoretis tentang Berbicara

a. Pengertian Berbicara

Berbicara merupakan hal dasar yang dimiliki manusia dengan mengeluarkan suara atau menyampaikan sesuatu dalam pikirannya. Berbicara merupakan kemampuan mengungkapkan

¹⁹Ibid.

bunyi dan kata untuk menyampaikan atau mengekspresikan ide, pendapat, serta perasaan.²⁰

Berbicara juga bisa dikatakan sebagai salah satu sarana yang digunakan dalam menyampaikan suatu pendapat atau pikiran yang ada dalam diri manusia. Kegiatan berbicara merupakan suatu komponen yang ada pada keterampilan berbahasa. Manusia memanfaatkan fisiknya yaitu alat ucap untuk dapat berbicara.

b. Tujuan Berbicara

Berbicara memiliki tujuan untuk memberitahukan apa yang diketahui seseorang. Berbicara juga bertujuan agar menjalin suatu komunikasi. Pada dasarnya berbicara memiliki tiga tujuan umum, yaitu:

- 1) Melaporkan dan memberitahukan.
- 2) Menyenangkan dan menghibur.
- 3) Memengaruhi, mengundang, mendesak, dan memastikan.²¹

Seseorang melakukan kegiatan berbicara bertujuan untuk mendapatkan respon dari orang lain atau orang yang diajak berbicara. Pembicaraan memiliki tujuan secara umum, diantaranya yaitu:

- 1) Mendorong atau menstimulasi.
- 2) Dapat dipercaya.
- 3) Menggerakkan.

²⁰Henry Guntur Tarigan, *"Berbicara Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa"* (Bandung: Angkasa, 2013), 16.

²¹ Ibid, 17.

- 4) Memberikan informasi.
- 5) Menyenangkan atau menghibur.²²

Kegiatan atau keterampilan berbicara dapat dikatakan berhasil jika pembicara dapat mencapai suatu tujuan dari pembicaraan.

2. Kajian Teoretis tentang Persuasif

a. Pengertian Persuasif

Persuasif merupakan salah satu seni verbal yang memiliki tujuan agar seseorang yakin dan melakukan suatu hal yang dikehendaki oleh penutur pada saat itu atau dimasa yang akan datang.²³ Persuasif juga berhubungan erat dengan komunikasi. Jadi antara tuturan, persuasif dan komunikasi merupakan suatu yang saling berkaitan. Persuasif sendiri memiliki banyak pengertian. Beberapa definisi persuasi yang diambil dari para sarjana komunikasi dirangkum oleh Perloff, diantaranya:²⁴

- 1) Suatu proses komunikasi dimana pembicara berusaha memberikan tanggapan yang diinginkan kepada penerima.
- 2) Sebuah upaya sadar oleh satu individu untuk mengubah sikap, kepercayaan, tingkah laku individu ataupun kelompok melalui pesan tertentu.

²²Moh. Hafid Effendy. *Kasak Kусuk Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Pena Salsabila, 2017), 119.

²³Gorys Keraf, *"Argumentasi dan Narasi"*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 118.

²⁴Ezi Hendri. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019), 52.

- 3) Tindakan simbolik bertujuan untuk menghasilkan efek internal, penerimaan sukarela, atau perilaku ekstrim melalui pertukaran pesan.
- 4) Upaya untuk secara sadar memodelkan gagasan melalui dialog dengan keadaan penerima mempunyai beberapa ukuran kebebasan.

Persuasif merupakan bentuk tuturan yang bertujuan untuk meyakinkan, mengajak atau membangkitkan suatu tindakan dengan mengemukakan alasan-alasan yang kadang-kadang agak emosional.²⁵ Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa persuasif yaitu suatu usaha untuk mengajak dan mempengaruhi seseorang agar melakukan keinginan yang diucapkan oleh pembicara dengan menunjukkan bukti-bukti yang menyebabkan terjadinya suatu sikap atau perilaku serta pengetahuan dari lawan bicara.

b. Tujuan Persuasif

Ketika kita berbicara tentang tujuan persuasi, maka itu artinya kita membicarakan tentang alasan mengapa kita melakukan persuasi. Menurut Myers pada intinya tujuan persuasi yaitu untuk mengubah orang lain. Sedangkan menurut Suryana tujuan persuasif untuk merubah: (1) pengetahuan, (2) sikap, (3) gagasan, (4) keterampilan, serta (5) tingkah laku.²⁶

²⁵Moh. Hafid Effendy. *Kasak Kusuk Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Pena Salsabila, 2017), 101.

²⁶Lina Masruroh, "Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia", (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), 37.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas mengenai tujuan persuasif, bisa kita ambil kesimpulan bahwa seseorang melakukan persuasi memiliki tujuan untuk mempengaruhi serta merubah manusia lain baik dari segi pengetahuan, sikap, gagasan, keterampilan serta tingkah laku.

c. Dasar-Dasar Persuasi

Dalam bukunya *Rhetorica*, Aristoteles mengajukan tiga syarat yang harus dipenuhi untuk mengadakan persuasi. Adapun ketiga syarat tersebut yaitu:

1) Watak dan Kredibilitas

Dalam pergaulan manusia, karakter atau watak merupakan salah satu faktor yang selalu harus diperhitungkan. Persuasi akan berlangsung sesuai dengan harapan pembicara apabila yang mendengarkan telah mengenal watak si pembicara. Jika yang mendengarkan mengenal pembicara dengan watak yang baik maka persuasi akan berjalan sesuai dengan harapan. Sebaliknya jika yang mendengarkan tidak mengenal watak si pembicara, maka dalam proses persuasi tersebut pembicara secara tidak sadar akan menunjukkan bagaimana watak si pembicara sebenarnya.

Kepercayaan (kredibilitas) terhadap pembicara akan timbul apabila yang mendengarkan mengetahui bahwa pembicara menguasai dengan baik apa yang sedang

disampaikan dan berkata dengan jujur. Seseorang yang kurang percaya diri, akan kurang berhasil dalam usahanya. Tidak percaya pada diri sendiri akan menimbulkan keraguan pada orang lain juga. Apabila orang lain ragu dengan apa yang disampaikan pembicara, maka sudah jelas bahwa persuasi tidak akan berjalan dengan lancar atau bisa dikatakan gagal.

2) Kemampuan Mengendalikan Emosi

Pengertian mengendalikan emosi disini harus diartikan baik sebagai kesanggupan pembicara untuk mengobarkan emosi dan sentimen orang yang mendengarkan, maupun kesanggupan untuk merendahkan dan memadamkan emosi dan sentimen itu bila perlu. Emosi haruslah menjadi alat untuk mencapai kesepakatan, jangan dijadikan untuk tujuan.

Sering kita menghadapi kenyataan bahwa orang-orang yang diajak berbicara dapat terpancing oleh hasutan emosional, sehingga tanpa sadar mereka melakukan apa saja yang sebenarnya ditargetkan secara diam-diam oleh pembicara. Emosi yang dikobarkan tanpa landasan kematangan ilmiah dan kematangan moral, sulit untuk dikendalikan. Oleh karena itu, secara moral dan bertanggung jawab, pembicara harus menyiapkan isi yang sesuai dengan maksud dan tujuan yang akan dicapai oleh persuasinya

tersebut.

3) Bukti-Bukti

Syarat terakhir yang harus dipenuhi agar pembicara dikatakan berhasil dalam persuasi adalah kesanggupan untuk memberikan bukti-bukti (evidensi) mengenai suatu kebenaran. Bila dikaitkan dengan syarat nomor dua diatas, maka dapat dikatakan bahwa walaupun emosi merupakan unsur penting dalam persuasi, namun fakta-fakta tetap merupakan faktor yang dapat menanamkan kepercayaan untuk persuasi. Hal yang terpenting adalah bagaimana fakta yang sekadarnya itu diberikan dan dapat dijalin dengan faktor-faktor emosional, sehingga dapat tercapai maksud dari pembicara.²⁷

d. Unsur-Unsur Persuasif

Ada empat unsur dalam persuasif. Adapun unsur-unsur persuasif tersebut antara lain:

- 1) *Persuader* dalam persuasif adalah komunikator atau orang yang mempersuasi, yang memiliki tujuan untuk melakukan persuasi.
- 2) *Persuadee* dalam persuasif adalah komunikan atau orang yang menjadi objek persuasi.

²⁷Gorys Keraf. *Argumentasi dan Narasi*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 121.

- 3) Pesan persuasif dalam hal ini berarti pesan yang mengandung kalimat ajakan berupa bujukan yang ditujukan kepada *persuadee*.
- 4) Tujuan komunikasi dalam hal ini persuasi bertujuan mempengaruhi hingga yang dipengaruhi mengalami perubahan.²⁸

Lebih spesifik, Cicero mengidentifikasi lima unsur persuasi yang berhubungan dengan kemampuan retorika, yaitu:

- 1) Penemuan bukti dan argumen,
- 2) Pengorganisasian,
- 3) Pengayaan secara artistik,
- 4) Penyampaian secara ahli,
- 5) Mengingat.²⁹

Dari pengertian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa ketika kita ingin melakukan suatu persuasif, maka harus ada beberapa unsur yaitu diantaranya *persuader* atau orang yang melakukan persuasi, *persuadee* atau orang yang menjadi sasaran persuasi, pesan persuasi yang merupakan hal yang harus disampaikan ketika melakukan persuasi, serta tujuan melakukan persuasi.

3. Kajian Teoretis tentang Retorika

a. Pengertian Retorika

²⁸Lina Masruroh, "*Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*", (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), 38.

²⁹Ezi Hendri. *Komunikasi Persuasif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019), 49.

Aristoteles mengatakan bahwa retorika merupakan seni berbicara di depan khalayak ramai. Ada tiga bagian inti dalam retorika yaitu: Ethos (*ethical*), yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara ia berkomunikasi dengan menunjukkan kepada khalayak bahwa kita memiliki kepribadian yang terpercaya dan pengetahuan yang luas, pathos (*emotional*), yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan "psikologi massa" oleh karenanya kita harus dapat mempermainkan emosi pendengar, logos (*logical*) yaitu pemilihan kata oleh pembicara dengan benar dalam arti memiliki bukti dan contoh yang jelas pada khalayak.³⁰

Pengertian retorika menurut para tokoh antara lain sebagai berikut:

- 1) Menurut Beckett, retorika adalah seni yang mengafeksi pihak lain dengan tutur, yaitu manipulasi unsur-unsur tutur dan respons pendengar. Tindakan manipulasi ini dilakukan dengan perhitungan yang matang sebelumnya.
- 2) Donald C. Bryant memandang retorika sebagai suatu tutur yang memersuasi dan memberikan informasi rasional kepada pihak lain.
- 3) Bishop Whatley memandang retorika sebagai masalah bahasa. Karena itu, kita dapat memahami bahasa jika membatasi retorika. Retorika adalah seni yang mengajarkan orang tentang kaidah dasar pemakaian bahasa yang efektif.³¹

³⁰Yusuf Zainal Abidin, "*Pengantar Retorika*", (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), 17.

³¹Ibid, 53.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa retorika adalah seni berbicara di depan umum dengan memberikan informasi dan dengan unsur-unsur diantaranya yaitu pembicara atau komunikator, komunikan atau orang yang menjadi pendengar dan pesan yang disampaikan pada saat beretorika.

b. Fungsi Retorika

Menurut Aristoteles dalam buku Sunarto mengatakan terdapat empat fungsi retorika, di antaranya sebagai berikut:

- 1) Korektif yaitu berpihak kepada kebenaran atau membela kepada hakiki yang terkadang bahkan seringkali tertindas karena orang tidak dapat mempertahankannya.
- 2) Instruktif yaitu mendidik dan memberikan pelajaran serta arahan kepada orang yang tidak dapat dikuasai dengan metode akal atau logika.
- 3) Sugesti yaitu memberikan argumen atau teknik serta saran terkait cara menghadapi pendapat lawan, sehingga mampu mengendalikan kondisi.
- 4) Defensif yaitu instrumen yang berfungsi untuk menghadapi musuh sehingga defensif dapat menjadi alat pertahanan.³²

Secara pesifik Sunarto mengatakan terdapat fungsi positif, normatif, dan fungsi khusus pada retorika. Fungsi positif merupakan retorika sebagai ilmu yang memberikan pemahaman baik terkait segala hal tentang retorika yang berguna untuk kegiatan bertutur.

³²Sunarto, Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato), 2014, 23.

Fungsi normatif adalah ilmu retorika memberikan cara tentang bertutur. Fungsi khusus adalah retorika mengajarkan kita untuk melakukan persiapan, menyusun kerangka tutur, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan retorika.³³

c. Jenis-Jenis Retorika

Adapun jenis-jenis retorika diantaranya yaitu:

- 1) Monologika adalah sebuah studi ilmu yang berisi seni berorator yang dilakukan satu arah atau hanya satu yang berbicara, yang lain hanya mendengarkan.
- 2) Dialogika adalah sebuah studi ilmu yang berisi seni berorator yang dilakukan dua arah atau pembicara dan pendengar bisa saling berdialog dan tanya jawab.
- 3) Pembinaan teknik bicara pada jenis ini teknik berbicara menjadi syarat bagi seseorang pembicara untuk berretorika. Poin ini lebih fokus mengkaji teknik bernafas, berbicara, mengelola kata, dan bercerita. Oleh karena itu, pembinaan teknik berbicara merupakan bagian yang penting dalam retorika.³⁴

d. Unsur-Unsur Retorika

Sunarto menyebutkan unsur-unsur retorika terdiri dari pembicara, lawan bicara, dan pembicaraan (pesan). Sedangkan Sulistyarin dan Gustina juga mengatakan bahwa unsur-unsur retorika dakwah

³³ Ibid, 24.

³⁴ Malik Ibrahim, *"Komunikasi Persuasif dalam Retorika Dakwah Gus Baha pada Channel YouTube NU Online"* (Tesis, UIN WALISONGO SEMARANG, Semarang, 2022), 52.

terdiri dari pembicara (komunikator), lawan bicara (komunikan), dan pesan.

- 1) Komunikator merupakan dia yang melakukan retorika dan memberikan pesan kepada orang lain. Sunarto mengatakan seorang pembicara agar dapat mempengaruhi pendengar tentunya harus melakukan tindakan seperti, setiap ucapan harus memilih bahasa tutur, setiap ucapan harus memberikan ulasan dan argument, dan penampilan pembicara harus menggunakan gaya dan ciri khas tertentu sehingga dapat memberikan umpan balik yang positif dari pendengar.
- 2) Komunikan adalah seseorang yang menerima pesan dari pembicara atau komunikator.
- 3) Pesan merupakan kaidah atau nilai keislaman yang berisi pesan moral dan kebenaran. Menurut Sunarto dalam konteks ini pesan adalah isi dari ucapan atau pesan yang disampaikan oleh pembicara (komunikator).³⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan retorika unsur-unsur yang ada sama seperti melakukan persuasif. Karena, sebenarnya persuasif dan retorika merupakan satu kesatuan. Dalam melakukan retorika kita harus ada komunikator, komunikan atau orang yang mendengarkan pembicaraan, serta hal yang paling penting yaitu pesan yang disampaikan oleh pembicara.

³⁵Ibid, 46-48.

4. Kajian Teoretis tentang Sosial Media *YouTube*

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah media *online* seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya yang memungkinkan penggunaanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten.

Meike dan Young menggunakan istilah “media sosial” untuk merujuk pada komunikasi pribadi dalam arti berbagi antar individu (dimaksudkan untuk dibagikan satu lawan satu), dan komunikasi pribadi dalam arti berbagi antar individu (dimaksudkan untuk dibagikan secara langsung).

Dari definisi di atas, dapat dipahami bahwa media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (internet) dimana para pengguna (*user*) media sosial bisa saling berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*) meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan lain sebagainya.

b. Manfaat Media Sosial

Berikut beberapa manfaat sosial media antara lain:

- 1) Menjadi lebih kreatif dan mudah untuk mendapatkan inspirasi.
- 2) Bisa berhubungan dengan siapa saja serta berkomunikasi dengan orang lain.

- 3) Semakin mudah untuk berkomunikasi jarak jauh.
- 4) Lebih mudah mendapatkan peluang pekerjaan.
- 5) Dapat mengetahui apa yang sedang terjadi dengan mudah.

Sosial media merupakan alat di Internet yang memungkinkan penggunanya mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial dengan pengguna lain secara virtual.³⁶

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Adapun jenis-jenis media sosial diantaranya adalah *Instagram, WhatsApp, dan YouTube*.

- 1) *Instagram* ialah aplikasi berbagi gambar serta video yang mengizinkan pemakai mengambil gambar serta video, melaksanakan penyeleksi digital, serta membagikannya di bermacam layanan jejaring sosial, terhitung *Instagram* itu sendiri.
- 2) *WhatsApp* adalah aplikasi perpesanan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS karena *WhatsApp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, penelusuran web, dll. Aplikasi *WhatsApp Messenger* menggunakan koneksi 3G, 4G atau WiFi untuk transmisi data.

³⁶Faidah Yusuf, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, dan Angri Lismayani "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera" (Jurnal Hasil-hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, Vol. 2, No. 1, April 2023), 3.

3) *YouTube* adalah situs berbagi video nomor satu di dunia. Sebagian orang juga menyebut *YouTube* sebagai media sosial berbasis video. Tidak diragukan lagi bahwa *YouTube* adalah situs pertama yang dikunjungi ketika seseorang membutuhkan video tertentu.³⁷

4) Pengertian *YouTube*

Menurut Baskoro, *YouTube* diartikan sebagai situs media digital berupa video yang dapat diunduh, diunggah, ditonton, dan dibagikan ke seluruh negeri. Sedangkan menurut Sianipar *YouTube* merupakan data yang berisi konten video di media sosial yang sangat membantu.³⁸ Pengertian *YouTube* menurut Dr. Rulli Nasrullah merupakan sosial media yang berbasis internet dengan konten video, seseorang dapat memberikan informasi dalam media tersebut dengan cara membuat *channel*.³⁹

Gede Lingga menegaskan bahwa pada dasarnya, *YouTube* merupakan sebuah *website* yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak.⁴⁰

³⁷ Ibid, 3-4.

³⁸ Agus Darmuki, *Upaya Meningkatkan Kemampuan Berbicara Mahasiswa Menggunakan Media Aplikasi Google Meet Berbasis Unggah Tugas Video di YouTube Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Education FKIP UNMA, 6.2 (2020), 657.

³⁹ <https://www.hestanto.web.id/pengertian-youtube-menurut-para-ahli/> diakses pada tanggal 19 Oktober 2023 pukul 14.10.

⁴⁰ Ibid.

Dari definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa YouTube merupakan salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk mengunggah video atau sekedar menontonnya.

Berkat media sosial youtube kita jadi tahu banyak tentang apa yang terjadi di dunia ini dan mempunyai banyak informasi dan hiburan.

d. Karakteristik *YouTube*

Adapun karakteristik *YouTube* yang disukai oleh pengguna diantaranya:

- 1) Tidak terdapat batasan waktu dan jumlah data untuk mengunggah video ke dalam situs ini.
- 2) Sistem keamanan yang sangat baik dan pihak *YouTube* sendiri membatasi jenis konten dengan tidak memberikan izin pada jenis konten yang berbau ilegal dan SARA.
- 3) *YouTube* memberikan fasilitas berbayar dimana video yang mendapatkan minimal 1000 penonton akan mendapatkan honor.
- 4) Terdapat fitur *offline* yang membuat pengguna dapat menonton video saat *offline* namun video tersebut harus di *download* terlebih dahulu.
- 5) Pengguna dapat mengedit video langsung pada situs karena disediakan alat editing sederhana dengan fitur memotong

video, memfilter warna atau juga menambahkan efek transisi.⁴¹

⁴¹ Hermaningsih, Nurdin, dan Fatimah Saguni, "Pengaruh Youtube Sebagai Media Pembelajaran dalam Perkembangan Kognitif, Afektif Dan Psikomotor Siswa," *Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0)*, Vol.1, 2022, 81.