

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan proses penyebaran ajaran Islam sepanjang sejarah dan sepanjang zaman. Dakwah dapat dilakukan secara lisan, tulisan, dan tindakan. Ini menunjukkan bahwa dakwah adalah tugas abadi untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan upaya untuk merekonstruksi masyarakat sesuai dengan istilah *islam rahmatan lil'alamiin*, yang berarti rahmat bagi alam semesta atau rahmat untuk semua. Model masyarakat yang ingin diwujudkan adalah umat terbaik atau yang dalam Al-Qur'an dikenal dengan istilah *khaira ummah* di mana aktivitas *amar makrûf nâhi mungkar* berjalan dan terjalin secara konsisten dan berkesinambungan.¹

Dalam Al-Qur'an, kata dakwah berasal dari kata *da'â, yad'û, dan da'watan*, yang secara etimologi serupa dengan kata "*an-nidâ*", yang berarti menyeru atau memanggil. Sedangkan secara terminologi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Syekh Ali Mahfuz (seorang ahli dakwah) dakwah diartikan sebagai mengajak manusia kepada kebaikan dan hidayah Allah SWT, menganjurkan mereka untuk melakukan kebiasaan-kebiasaan yang baik, dan melarang mereka melakukan kebiasaan-kebiasaan yang munkar agar mendapatkan keselamatan di dunia dan di akhirat. Secara semantik, dakwah merujuk pada seruan, mengajak, propaganda dan menyebarkan baik ke arah yang positif maupun negatif. Dalam definisi istilah, dakwah adalah upaya

¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, 2019). 2.

mengenalkan prinsip-prinsip Islam kepada orang lain yang dilakukan dengan cara yang tenang, lemah lembut, konsisten, dan berdedikasi.²

Berbicara tentang dakwah, tentunya tidak jauh dengan istilah retorika. Dalam bahasa Inggris, istilah *rhetoric* berasal dari kata latin *Rethorika*, yang berarti ilmu berbicara atau seni berbicara. Menurut buku "*Modern Rethoric*" oleh Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren, mendefinisikan retorika sebagai seni penggunaan bahasa secara efektif. Secara leksikal, retorika adalah studi tentang penggunaan bahasa yang efektif dalam karang-mengarang dan seni berpidato yang muluk-muluk dan bombastis.

Aristoteles mengatakan bahwa retorika adalah seni menyampaikan pengetahuan dengan meyakinkan. Sedangkan *Encyclopedia Britanica* mengatakan retorika adalah seni yang menggunakan bahasa untuk membuat kesan yang diinginkan pada pendengar dan pembaca. Teori retorika digunakan untuk menyampaikan suatu pesan dengan meyakinkan atau membujuk pendengar dengan menunjukkan kebenaran secara logis. Retorika bukan hanya tentang memperhatikan isi, tetapi juga tentang gaya bahasa.³

Sebagaimana dikatakan oleh Plato bahwa retorika adalah kemahiran dalam mengaplikasikan bahasa melalui lisan sebagai jalan seseorang dalam mencapai pengetahuan yang luas dan sempurna. Secara etimologi retorika berasal dari bahasa latin atau Yunani kuno yakni "*Rhetorica*" yang memiliki arti seni berbicara. Retorika digunakan sebagai teknik dalam berpidato dan ilmu berbicara ketika di depan umum. Dapat kita pahami bahwa retorika

² Udin, *Retorika Dan Narasi Dakwah Bagi Pemula* (Mataram: Sanabil, 2019). 11.

³ Ibid., 2-3

sebenarnya adalah teknik seni berbicara dalam meyakinkan orang lain terhadap apa yang kita sampaikan ketika berada didepan umum.⁴

Maka berdasarkan pengertian di atas, retorika dakwah dapat didefinisikan sebagai seni berbicara dalam menyampaikan ajaran Islam yang dikemas dalam bentuk ceramah atau pidato yang digunakan untuk mengajak orang lain ke jalan Tuhan sebagaimana pengertian dakwah yang tercantum dalam QS. An-Nahl Ayat 125, yang artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.⁵

Dengan banyaknya dai muda yang terus menerus bermunculan, maka kemampuan retorika para dai di Indonesia seharusnya masih perlu diperhatikan. Ini tentu saja dikarenakan masih ada beberapa dai yang kurang mahir dalam menggunakan bahasa yang akan mereka gunakan. Hal ini sebagaimana realita yang ada di zaman sekarang, dimana banyak dai yang kurang memahami ilmu retorika sehingga *mad'ū* tidak tertarik mendengarkan mereka ketika berbicara karena mereka tidak suka terhadap gaya bahasa dai yang terkesan membosankan. Oleh karena itu, untuk memikat *mad'ū* agar dapat memahami apa yang disampaikan dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari, maka seorang dai harus bisa menguasai ilmu retorika.

Selain ilmu seni berbicara, keberhasilan dakwah juga dipengaruhi oleh unsur-unsur dakwah. Saat ini, ada banyak metode baru yang dapat digunakan

⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 171.

⁵ Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz 11-20* (Jakarta: 2019), 391.

untuk membuat dakwah lebih mudah diterima oleh *mad'ū*, yaitu adalah dengan menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian dakwah yang salah satunya adalah dengan menggunakan media YouTube. YouTube banyak digemari oleh semua lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak sampai dewasa. Apalagi saat ini, masyarakat banyak mengakses YouTube dalam kehidupannya sehari-hari. Maka melalui media YouTube ini, dakwah akan lebih mudah tersampaikan kepada *mad'ū* tanpa terikat ruang dan waktu, karena *mad'ū* bisa mengaksesnya kapan saja dan dimana saja.⁶

Kajian Tematik Kamis merupakan sebuah program dakwah dalam *channel* akun YouTube Rumiil Al-Hilya. Kajian Tematik Kamis ini adalah suatu program kajian yang rutin dilakukan pada hari kamis tiap pekannya. Kajian ini tentunya dikemas dalam berbagai tema-tema yang menarik, hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan respon terhadap para *mad'ū*. Kajian dalam Rumiil Al-Hilya ini dilakukan dengan dua cara, yaitu secara langsung yakni tatap muka dengan *mad'ū* dan tidak langsung yakni melalui siaran *live streaming* di media sosial. Rumil (Rumah Ilmu) Al-Hilya adalah sebuah komunitas dakwah yang berpusat di kota Depok, Jawa Barat. Rumiil Al-Hilya memiliki berbagai macam jenis media sosial, diantaranya adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Rumiil Al-Hilya bergabung dengan YouTube mulai sejak 10 Agustus 2014. Hingga kini akun YouTube Rumiil Al-Hilya sudah memiliki 408 ribu *subscriber* dengan jumlah

⁶ Siti Hidayati, "Analisis Retorika Dakwah Ustadzah Lulung Mumtaza dalam Akun YouTube Islam Itu Indah Official" (Skripsi, IAIN Kudus, 2021), 2.

postingan video sebanyak 1,7 ribu dan sudah ditonton sebanyak 28.254.920 kali.⁷

Pada kegiatannya, Rumiil Al-Hilya banyak mengundang sejumlah dai dari berbagai daerah di Indonesia untuk berdakwah. Para dai tersebut juga berbeda-beda di setiap seasonnya. Dari sekian banyak dai, yang menjadi salah satu yang menarik dalam amatan penulis yaitu daiyah Ustadzah Syifa Nurfadhilah. Ustadzah Syifa Nurfadhilah adalah seorang pendakwah perempuan yang berasal dari salah satu kota di Jawa Barat yaitu kota Bogor. Konsep tausiah yang disampaikan olehnya pun memiliki karakteristik tersendiri, mulai dari memunculkan beberapa contoh yang diambil dari kisah-kisah para pejuang Islam di zaman dahulu, penyampaian isi tausiah pun menggunakan bahasa-bahasa yang ringan, sehingga pesan yang disampaikan kepada para *mad'ū* dapat dipahami dan diterima dengan baik.

Ketika berceramah, ada kalanya ustazah Syifa Nurfadhilah mempertanyakan sesuatu diluar topik yang dilakukan secara mendadak ditengah-tengah ceramah tanpa berhenti dulu sejenak, hal ini membuat kata-kata yang diucapkan tampak nyambung dari kalimat sebelumnya. Namun diluar itu, tetap saja ustazah Syifa Nurfadhilah banyak disukai oleh *mad'ū*. Hal itu terbukti dari banyaknya komentar positif yang ditinggalkan *mad'ū* pada video ceramah tersebut. Salah satu komentar positif didapat dari akun bernama @bmysidealvi, dia berkomentar "Saya suka cara penyampaian Ustadzah Syifa,, tenang, tegas, dan ngena di hati". Selain itu, komentar positif

⁷ www.youtube.com/@rumilalhilya , diakses pada tanggal 20 Mei 2024 pukul 18.23 WIB.

lainnya juga ditinggalkan oleh akun bernama @zahraofficial3483 " Saya suka penyampaian ustadzah Syifa".

Timbulnya banyak komentar positif pada video kajian Ustazah Syifa Nurfadhilah pasti tidak terlepas dari sentuhan retorika dakwah dia. Karena inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam lagi mengenai bagaimana retorika dakwah ustazah Syifa Nurfadhilah ketika menyampaikan ceramah pada akun YouTube Rumiil Al-Hilya yang peneliti fokuskan ketika berceramah tentang "Tantangan Wanita Akhir Zaman" dengan menganalisis berdasarkan teori *public speaking* Stephen E. Lucas terkait penyampaian pidato, yang meliputi *Methods of Delivery* (metode penyampaian), *The Speakers Voice* (suara pembicara), dan *The Speakers Body* (bahasa/gerak tubuh).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana metode penyampaian Ustazah Syifa Nurfadhilah ketika berceramah tentang “Tantangan Wanita Akhir Zaman” pada akun YouTube Rumiil Al-Hilya?
2. Bagaimana suara Ustazah Syifa Nurfadhilah ketika berceramah tentang “Tantangan Wanita Akhir Zaman” pada akun YouTube Rumiil Al-Hilya?
3. Bagaimana bahasa/gerak tubuh Ustazah Syifa Nurfadhilah ketika berceramah tentang “Tantangan Wanita Akhir Zaman” pada akun YouTube Rumiil Al-Hilya?

C. Tujuan Penelitian

Kajian dalam penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis metode penyampaian ustazah Syifa Nurfadhilah ketika berceramah tentang “Tantangan Wanita Akhir Zaman” pada akun YouTube Rumiil Al-Hilya
2. Menganalisis suara ustazah Syifa Nurfadhilah ketika berceramah tentang “Tantangan Wanita Akhir Zaman” pada akun YouTube Rumiil Al-Hilya
3. Menganalisis bahasa/gerak tubuh ustazah Syifa Nurfadhilah ketika berceramah tentang “Tantangan Wanita Akhir Zaman” pada akun YouTube Rumiil Al-Hilya

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat, baik manfaat secara akademis maupun manfaat secara praktis.

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dapat menambah wawasan keilmuan, informasi dan sebagai bahan pembelajaran, khususnya bagi pembaca dalam menuntut ilmu yang mana dalam hal ini berkaitan dengan retorika dakwah ustadzah Syifa Nurfadhilah dalam akun YouTube Rumiil Al-Hilya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, ini akan menjadi tantangan dan pengalaman baru dalam melakukan penelitian, serta dapat menambah wawasannya terkait retorika dakwah yang tentunya bisa meningkatkan pengetahuannya dari hasil penelitian tersebut.

b. Bagi Prodi KPI IAIN Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang dapat dijadikan referensi atau rujukan dibidang ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam juga sebagai perbandingan serta referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih relevan.

c. Bagi Masyarakat / Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini, bermanfaat bagi masyarakat ataupun pembaca, khususnya mahasiswa / mahasiswi IAIN Madura sebagai bahan acuan pembelajaran ataupun referensi untuk penelitian berikutnya.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah diperlukan untuk menghindari perbedaan pengertian atau kurang jelasan makna. Oleh karena itu peneliti mendefinisikan istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian. Jadi yang dimaksud peneliti dalam judul ini adalah sebagai berikut:

1. Retorika

Retorika adalah ilmu yang mengajarkan cara merencanakan, merancang, dan tampil dengan baik berbicara tentang bagaimana membangun pemahaman, kerja sama, dan keharmonisan dalam masyarakat.⁸

2. Dakwah

Dakwah adalah proses menyampaikan ajaran Islam kepada manusia dengan tujuan membawa mereka ke tujuan akhir, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat dengan Al-Qur'an dan hadis sebagai sumber utama dari ajaran Islam, yang didalamnya mencakup cakupan yang sangat luas.⁹

3. Program Kajian Tematik Kamis

Program kajian Tematik Kamis merupakan sebuah program dakwah dalam *channel* akun YouTube Rumiil Al-Hilya. Program kajian ini dilaksanakan setiap hari kamis dengan mengundang dai yang berbeda-beda tiap pekannya.

4. Akun YouTube Rumiil Al-Hilya

Akun YouTube Rumiil Al-Hilya merupakan salah satu akun media sosial konten dakwah yang dikelola oleh sekolah agama yang terletak di kota Depok Jawa Barat. Akun *channel YouTube* ini menayangkan konten-konten dakwah dengan mengusung tema-tema menarik yang akan disampaikan oleh dai yang sengaja diundang dari berbagai daerah di Indonesia.

⁸ Dhanik Sulistyarini, Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA. Rizky, 2020), 65.

⁹ Fahrurrozi, Faizah, Kadri, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 18.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “Analisis Retorika Dakwah Ustazah Syifa Nurfadhilah tentang “Tantangan Wanita Akhir Zaman” dalam Program Kajian Tematik Kamis pada Akun YouTube Rumiil Al-Hilya” ini tentu tidak lepas dari penelitian terdahulu yang disajikan dengan pandangan dan referensi yaitu:

1. Penelitian ini ditulis oleh Siti Hidayati untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus pada tahun 2021 dengan judul “Analisis Retorika Dakwah Ustadzah Lulung Mumtaza dalam Akun YouTube Islam Itu Indah *Official*”. Dalam skripsi ini bertujuan untuk mengetahui gaya bahasa, gaya suara, serta gaya gerak tubuh ustadzah Lulung Mumtaza dalam berdakwah di akun YouTube islam itu indah. Hasil dari penelitian ini adalah Ustadzah Lulung Mumtaza umumnya menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh *mad'ū* yakni dengan menghindari menggunakan kata-kata ilmiah dengan terus memperhatikan penggunaan *pitch*, *loudnes*, *rate* dan *rhytem*, *pause* atau jeda sehingga pesan yang disampaikan akan mudah dicerna dengan baik. Disisi lain, Ustadzah Lulung Mumtaza juga senantiasa mempertahankan gaya gerak tubuh misalnya sering menggerakkan tangan untuk memberikan gambaran abstrak pada kalimat, ekspresi wajah yang sangat menjiwai ketika ia memberikan contoh yang julid matanya sampai melotot dan mulutnya nyinyir, serta pandangan mata menguasai para *mad'ū*.¹⁰ Persamaan dengan milik peneliti yaitu sama-sama meneliti mengenai gaya

¹⁰ Hidayati, *Analisis Retorika Dakwah Ustadzah Lulung Mumtaza*, 58-59

retorika dakwah seorang dai, sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada subjek yang akan diteliti.

2. Penelitian yang ditulis oleh Vivi Novitasari untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Surakarta pada tahun 2022 dengan judul "Analisis Retorika Dakwah Gus Miftah pada Media YouTube". Hasil dari penelitian ini meliputi bagaimana retorika dakwah Gus Miftah dengan hasil penelitian ceramah yang dilakukan Gus miftah mencakup semua *canon* retorika yang ada. Lima hukum retorika berisi penemuan (*invention*), pengaturan (*arrangement*), gaya (*sytle*), penyampaian (*delivery*), dan terakhir memori (*memory*). Dalam menyampaikan materi dakwahnya, Gus Miftah menggunakan gaya retorika yang tegas dengan wajah serius dan suara lantang. Gaya humoris dan jenaka juga menjadi bagian dari kepribadiannya.¹¹ Persamaannya sama-sama meneliti retorika dakwah seorang dai, sedangkan perbedaannya adalah subjek serta bahasan yang berbeda.
3. Penelitian yang ditulis oleh Zikri Ahmad Safan untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung pada tahun 2024 dengan judul "Retorika Dakwah Habib Bahar Bin Smith pada Akun YouTube Orde Salaf *Official*". Hasil dari penelitian ini adalah penyampaian ceramah yang dilakukan secara spontanitas sehingga tidak perlu menggunakan skrip bacaan dengan menyiapkan tema secara garis besar terlebih dahulu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Habib Bahar Bin Smith kadang-kadang menggunakan kata-kata

¹¹ Vivi Novitasari, "Analisis Retorika Dakwah Gus Miftah pada Media YouTube" (Skripsi, UIN Raden Surakarta, 2022), 82

yang tidak pantas, seperti bodoh, *tolol*, dan iblis. Selain itu, saat dia menyampaikan dakwahnya, suara yang dikeluarkan sangat jelas dalam tempo cepat, dengan rata-rata 138 kata per menit.¹² Persamaan dengan penelitian ini ialah terletak pada fenomena yang dikaji, yaitu sama-sama meneliti tentang retorika dakwah, perbedaannya adalah subjek yang akan diteliti tidak sama.

4. Penelitian yang ditulis oleh Vira Eka Savitri untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi di Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2022 dengan judul skripsi "Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki Di *Channel* YouTube Shift Media". Hasil penelitian ini adalah untuk mengetahui retorika dakwah ustaz Hanan Attaki dengan hasil pembahasan yaitu gaya retorika dakwah Ustaz Hanan Attaki dalam ceramahnya didominasi oleh gaya bahasa percakapan. Dakwah Ustaz Hanan Attaki juga mengandung gaya bahasa klimaks, antiklimaks, paralelisme, antitesis, dan repetisi berdasarkan struktur kalimatnya. Adapun gaya suara yang digunakan Ustaz Hanan Attaki dalam berdakwah, yaitu menyampaikan dakwahnya dengan artikulasi dan intonasi yang baik, didukung dengan volume suara yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah, dan menggunakan suara khasnya yang lembut. Begitu pula dengan gaya gerak tubuh yang beliau gunakan dalam menyampaikan dakwahnya, baik kontak mata, ekspresi wajah maupun gerak tubuh lainnya yang senantiasa mengikuti gagasan-gagasan atau pernyataan-pernyataan

¹² Zikri Ahmad Safan, "Retorika Dakwah Habib Bahar Bin Smith pada Akun YouTube Orde Salaf Official" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2024), 105.

yang disampaikan.¹³ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti tentang retorika dakwah seorang dai. sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada subjek yang akan diteliti.

5. Penelitian yang ditulis oleh Ilka Sawidri Daulay untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi di Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2019 dengan judul dengan judul skripsi "Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di YouTube (Analisis Pada Video "UAS Ceramah Di Mabes TNI AD" Berdasarkan Teori *Public Speaking* Stephen E. Lucas)". Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa retorika dakwah Ustadz Abdul Somad memiliki beberapa cara unik untuk menyampaikan dakwahnya. Metode penyampaiannya termasuk bahasa tubuh, metode vokal/suara, dan cara penyampaian. Suara dan vokal ustadz Abdul Somad digunakan dalam dua jenis suara pada video tersebut: suara yang kuat digunakan untuk diskusi yang menggebu-gebu, seperti topik perjuangan pahlawan Indonesia, dan suara yang lemah untuk cerita yang menggugah hati, seperti kisah Hasan Basri. Bahasa tubuh ustadz Abdul Somad mengalir tanpa kekakuan dalam ceramah yang diambil dari video tersebut. Badan kadang-kadang bergerak ke kanan dan kiri, bukan hanya pada satu arah saja. Selain itu, dakwah dikemas dengan cara yang menghibur sehingga jamaah atau audiens tetap fokus pada pesan.¹⁴
- Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu

¹³ Vira Eka Savitri, "Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki Di *Channel Youtube Shift Media*" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), 140-141.

¹⁴ Ilka Sawidri Daulay, "Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video "Uas Ceramah Di Mabes Tni Ad" Berdasarkan Teori *Public Speaking* Stephen E. Lucas)" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019), 91-93.

sama-sama meneliti tentang retorika dakwah seorang dai. sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada subjek yang akan diteliti.

G. Kajian Pustaka

1. Kajian Tentang Retorika

a. Pengertian Retorika

Kata retorika berasal dari kata Yunani “*rhetor*” yang berarti orator. Kata “*orator*” dalam bahasa Inggris mengacu pada orang yang mahir berbicara di depan orang banyak. Sedangkan dalam bahasa Inggris istilah retorika biasanya diartikan sebagai Ilmu berbicara di depan umum.¹⁵

Salah satu pemikir terbesar Yunani kuno, Aristoteles, mendefinisikan retorika sebagai seni persuasi, atau seni mempengaruhi. Ilmu retorika mengajarkan orang bagaimana menulis dan menyampaikan pidato secara efektif untuk mempengaruhi orang lain. Menyajikan fakta, menganalisis dan menguasai pokok bahasan, menyusun data secara metodis dan ilmiah, serta mempunyai argumen atau bukti pendukung merupakan komponen-komponen pidato yang efektif.¹⁶

Retorika diartikan sebagai kajian berbicara dalam literatur ilmu komunikasi. Sebaliknya, retorika didefinisikan oleh Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya *Modern Retic* sebagai seni menggunakan bahasa dengan terampil. Kedua interpretasi ini menunjukkan bahwa retorika dapat ditulis maupun diucapkan, dan memiliki pemahaman penggunaan bahasa yang komprehensif.

¹⁵ A. Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)* (Surabaya: Jaudar Press, 2014), 2.

¹⁶ Muhammad Fikry Novendi, "Retorika Dakwah Ustadz Muhammad Syamlan" (Skripsi, UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu, 2022), 11.

Dalam Istilah Arab *khotbah* dan *muhadhoroh* merupakan nama lain dari retorika. Dan disebut dengan pidato dalam bahasa Indonesia. Retorika sering diartikan sebagai seni atau metode persuasi melalui media tertulis atau lisan. Dalam pemaknaannya, retorika diambil dalam bahasa Inggris *rhetoric* yang bersumber dari bahasa latin *rhetorica* yang diartikan sebagai ilmu berbicara.¹⁷

Berikut pengertian retorika menurut para ahli:

- 1) Corax (ahli retorika pertama yang mempelajari retorika) menegaskan bahwa retorika adalah seni berbicara di depan umum.¹⁸
- 2) Plato mendefinisikan retorika sebagai penggunaan kata-kata untuk menyampaikan esensi jiwa manusia.¹⁹
- 3) Kaum Sofis, termasuk Georgia, Lysias, Protogoras, dan Isocrates, menafsirkan retorika sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan melalui pidato. Mungkin retorika dalam pengertian terakhir inilah yang membuat Hyot H. Hudson begitu pesimis dan menyesal karena banyak konotasi positifnya yang hilang, membuat retorika bagi banyak orang tampak hanya seperti pidato berbunga-bunga, seni bela diri, dan anggapan lain yang sangat berbahaya bagi citra retorika.²⁰
- 4) Menurut *Encyclopedia Britannica*, retorika adalah "seni menggunakan bahasa sedemikian rupa untuk memberikan kesan yang diinginkan pada

¹⁷ Puspa Chika Steviasari, "Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2020), 20 – 21.

¹⁸ Arfianti Wijaya, "Pengertian dan Contoh Retorika," diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2023/10/10/030000869/pengertian-dan-contoh-retorika>, pada tanggal 20 Mei 2024 pukul 18.42 WIB.

¹⁹ Yani Mulyani, *Tanya Jawab Dasar-dasar Retorika* (Bandung: Amico' 1981), 10.

²⁰ I Gusti Ngurah Oka, *Retorik: Sebuah Tinjauan Pengantar* (Bandung: Tarate, 1976), 27.

pendengar atau pembaca". (Keterampilan menggunakan kata-kata dengan cara tertentu untuk memperoleh tanggapan yang diinginkan dari pembaca atau pendengar).²¹

- 5) Menurut Jalaluddin Rakhmat, retorika adalah ilmu yang mempelajari tentang pengorganisasian susunan kata dan ilmu untuk memberikan kesan yang baik kepada masyarakat dengan mengajarkan kepada mereka prinsip-prinsip persiapan, penyampaian, dan penyiapan pidato sehingga tercapai tujuan yang diinginkan.²²
- 6) Sunarjo dan Djoenaesih S. Sunarjo mendefinisikan retorika memiliki kedudukan yang sama dengan *Public Speaking* yaitu suatu jenis komunikasi dimana komunikator menghadap massa secara langsung atau menghadapi komunikan atau khalayak secara jamak.²³
- 7) Pengertian retorika dan *public speaking* telah disebutkan di atas disoroti oleh Roekomy. Dia mengatakan bahwa banyak orang percaya bahwa retorika adalah berbicara di depan audiens, yang sebagian benar tetapi tidak sepenuhnya benar. Persoalan tersebut dapat dimaklumi karena dasar kata retorika berasal dari kata Yunani *retor* yang dalam bahasa Inggris berarti *orator* yang artinya ketangkasan berbicara. Namun, retorika memiliki makna yang melampaui dari berbicara di depan umum saja, tetapi retorika mencakup kemampuan berbicara, kapasitas mengekspresikan diri, kemampuan mempengaruhi satu atau banyak orang

²¹ Sunarto, *Retorika Dakwah*, 3.

²² Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern* (Bandung: Akademika, 1982), 10.

²³ Sunarjo, Djoenasih S. Sunarjo, *Komunikasi, Persuasi dan Retorika* (Yogyakarta: Liberty, 1983), 51.

dengan kecerdasan, dan kapasitas membangkitkan kreativitas, perasaan, dan niat melalui puisi dan prosa.²⁴

Berdasarkan beberapa definisi berbeda yang disebutkan di atas, dapat dikatakan retorika dalam arti sempit, retorika adalah seni atau ilmu tentang prinsip-prinsip pidato yang efektif. Sedangkan dalam arti luasnya, retorika adalah seni atau ilmu yang mengajarkan aturan pidato yang efektif (baik tertulis atau lisan) untuk memengaruhi orang lain.²⁵

b. Jenis-jenis Retorika

Hedrikus membagi retorika menjadi tiga kategori, antara lain yaitu:

- 1) Monologika, yaitu ilmu berbicara monolog yang hanya diucapkan oleh satu orang saja. Pidato, kata sambutan, *khutbah* dan ceramah merupakan contoh dari monologika.
- 2) Dialogika, yaitu ilmu berbicara dialog yang mana terdapat dua orang atau lebih berbicara atau ikut serta dalam suatu proses pembicaraan; bentuk dialog sendiri meliputi diskusi, tanya jawab, negosiasi, percakapan, dan debat.
- 3) Pembinaan Teknik Bicara. Karena teknik berbicara merupakan syarat penting dalam retorika, maka pada bagian ini akan lebih fokus pada pengembangan teknik pernapasan, teknik berbicara, pengembangan suara, teknik berbicara, dan bercerita.²⁶

²⁴ Partap Sing Mebra, Yazie Burhan, *Pengantar Logika tradisional* (Jakarta: Bina Cipta, 1980), 10-11.

²⁵ Sunarto, *Retorika*, 5.

²⁶ Sulistyarini, Zainal, *Buku Ajar*, 71.

c. Tujuan Retorika

Tujuan utama dari retorika adalah untuk meyakinkan pendengar atau audiens tentang kebenaran ide atau gagasan yang sedang dibicarakan. Intinya, retorika bertujuan untuk membangun pemahaman dan kerjasama yang dapat menghasilkan perdamaian dalam kehidupan masyarakat.²⁷

Secara umum, tujuan retorika adalah sebagai berikut:

- 1) *To inform*, yaitu memberikan informasi dan pemahaman kepada khalayak guna menyampaikan pemahaman seefektif mungkin;
- 2) *To convince*, yaitu yaitu membujuk atau meyakinkan;
- 3) *To inspire*, yaitu menciptakan inspirasi melalui sistem dan teknik penyampaian yang baik dan bijaksana;
- 4) *To entertain*, yaitu menyenangkan, menghibur, atau memuaskan; dan
- 5) *To ectuate (to put into action)*, yaitu menggerakkan dan mengarahkan khalayak untuk bertindak guna mewujudkan dan melaksanakan gagasan yang telah dikemukakan oleh komunikator kepada komunikan.²⁸

d. Fungsi Retorika

Pada hakikatnya retorika berfungsi untuk mempersiapkan sarana yang baik, yaitu memberikan informasi dan arahan kepada pembicara agar lebih mudah mencapai tujuannya. Kegiatan berbicara, bahasa, topik pembicaraan, dan retorika mengenai pengetahuan manusia semuanya akan membantu penutur dalam menyampaikan pandangannya kepada orang lain.

²⁷ Abidin, *Pengantar Retorika* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 58.

²⁸ Ari Pratama Putra, "Retorika Dakwah KH. Ahmad Damanhuri di Depok" (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2011), 29.

Selain penyediaan pengetahuan seperti di atas, retorika juga mempersiapkan sarana pembimbingan yang efektif bagi pembicara, seperti:

- 1) Metode pemilihan pidato
- 2) Metode untuk memeriksa dan mengevaluasi subjek pidato untuk sampai pada evaluasi objektif-persuasif
- 3) Metode menemukan evaluasi yang artistik dan non-artistik
- 4) Metode memilih format pidato yang paling sesuai dengan hasil yang diinginkan
- 5) Metode menyusun komponen tuturan dan memposisikan tuturan dengan tepat
- 6) Metode memilih isi bahasa dan mengorganisasikannya menjadi kalimat-kalimat yang lengkap, stabil, dan beragam.²⁹

Disisi lain, Raudhonah menegaskan bahwa retorika memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) *Mass Information*, yaitu penyebaran dan penerimaan informasi kepada khalayak umum. Hal ini dapat dilakukan oleh siapa saja yang memiliki pengetahuan. Informasi tidak dapat dikirim dan diterima tanpa adanya kontak (komunikasi).
- 2) *Mass Education*, yaitu memberikan pendidikan/edukasi. Peran ini biasanya dilakukan oleh guru untuk membantu siswa dalam belajar lebih banyak pengetahuan, atau oleh siapa saja yang ingin mengajar.
- 3) *Mass Persuasion*, adalah untuk mempengaruhi. Fungsi ini bisa dilakukan oleh setiap individu atau organisasi yang menawarkan

²⁹ Ibid., 65.

bantuan melakukan hal ini secara rutin, Fungsi ini biasanya digunakan pelaku bisnis dalam mempengaruhi massa melalui iklan.

- 4) *Mass Intertainment*, adalah untuk menghibur. Fungsi ini adalah praktik umum yang dilakukan oleh televisi, radio, dan perusahaan yang mempekerjakan tenaga penghibur profesional.³⁰

e. Manfaat Retorika

- 1) Retorika menuntun penutur dalam mengambil keputusan. Retorika memberikan informasi dan arahan kepada pembicara untuk membantu mereka membuat pilihan yang bijaksana.
- 2) Retorika mengajarkan penutur dalam mempersuasi. Dengan menggunakan retorika, orang dapat menemukan ulasan yang objektif dan meyakinkan serta memilih bahasa yang sesuai untuk mendukung subjek pidato, sehingga meningkatkan keterampilan persuasi mereka.
- 3) Retorika mengajar penutur memilih argument. Studi tentang retorika membekali orang dengan keterampilan percakapan yang efektif, seperti bagaimana memilih pidato, mengevaluasi subjek, dan menawarkan evaluasi artistik dan non-artistik.
- 4) Retorika membimbing bertutur secara rasional. Retorika membantu orang menghindari manipulasi informasi yang menyesatkan dengan membela kebenaran dengan argumen yang logis.³¹

³⁰ Sulistyarini, Zainal, *Buku Ajar*, 70.

³¹ Hidayati, *Analisis Retorika Dakwah Ustadzah Lulung Mumtaza*, 12-13.

2. Kajian Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, Dakwah berarti panggilan, seruan atau ajakan.³² Seruan ini dapat dilakukan melalui suara, kata-kata, atau perbuatan.³³ Kata dakwah berasal dari bentuk masdar dari kata *da'ā* dan *yad'ūr*, yang masing-masing bermakna mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, dan memohon.³⁴ Dakwah juga dapat berarti doa, atau harapan, kepada Allah Swt. Sebagaimana disebutkan dalam ayat 186 Surat Al-Baqarah Artinya: *“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, (maka jawablah) bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo'a apabila ia berdo'a kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi perintah-Ku dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu dalam keadaan kebenaran”*.³⁵

Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah Swt., para Nabi dan Rasul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal shaleh. Terkadang pula diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah setan orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya.³⁶ Kata dakwah yang berarti mengajak kepada kebaikan, dapat dilihat dalam Al-Qur'an antara lain Surah al-Nahl (16): 125, Surah Yunus (10): 25. Sebaliknya, kata dakwah ada

³² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 1.

³³ Zulkarnaini, “Dakwah Islam Di Era Modern,” *Jurnal RISALAH* 26, no. 3, (September, 2015): 154-155, <http://dx.doi.org/10.24014/jdr.v26i3.1271>

³⁴ Suriati, Samsinar, *Ilmu Dakwah* (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2021), 2.

³⁵ Zulkarnaini, *Dakwah Islam Di Era Modern*, 155.

³⁶ Muhammad Qomaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2019), 2.

pula yang disandarkan pada jalan keburukan atau jalan setan atau jalan ke neraka, misalnya dalam Surah Luqman (31): 21, Surah Fathir (35): 6.

Oleh karena itu, dakwah dapat berarti ajakan kepada baik atau buruk. Namun, dalam konteks masyarakat Islam, istilah dakwah lebih umum dipahami sebagai upaya dan ajakan untuk menuju jalan kebenaran, atau jalan Tuhan, bukan jalan setan. Bahkan dari sudut pandang ini, ajakan dan seruan tidak dapat dianggap sebagai dakwah jika tujuannya adalah tidak mendorong orang untuk ke jalan kebaikan.³⁷ Selain itu, Al-Qur'an juga menyebutkan kata yang memiliki arti yang hampir sama dengan dakwah, yaitu *tablig* yang berarti penyampaian dan *bayan* yang berarti penjelasan.³⁸

Sedangkan secara terminologi dikemukakan oleh para ahli yaitu sebagai berikut:

- 1) Menurut Prof. Toha Yahya Oemar, dakwah Islam adalah ikhtiar membimbing manusia secara bijaksana ke jalan yang benar sesuai dengan arahan Tuhan demi kebaikan dunia dan akhirat.³⁹
- 2) Menurut Ibnu Taimiyah, dakwah adalah proses upaya membujuk manusia agar beriman kepada Allah, mengimani apa yang disabdakan Rasulullah, dan mengikuti petunjuk Nya. Petunjuk tersebut antara lain mengucapkan dua kalimat syahadat, mendirikan shalat, membayar zakat, berpuasa di bulan Ramadhan, menunaikan haji, beriman kepada malaikat, kitab-kitab Nya, hari kebangkitan, serta *qadha* dan *qadar*. Berdasarkan pengertian ini, Ibnu Taimiyah menekankan dakwah

³⁷ Zulkarnaini, *Dakwah Islam*, 155.

³⁸ Suriati, Samsinar, *Ilmu Dakwah*, 2.

³⁹ Putra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 1.

sebagai proses mengajak individu untuk menerapkan rukun Islam dan rukun iman guna mencapai derajat ihsan.⁴⁰

- 3) Menurut Ali Mahfuzh, dakwah adalah tindakan mengajak atau memotivasi orang untuk mengikuti prinsip-prinsip moral, melakukan perbuatan baik, dan menahan diri dari kejahatan untuk mencapai kebahagiaan duniawi dan kebahagiaan abadi.
- 4) Menurut Saifuddin Anshari, dakwah merupakan setiap usaha yang mengarah pada perbaikan kehidupan yang lebih baik dan layak, mencakup segala tindakan yang sesuai dengan keyakinan Islam, mengubah suatu keadaan menjadi menguntungkan dalam bentuk inisiatif menyebarkan kesadaran di kalangan individu dan masyarakat luas.⁴¹
- 5) Menurut Salahuddin Sanusi, dakwah adalah ikhtiar mengubah keadaan buruk menjadi baik dengan membela yang benar dan mengatasi yang salah serta menentang yang *bathil*.
- 6) Menurut Bambang S. Maarif, dakwah adalah upaya mengenalkan masyarakat pada prinsip-prinsip Islam, yang diamalkan dengan tenang, lemah lembut, konsisten, dan penuh pengabdian.⁴²
- 7) Menurut Moh. Ali Aziz, dakwah adalah proses penguatan keimanan seseorang terhadap dirinya sendiri sebagai manusia. Proses tersebut berlangsung secara terus-menerus, berkesinambungan, dan bertahap. Penguatan keimanan dalam konteks Islam melibatkan beberapa aspek

⁴⁰ Suriarti, Samsinar, *Ilmu Dakwah*, 4

⁴¹ Ibid, 5.

⁴² Bambang S. Maarif, *Komunikasi Dakwah : Paradigma Untuk Aksi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 22.

penting untuk memperkuat dan membangun keyakinan seseorang terhadap Allah dan ajaran agama Islam. Penguatan iman dalam hal ini melibatkan peningkatan pemahaman, kesadaran, dan perbuatan seseorang.⁴³

Dengan demikian, dakwah dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam mengajak atau menyeru orang lain kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran agar selamat dan bahagia di dunia dan di akhirat.⁴⁴

b. Unsur-unsur Dakwah

1) Dai

Dai adalah istilah yang berasal dari bahasa Arab yang merujuk kepada seorang penyebar agama atau pendakwah. Tugas utama dai adalah menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, mengajak orang untuk memahami dan mengamalkan nilai-nilai agama. Dai dapat berperan dalam berbagai konteks, seperti ceramah, pendidikan, dan kegiatan sosial, dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran spiritual di kalangan umat.⁴⁵ Atau dengan kata lain, dai adalah orang yang melaksanakan dakwah dengan lisan, tulisan ataupun perbuatan, baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.⁴⁶ Untuk mencapai keberhasilan dakwah, dai harusnya mempersiapkan diri dalam penguasaan baik materi, teknik, media, dan psikologi.

⁴³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017), 17.

⁴⁴ Suriarti, Samsinar, *Ilmu Dakwah*, 6.

⁴⁵ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah", *Jurnal Al-Munzir* 9, no. 1 (Mei, 2016): 36, <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/almunzir/article/download/775>

⁴⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 90.

2) *Mad'ū*

Mad'ū merupakan objek yang menjadi tujuan dakwah. Singkatnya *mad'ū* adalah penerima dakwah baik secara individu maupun berkelompok. *Mad'ū* harusnya mencakup seluruh umat manusia baik yang beragama Islam maupun tidak. Penerima manfaat dakwah juga harus dikategorikan berdasarkan kategori, seperti usia dan kapasitas intelektual agar dapat terbimbing dan dakwah tidak diberikan secara sembarangan.⁴⁷

Muhammad Abduh berpendapat bahwa *mad'ū* dibedakan menjadi tiga kategori:

- a) Kumpulan orang cerdas yang menghargai kebenaran, mampu berpikir kritis, dan mampu memahami persoalan dengan cepat.
- b) Kelompok awam, yaitu mayoritas individu yang belum mampu berpikir kritis dan mendalam, belum mampu memahami makna secara utuh.
- c) Mereka berbeda dari kelompok-kelompok yang disebutkan di atas yang senang mendiskusikan suatu topik tetapi tidak mampu memahaminya sepenuhnya.⁴⁸

3) Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan informasi yang disampaikan oleh dai kepada *mad'ū*. Materi dakwah umumnya meliputi akidah, syariah, dan akhlak yang kesemuanya bersumber langsung dari Al-Qur'an dan hadis.⁴⁹ Dalam penyampaian, materi dakwah dapat disajikan dengan gaya yang menarik

⁴⁷ Muslimin Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial," *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)* 3, no. 1 (2019): 68, <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/JKPI/article/view/4263>

⁴⁸ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 20.

⁴⁹ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 94.

agar tidak membosankan, sehingga materi dakwah tidak sekedar normatif namun juga dapat memotivasi penerima dakwah untuk meningkatkan kualitasnya.⁵⁰

4) Media Dakwah

Salah satu cara untuk memberikan informasi kepada penerima dakwah adalah melalui media dakwah. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'ū*.⁵¹ Media dakwah antara lain dapat berupa lisan, tulisan, dan lewat audio visual. Media dakwah yang paling sederhana adalah lisan. Dakwah melalui media lisan dapat berupa ceramah, bimbingan, dan konseling. Sedangkan dakwah melalui media tulis dapat berupa spanduk, surat kabar, buku, dan surat menyurat. Media audiovisual merupakan alat dakwah yang merangsang indra pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya. Contoh dari media audiovisual antara lain televisi, film, dan internet. Sedangkan akhlak merupakan perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh penerima dakwah.⁵²

5) Efek Dakwah

Efek dakwah adalah perubahan-perubahan yang timbul karena adanya proses dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat, efek dakwah dapat terjadi dalam tiga tingkatan, antara lain yaitu:

- a) Efek *Kognitif*, yaitu terjadi ketika pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi ditransmisikan ke khalayak.

⁵⁰ Ritonga, *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*, 69.

⁵¹ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 120.

⁵² Ritonga, *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*, 69-70.

- b) Efek *Afektif*, yaitu terjadi ketika persepsi khalayak berubah tentang apa yang mereka rasakan, yang hal ini berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
- c) Efek *behavioral*, yaitu yang terjadi ketika persepsi khalayak berubah tentang apa yang mereka lakukan, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.⁵³

6) Metode Dakwah

Dalam bahasa Inggris, *method* diartikan metode atau cara. Metode adalah cara untuk menyampaikan sesuatu. Metode juga merupakan cara yang sistematis dan teratur untuk pelaksanaan suatu atau cara kerja.⁵⁴ Sedangkan metode dakwah adalah cara yang digunakan oleh dai dalam menyampaikan ajaran materi dakwah kepada *mad'ū*.⁵⁵

c. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah tujuan yang hendak dicapai oleh kegiatan dakwah. Adapun tujuan dakwah itu dibagi dua yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek dakwah adalah untuk membuat orang-orang mematuhi ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia dan individu yang baik. Sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk membantu orang menjadi keluarga yang tenang dan harmonis, komunitas

⁵³ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 21.

⁵⁴ Ritonga, *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*, 70.

⁵⁵ Aziz, *Ilmu Dakwah*, 123.

yang kuat, dan masyarakat madani (*civil society*) hingga akhirnya, ini akan membentuk negara yang sejahtera dan maju.⁵⁶

Tujuan utama dakwah adalah untuk mengubah masyarakat ke arah yang lebih baik dari sebelumnya guna mendapatkan kebahagiaan dan kesejahteraan dunia dan akhirat. Maka dari itu, semua rencana dan tindakan dakwah harus ditunjukkan dan diarahkan untuk mencapai tujuan utama ini.

Sedangkan menurut M. Natsir, tujuan dakwah adalah sebagai berikut:

- 1) Memanggil manusia kepada syari'at: Dakwah bertujuan untuk memecahkan persoalan hidup individu, keluarga, masyarakat, dan negara.
- 2) Mengajak manusia kepada fungsi hidup sebagai hamba Allah Swt.: Dakwah bertujuan untuk mengajak manusia menjadi hamba Allah di atas dunia yang beragam dengan fungsionalitas sebagai *syuhada'alan-nas* (pelopor dan pengawas bagi umat manusia).
- 3) Mengarahkan kepada tujuan hidup yang hakiki: Dakwah bertujuan untuk menyembah Allah dan menjalani kehidupan sesuai ajaran-Nya.⁵⁷

Tujuan dakwah tidak lain tidak bukan yaitu guna memberikan pemahaman terkait bagaimana cara atau apa saja untuk bisa mengetahui terkait hal-hal yang berkaitan dengan kebaikan dan kewajiban manusia itu sendiri. Sehingga ketika seseorang memiliki target ataupun capaian dapat dicapai dengan cara yang baik. Ketika suatu tujuan yang baik terus menerus

⁵⁶ Saputra, *Pengantar Ilmu*, 9.

⁵⁷ Irzum Farihah, "Pengembangan Karier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah," *Jurnal Perpustakaan* 2, no. 2 (Januari-Juni, 2014), 123, <http://dx.doi.org/10.21043/libraria.v2i1.1193>

dilakukan maka hasil yang dicapai akan memuaskan. Seperti halnya berdakwah, dakwah sendiri memiliki tujuan yang jelas yaitu mengajak atau menyeru kepada kebaikan. Menyeru dalam kebaikan merupakan perbuatan yang sangat terpuji atau baik. Dalam dakwah kegiatan menyeru seperti halnya, mengajak ke jalan Allah yang lurus sehingga dapat menerapkan perilaku yang baik.⁵⁸

3. Teori *Public Speaking* Stephen E. Lucas

Menurut Stephen E. Lucas penyampaian ucapan adalah masalah komunikasi nonverbal, ini didasarkan pada bagaimana menggunakan suara dan tubuh untuk menyampaikan pesan yang diungkapkan oleh kata. Ada banyak penelitian yang menunjukkan bahwa dampak dari kata-kata pembicara sangat dipengaruhi oleh komunikasi nonverbal untuk menyampaikan pidato secara efektif dan untuk meningkatkan dampak dari pesan verbal.⁵⁹ Ada tiga aspek yang penting dalam menyampaikan pidato yaitu metode penyampaian, suara dan gerakan tubuh.

a. *Methods of Delivey* (Metode Penyampaian)

Ada empat metode dasar menyampaikan pidato yaitu membaca sebuah naskah, membaca teks yang dihafal, berbicara dadakan dan berbicara tanpa persiapan.

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

Pidato tertentu harus disampaikan kata demi kata, sesuai dengan naskah yang disiapkan dengan cermat. Contohnya termasuk proklamasi,

⁵⁸ Hosniyah, "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustaz Hanan Attaki tentang Akhlak di Media Sosial pada Kanal YouTube Shift Media" (Skripsi, IAIN Madura, 2022), 25.

⁵⁹ Stephen E. Lucas, *The Art of Public Speaking* (New York: Mc-Grawhill, 2009), 244.

laporan seorang insinyur ke pertemuan profesional, atau pesan presiden untuk kongres. Dalam situasi seperti itu, keakuratan mutlak sangat penting. Setiap kata pidato akan dianalisis oleh pers dan kolega. Meskipun terlihat mudah, menyampaikan pidato dari manuskrip membutuhkan keterampilan yang hebat. Beberapa orang melakukannya dengan baik namun tidak sedikit juga yang gagal. Mereka terdengar sangat kaku, mereka goyah karena kata-kata, berhenti di tempat yang salah, membaca terlalu cepat atau terlalu lambat, berbicara dengan nada monoton, dan berbaris melalui pidato tanpa melirik ke arah mereka. Singkatnya, mereka tampil sebagai membaca untuk pendengar mereka, bukan berbicara dengan mereka. Jika berada dalam situasi di mana harus berbicara dari naskah, berlatih keras untuk memastikan pidato itu terdengar alami. Bekerja untuk membangun kontak mata dengan pendengar. Pastikan naskah terakhir dapat dibaca secara sekilas. Dapat menjangkau semua audiens dengan terbuka dan ketulusan yang sama seperti dilakukan jika berbicara tanpa persiapan.⁶⁰

2) Menghafal (*Reciting from Memory*)

Diantara prestasi orator legendaris, tidak ada satu pun yang membuat kita lebih kagum dari pada praktik mereka menghadirkan pidato yang terpanjang dan paling kompleks sekalipun dari ingatan. Saat ini tidak lagi lazim untuk menghafal apa pun kecuali yang bersulang, pidato ucapan selamat, ucapan selamat pidato penerimaan, pengantar, dan sejenisnya. Jika memberikan pidato jenis itu dan ingin menghafalnya,

⁶⁰ Ibid., 245.

dengan segala cara melakukannya. Namun, pastikan untuk menghafalnya dengan saksama sehingga akan dapat berkonsentrasi untuk berkomunikasi dengan audiens, bukan pada mencoba mengingat kata itu. Pembicara yang menatap langit-langit atau menatap ke luar jendela mencoba mengingat apa yang telah mereka hafal tidak lebih baik membaca dengan sepatutnya dari sebuah naskah.

3) Mendadak (*Speaking Impromptu*)

Pidato dadakan disampaikan dengan sedikit atau tanpa persiapan. Hanya sedikit orang yang memilih untuk berbicara tanpa alasan, tetapi terkadang itu tidak dapat dihindari. Pada kenyataannya, banyak dari pidato yang diberikan dalam hidup akan menjadi tidak masuk akal. Mungkin dipanggil tiba-tiba untuk mengucapkan beberapa kata atau, dalam suatu diskusi kelas, pertemuan bisnis, atau laporan komite, ingin menanggapi pembicara sebelumnya. Ketika situasi seperti itu muncul, jangan panik, tidak ada yang mengharapkan untuk menyampaikan pidato yang sempurna secara mendadak. Jika menghadiri rapat atau diskusi, perhatikan baik-baik apa yang dikatakan pembicara lain. catat poin-poin utama dengan setuju atau tidak setuju. Dalam prosesnya, akan secara otomatis mulai merumuskan apa yang akan dikatakan ketika giliran untuk berbicara.⁶¹

4) Tanpa Persiapan (*Speaking Extemporaneously*)

Dalam penggunaan tanpa persiapan berarti sama dengan dadakan. Tetapi secara teknis keduanya berbeda, tidak seperti pidato dadakan,

⁶¹ Ibid., 246.

pidato tanpa persiapan dengan hati-hati disiapkan dan dipraktikkan dalam lanjutan. Dalam menyampaikan pidato, pembicara yang dewasa hanya menggunakan satu set catatan singkat atau garis besar pembicaraan untuk mengacak ingatan, kata-kata yang tepat dipilih pada saat penyampaian. Ini tidak sesulit kedengarannya, begitu memiliki garis besar dan tahu topik apa yang akan dibahas dan dalam urutan apa, bisa mulai berlatih pidato. setiap kali menjalankannya, kata-katanya akan sedikit berbeda. Saat berlatih pidato berulang-ulang, cara terbaik untuk menyajikan setiap bagian akan muncul dan melekat di benak.

b. *The Speaker's Voice* (Suara Pembicara)

Apa pun karakteristik suara manusia yakinlah itu unik. Karena tidak ada dua orang yang secara fisik sama, maka tidak ada dua orang yang memiliki suara yang sama. Suara menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan pidato. Maka dari itu, berikut aspek-aspek suara yang harus dikontrol ketika berpidato:

1) Volume

Pada suatu waktu, suara yang kuat sangat penting bagi orator. Hari ini, amplifikasi elektronik bahkan memungkinkan orang yang berbicara lembut untuk didengar dalam pengaturan apa pun. Tetapi di kelas akan berbicara tanpa mikrofon. Ketika melakukannya, pastikan untuk menyesuaikan suara dengan akustik ruangan, ukuran audiens, dan tingkat kebisingan latar belakang. Jika berbicara terlalu keras, pendengar akan menganggap kasar. Jika berbicara terlalu pelan, mereka

tidak akan mengerti. Ingat bahwa suara selalu terdengar lebih keras dari pada pendengar.⁶²

2) Nada

Nada adalah tinggi atau rendahnya suara pembicara. Dalam pidato, nada dapat mempengaruhi arti kata atau suara. Dalam pidato, nada dapat mempengaruhi arti kata atau suara. Perubahan nada dikenal sebagai infleksi. Mereka memberikan suara lebih hangat, kehangatan, dan vitalitas. Infleksi mengungkapkan apakah mengajukan pertanyaan atau membuat pernyataan, apakah tulus atau sarkastik. Infleksi juga dapat membuat terdengar bahagia atau sedih, marah atau senang, dinamis atau tidak bergairah, tegang atau santai, tertarik atau bosan.

3) Tempo

Tempo mengacu pada kecepatan di mana seseorang berbicara. orang-orang di A.S biasanya berbicara dengan kecepatan antara 120 dan 150 kata per menit, tetapi tidak ada kecepatan yang sama untuk pembuatan pidato yang efektif. Laju cepat membantu menciptakan perasaan bahagia, takut, marah, dan terkejut, di mana laju lambat lebih baik untuk mengekspresikan kesedihan. Tempo yang lebih lambat diperlukan saat menjelaskan informasi yang rumit, tempo yang lebih cepat ketika informasi tersebut sudah familiar kepada audien.⁶³

4) Jeda

Belajar bagaimana dan kapan berhenti adalah tantangan utama bagi sebagian besar penutur pemula. Bahkan saat hening pun bisa terasa

⁶² Ibid., 248.

⁶³ Ibid., 249.

seperti selamanya. Namun, ketika mendapatkan lebih banyak ketenangan dan kepercayaan diri, akan menemukan betapa bermanfaatnya jeda itu. Itu bisa menekan akhir dari unit pemikiran, memberikan waktu ide untuk tenggelam, memberikan dampak dramatis pada sebuah pernyataan.

5) Variasi Vokal

Variasi adalah bumbu kehidupan, begitu juga bumbu berbicara di depan umum. Suara datar, tanpa daftar, tidak berubah sama mematakannya dengan pembuatan pidato seperti halnya rutinitas datar, tanpa daftar, tidak berubah adalah bagi kehidupan sehari-hari. Variasi vokal dalam pidato, meliputi beberapa elemen penting, diantaranya yaitu pitch, rate, volume, dan pause. Secara naluriah memvariasikan laju, nada, volume, dan jeda untuk membedakan *limerick* yang ringan. Saat memberikan pidato, harus memodulasi suara hanya dengan cara ini untuk mengomunikasikan ide dan perasaan. Dengan menguasai teknik ini, pembicara dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan efektivitas pesan yang disampaikan.⁶⁴

6) Pengucapan

Setiap kata menjalani kehidupan rangkap tiga yang dibaca, ditulis, dan diucapkan. kebanyakan orang mengenali dan memahami lebih banyak kata dalam membaca dari pada yang mereka gunakan dalam tulisan biasa, dan sekitar tiga kali lebih banyak dari yang terjadi dalam pidato spontan. Inilah sebabnya kadang-kadang tersandung ketika

⁶⁴ Ibid., 250.

mengucapkan kata-kata yang merupakan bagian dari bacaan atau menulis kata-kata. dalam kasus lain, kita banyak salah mengucapkan kata-kata yang paling umum karena kebiasaan.

Masalahnya adalah bahwa kita biasanya tidak tahu kapan kita salah mengucapkan kata. Di saat kita beruntung, kita belajar pengucapan yang benar dengan mendengarkan orang lain mengucapkan kata itu dengan benar atau dengan meminta seseorang untuk dengan lembut mengoreksi kita secara pribadi. Jika kita kurang beruntung, kita salah mengucapkan kata di depan ruangan penuh orang, yang banyak yang tertawa. Semua ini berargumen untuk melatih pidato di depan sebanyak mungkin teman dan kerabat yang percayai. jika memiliki keraguan tentang pelafalan yang tepat dari kata-kata tertentu, pastikan untuk memeriksa kamus.⁶⁵

7) Artikulasi

Artikulasi dan pengucapan tidak identik. Artikulasi ceroboh adalah kegagalan untuk dari suara pidato tertentu renyah dan jelas. Ini adalah salah satu dari beberapa penyebab salah pengucapan, tetapi dapat mengartikulasikan kata dengan tajam dan masih salah mengucapkannya. Misalnya, jika mengucapkan "s" di "illinois" atau "p" dalam "pneumonia," dan membuat kesalahan dalam pengucapan, terlepas dari seberapa tepat mengartikulasikan suara.

Sebagian besar artikulasi yang buruk disebabkan oleh kemalasan, karena gagal memanipulasi bibir, lidah, rahang, dan langit-langit mulut

⁶⁵ Ibid., 251.

sehingga menghasilkan suara ucapan yang jelas dan tepat. orang-orang di Amerika Serikat khususnya cenderung memilih, mengoceh, dan bergumam, dari pada mengartikulasikannya dengan jelas.

8) Dialek

Sebagian besar bahasa memiliki dialek, masing-masing dengan aksen, tata bahasa, dan kosa kata yang khas. Dialek biasanya didasarkan pada pola bicara daerah atau etnis. Kapan dialek yang diberikan sesuai untuk berbicara di depan umum? jawabannya tergantung pada komposisi audiens. Penggunaan dialek regional atau etnis yang berat dapat menyusahkan bila audiens tidak berbagi dialek tersebut. Dalam situasi seperti itu, dialek dapat menyebabkan pendengar membuat penilaian negatif tentang kepribadian, kecerdasan, dan kompetensi pembicara. Dialek regional atau etnis tidak menimbulkan masalah selama audiens akrab dengan mereka dan menemukan mereka yang sesuai. Ketika berbicara di utara, misalnya seorang politisi selatan akan kemungkinan besar tidak menggunakan dialek daerah. Tetapi ketika berbicara kepada audiensi di selatan, politisi yang sama mungkin dengan sengaja memasukkan dialek regional sebagai cara untuk menciptakan kesamaan dengan pendengarnya.⁶⁶

c. *The Speaker's Body* (Bahasa Tubuh)

Postur, ekspresi wajah, gerakan, kontak mata, semuanya memengaruhi cara pendengar merespons pembicara. Bagaimana kita menggunakan ini dan gerakan tubuh lainnya untuk berkomunikasi adalah subjek dari bidang studi

⁶⁶ Ibid., 253.

yang menarik yang disebut kinesik. Salah satu pendirinya, Ray Birdwhistell memperkirakan bahwa lebih dari 700.000 sinyal fisik dapat dikirim melalui gerakan tubuh. Penelitian telah menunjukkan bahwa sinyal-sinyal ini memiliki dampak yang signifikan terhadap makna yang dikomunikasikan oleh pembicara. Ketika bahasa tubuh pembicara tidak konsisten dengan kata-katanya, pendengar sering lebih percaya bahasa tubuh dari pada kata itu. Di sini adalah aspek utama dari tindakan fisik yang akan mempengaruhi hasil dari pidato.⁶⁷

1) Penampilan Pribadi

Sejumlah penelitian telah mengkonfirmasi bahwa penampilan pribadi berperan dan peran penting dalam pembuatan pidato. Pendengar selalu melihat sebelum mereka mendengarkan. Sama seperti menyesuaikan bahasa dengan audiens dan acara itu, juga harus berpakaian dan berpakaian secara pantas. Meskipun kekuatan bicara kadang-kadang dapat mengatasi kesan buruk yang diciptakan oleh penampilan pribadi, kemungkinan besar adalah menentangnya. terlepas dari situasi berbicara, harus mencoba membangkitkan kesan pertama yang baik.⁶⁸

2) Gerakan

Pembicara pemula sering tidak yakin tentang apa yang harus dilakukan dengan tubuh mereka saat memberikan pidato. Beberapa langkah tanpa henti bolak-balik melintasi podium, takut jika mereka berhenti, mereka akan melupakan segalanya. Atau juga terus-menerus menggeser kantong mereka, ada juga berubah menjadi patung, berdiri kaku tanpa

⁶⁷ Ibid., 255.

⁶⁸ Ibid., 256.

ekspresi dari awal sampai akhir. Kebiasaan seperti itu biasanya berasal dari kegugupan.⁶⁹

3) Sikap Badan

Penutur yang efektif tidak membutuhkan daftar gerakan yang luas. Beberapa penutur bahasa isyarat sering melakukan, yang lain hampir tidak sama sekali. Aturan utamanya adalah gerakan apa pun yang dilakukan tidak boleh mengalihkan perhatian dari pesan. Mereka harus terlihat alami dan spontan, membantu memperjelas atau memperkuat ide-ide, dan cocok untuk audiens dan acara. Gerakan cenderung untuk bekerja dengan sendirinya saat memperoleh pengalaman dan percaya diri.

4) Kontak Mata

Bola mata itu sendiri tidak mengekspresikan emosi. Namun dengan memanipulasi bola mata dan area wajah di sekitarnya terutama kelopak mata atas dan alis mata, menyampaikan serangkaian pesan nonverbal yang rumit. Begitu mengungkap pesan ini sehingga kita menganggap mata sebagai "jendela jiwa." Kita meminta mereka untuk membantu mengukur kebenaran, kecerdasan, sikap, dan perasaan pembicara.

Ketika berbicara di depan umum, ada kesepakatan luas di seluruh budaya tentang pentingnya beberapa tingkat kontak mata. Dalam kebanyakan situasi, salah satu cara tercepat untuk membangun ikatan

⁶⁹ Ibid.

komunikasi dengan pendengar adalah dengan melihatnya secara pribadi dan menyenangkan.⁷⁰

⁷⁰ Ibid., 257.