

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Putri Maya Sari	Arif Dharma Prasetiyo	Leiza Sixmansyah
	Tahun Uraian	2019	2019	2014
1.	Universitas dan Program Studi	Universitas Muhammadiyah Jakarta	Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
2	Judul	Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Lc. Ma. (Studi Kasus Dalam Ceramahnya Yang Berjudul“Membangun Ekonomi Islam”)	Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui Story Telling	Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat
3	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Retorika dakwah ustadz abdul somad	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya retorika Fadila Yahya dalam story telling yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana K.H. Muchammad Syarif Hidayat menerapkan retorika dakwah dalam dakwahnya
4	Metode Penelitian	Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif.	Penelitian ini digali melalui pendekatan kualitatif lapangan (field research) jenis deskriptif	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif analisis
5	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini adalah kemampuan Ustadz Abdul Somad dalam memainkan tinggi rendahnya suara menggunakan bahasa menarik, resmi dan tak resmi, menegah, percakapan, erotesis, epistropa dan anafora.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa.Fadila Yahya menggunakan gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yaitu gaya bahasa resmi, gaya Bahasa tidak resmi dan gaya bahasa percakapan yang menjadi dominan dalam story tellingnya. Gaya gerak tubuh yang digunakan Fadila Yahya begitu banyak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan retorika dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat adalah monologika karena pemakaian gaya retorika seperti ini jamaah dapat lebih paham dan apa yang disampaikan lebih dapat menyerap pesan dakwahnya. Oleh

			dan saling mendukung.	Sebab itu retorika dengan andakwah saling berhubung andanti dak dapat dipisahk andan penerapan retorika dalam dakwah itu akan menghasilkan be rhasil atautidakny adakwahters ebut
6	Perbedaan dengan Penelitian yang dilakukan	Objek penelitian ini yang diteliti menggunakan studi kasus	Objek penelitian ini menggunakan kualitatif lapangan	Objek penelitian ini menggunakan metode deskriptif
7	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sekarang	Penelitian yang sedang dilakukan ini menggunakan pendekatan studies performances atau seni pertunjukan, sebuah pendekatan interdisipliner yang mempertemukan berbagai disiplin, antara lain kajian teater, antropologi, antropologi tari, etnomusikologi, folklore, semiotika, sejarah linguistik, koreografi, dan kritik		

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sumber : *Peneliti 2020*

2.2. Tinjauan Teoretis/Kerangka Pemikiran

2.2.1 Tinjauan Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Menurut Stuart (1983) Kata Komunikasi berasal dari bahasa latin, *Communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart dalam Rismawaty, dkk. 2014:65)

Komunikasi merupakan alat utama yang digunakan dalam rangka melakukan interaksi yang berkesinambungan untuk berbagai tujuan

menurut kepentingannya. Komunikasi bersifat fundamental karena berbagai maksud dan tujuan yang ingin dicapai memerlukan adanya suatu pengungkapan atas dasar-dasar tujuan tersebut, maka dalam hal ini komunikasi menjadi alat utama yang digunakan untuk menyampaikan tujuan-tujuan tersebut. Komunikasi sangat mendasari berbagai pemaknaan yang akan dibuat dan yang akan terbuat setelahnya.

Komunikasi sebagai tindakan satu arah (*linear*) yaitu proses dimana pesan diibaratkan mengalir dari sumber dengan melalui beberapa komponen menuju kepada Komunikan (Sendjaja,1994:178) Definisi tersebut sesuai dengan pendapat Everett M.Rogers yang mengatakan “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada penerima atau lebih,dengan maksud untuk mengubah tingkah laku”(Mulyana,2002:62). Sedangkan Gerald R Miller(1996) berpendapat”komunikasi pada dasarnya penyampaian pesan yang disengaja dari sumber terhadap penerima dengan tujuan mempengaruhi tingkah laku penerima.”(Sendjaja,1994:21 dalam Rohim,2009:9)Berbagai pendapat untuk menjelaskan komunikasi juga diungkapkan oleh Charles R. Berger dan Steven H. Chaffe dalam buku *Handbook Communication Science*(1983:17) yang dikutip oleh Wiryanto, menerangkan bahwa:

“Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing and effect

(Ilmu komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari teor-teori menurut hukum generalisasi guna menjelaskan fenomena yang berhubungan dengan produksi, pemrosesan dan efeknya).” (Wiryanto, 2004:3)

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Menurut perspektif ahli komunikasi yang lain yaitu William I Gordon dalam buku Deddy Mulyana terdapat 4 fungsi komunikasi yang meliputi :

1. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain namun dapat dilakukan sejauh komunikasi bisa menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan / emosi kita

2. Komunikasi social

Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan

3. Komunikasi ritual

Komunikasi yang menampilkan perilaku tertentu yang bersifat simbolik dan berkomitmen untuk kembali pada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideology dan agama. Komunikasi ritual ini erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif.

4. Komunikasi instrumental

Komunikasi ini memiliki beberapa tujuan umum seperti menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, keyakinan, perilaku dan menghibur, komunikasi sebagai instrumental untuk membangun suatu hubungan begitu pula

Secara garis besar fungsi komunikasi terbagi menjadi 4 fungsi yaitu sebagai komunikasi ekspresif, komunikasi sosial, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental. Fungsi-fungsi tersebut mencakup dengan berbagai macam tujuan individu yang lain, selain untuk menyampaikan apa yang dimaksud atau menyampaikan informasi kepada komunikan fungsi tersebut juga untuk menerima respon dari komunikan.

Menurut pandangan Onong Uchjana Effendy yang menjelaskan bahwasannya terdapat 4 fungsi dari komunikasi. Fungsi-fungsi tersebut ialah :

1. *To Inform*

Memberikan informasi kepada masyarakat dan memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa

yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain serta segala sesuatu yang disampaikan oleh orang lain

2. *To Educate*

Sebagai sarana pendidikan. Bahwasannya dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan

3. *To Entertain*

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. *To Influence*

Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha mengubah sikap dan tingkah lakukomunikan sesuai dengan yang diharapkan. (**effendy**, 1994 : 36)

Dari penjelasan diatas mengenai fungsi komunikasi dapat disimpulkan fungsi komunikasi sifatnya mempengaruhi dan membujuk hingga komunikan dapat mempercayai informasi hingga dapat tersuasai untuk melakukan hal-hal yang disampaikan oleh komunkator. Diharapkan dengan cara persuasi komunikan tidak merasa dipaksa olehn komunikator dan dapat melakukan tindakan yang akhirnya dianggap bahwa itu adalah keinginannya sendiri tanpa ada rasa keterpaksaan .

2.2.1.3 Proses Komunikasi

Secara garis besar, Laswell dalam Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yakni :

1. Proses Komunikasi Primer

Proses ini adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses Komunikasi Sekunder

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikasi sebagai sasaran berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb). Dan media nirmasa (telepon, surat, megapon, dsb).

Jadi proses komunikasi ini dibagi menjadi dua, yaitu ada proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Dimana proses komunikasi primer itu menggunakan lambang sebagai media dalam proses komunikasinya adalah bahasa, isyarat, gambar, warna. Sedangkan proses komunikasi sekunder menggunakan alat sebagai media kedua sesudah memakai lambang atau simbol, proses komunikasi secara sekunder ini juga sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Proses ini menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa dan media nirmasa atau media non-massa. Media massa bisa menggunakan seperti : surat kabar, televisi, radio, dst. Dan media nirmasa bisa menggunakan seperti : telepon, surat, megapon, dst. Pentingnya peranan media, televisi, radio, merupakan media yang cukup efisien dalam mencapai komunikasi dalam jumlah yang banyak.

2.2.1.4 Unsur – Unsur Komunikasi

Menurut Cangara (2007:23) unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Sumber

Sumber peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, partai, organisasi atau lembaga.

2. Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap

muka atau melalui media komunikasi yang isinya dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

3. Media

Media yang dimaksud adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi antarpribadi panca indera dan berbagai saluran komunikasi seperti telepon, telegram digolongkan sebagai media komunikasi.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan atau apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan.

6. Tanggapan balik

Umpan balik adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima, tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan dalam empat macam yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan lingkungan dimensi waktu.

Namun ada pendapat lain tentang unsur-unsur komunikasi menurut Nurjaman dan Umam, (2012:36-38) bahwa agar sebuah proses komunikasi menjadi efektif, diperlukannya unsur-unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi yaitu :

1. Komunikator, yaitu orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok
2. Komunikan, yaitu orang yang menerima pesan dari komunikator
3. Saluran/media, yaitu jalan yang dilalui oleh isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Berdasarkan definisi dari Harold Lasswell dalam Mulyana (2012: 69-71) yang menjelaskan tentang komunikasi adalah WhoSays? What in? Whichchannel?To Whom?WithWhatEffect?ini dapat dijelaskan bahwa unsur komunikasi ada 5 unsur, yaitu:

- a. WhoSays yaitu yang berarti siapa pelaku yang menyampaikan informasi atau sumber, atau komunikator.
- b. What in yaitu pesan atau isi informasi yang akan disampaikan.
- c. Which Channel yaitu saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi.
- d. To Whom yaitu penerima pesan atau komunikan.

WithWhatEffect yaitu apa yang terjadi pada penerimakomunikansetelah menerima pesan atau informasi dari sumber / komunikan.

Unsur komunikasi yang lain menurut Liliweri (2011: 39-43) bahwa komunikasi memiliki berbagai unsur yaitu pengirim, penerima, encoding dan decoding, pesan, saluran, noise, feedback, kerangka pengalaman dan konteks. Sedangkan menurut David K. Berlo dalam Cangara (2007: 23) membuat sebuah formula untuk unsur komunikasi yang lebih sederhana yang dikenal SMCR yakni : Source (pengirim), Message (pesan), Channel (saluran-media) dan Receiver (penerima

Dari unsur-unsur komunikasi pendapat dari para ahli diatas tersebut mempunyai tugasnya masing-masing,tugas tersebut berhubungan satu sama lain untuk menghasilkan suatu komunikasi. Unsur-unsur tersebut pun bisa mempengaruhi satu sama lain,jika ada salah satu unsur yang tidak berfungsi maka komunikasi tidak dapat berjalan lancar. Meskipun setiap pendapat para ahli ini berbeda namun intinya sama yaitu unsur-unsur komunikasi tersebut memiliki

hubungan yang erat dan juga saling berketergantungan satu dengan lain yang dapat juga menentukan keberhasilan dari komunikasi.

2.2.1.5 Tujuan Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy tujuan dari komunikasi terdiri dari 4 point, point-point tersebut mencakup :

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion Change*)
3. Perubahan perilaku (*Behavior Change*)
4. Perubahan sosial (*Sosial Change*) (Effendy, 2004 : 8)

Ada pun dua tujuan komunikasi menurut Gordon seperti yang tertera dalam literature ilmiah Nalom Naipospos. Tujuan-tujuan komunikasi tersebut meliputi :

1. Kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran akan lingkungan dan menikmati hidup.
2. Kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Naipospos, 2009 : 50)

Lalu tujuan dari komunikasi yang dikemukakan oleh Dan B.

Curtis dalam buku Komunikasi Bisnis Profesional sebagai berikut:

1. Memberikan informasi, kepada para klien, kolega, bawahan dan penyelia (supervisor)
2. Menolong orang lain, memberikan nasihat kepada oranglain, ataupun berusaha memotivasi orang lain dalam mencapai tujuan.
3. Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan
4. Mengevaluasi perilaku secara efektif

Garis besar dari tujuan komunikasi sendiri tersebut yaitu untuk memberikan informasi kepada orang ,menggerakkan oranglain untuk melakukan sesuatu,dan juga tujaun dari komunikasi ini bisa menyelesaikan masalah dan membuat keputusan. Betapa pentingnya tujuan dari komunikasi ini,karena dari komunikasi kita dapat merubah

perilaku orang, merubah sikap orang, merubah pendapat orang. Dari komunikasi juga kita dapat menciptakan hubungan yang baik dengan orang lain, saling bertukar informasi, dan juga dari komunikasi ini kita dapat menolong orang lain dengan memberikan nasihat kepada orang lain ketika ia sedang ada permasalahan.

2.2.1.6 Bentuk-Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan tingkatan (level), dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak

1. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication)

Komunikasi antara dua orang atau lebih dengan tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

2. Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)

Yaitu komunikasi dengan diri sendiri komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari.

3. Komunikasi Publik

Yaitu komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk

4. Komunikasi Kelompok

Yaitu komunikasi dengan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya,

dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut..

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi ini terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.

6. Komunikasi Massa

komunikasi dimana komunikasinya melalui media massa seperti televisi, radio, majalah dan lain sebagainya dan komunikasi massa menurut Dedy Mulyana adalah :

“Komunikasi massa menurut adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen, pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik)”. (Mulyana, 2003 : 72-75)

Dalam komunikasi terdapat beberapa bentuknya diantaranya antarpribadi, komunikasi interpersonal, komunikasi publik, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Bentuk-bentuk tersebut bisa terjadi kapanpun, dimanapun, dan siapapun. Terjadi pada dirisendiri atau terjadi dengan dua orang atau lebih. Meskipun bentuk-bentuk komunikasi ini bervariasi namun secara garis besarnya komunikasi ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mau itu secara komunikasi antarpribadi maupun komunikasi massa yang menggunakan media sebagai alat komunikasinya.

2.2.1.7 Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsur-unsurnya disesuaikan visi dan misi dakwah. Menurut Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Jadi dari segi proses komunikasi dakwah

hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai.

Tujuan komunikasi dakwah

Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa tujuan dari komunikasi dakwah itu adalah:

Bagi setiap pribadi muslim: dengan melakukan dakwah berarti bertujuan untuk melaksanakan salah satu kewajiban agamanya, yaitu Islam. Tujuan daripada komunikasi dakwah ini, adalah terjadinya perubahan tingkah laku, sikap atau perbuatan yang sesuai dengan pesan-pesan (risalah) Alqur'an dan sunnah.

Unsur-unsur komunikasi dakwah

Dalam kegiatan dan aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah diantaranya:

1. Da'i Adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga.
2. Mad'u Adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.
3. Materi/Pesan Dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran islam itu sendiri.

4. Media Dakwah Yakni alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran islam. Hamzah Ya'kub membagi media dakwah menjadi : lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlaq.

Efek Dakwah Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan feed back (umpan balik) adalah umpan balik dari proses dakwah. Menurut Jalaluddin Rahmat efek dapat menjadi pada tataran yaitu:

1. Efek kognitif, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek afektif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
3. Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.

2.2.2 Tinjauan Retorika

2.2.2.1 Definisi Retorika

Istilah “retorika” atau menurut sebagian ahli disebut “retorik” belum begitu populer di Indonesia. Istilah ini barangkali terbatas pemahamannya dikalangan mereka yang mempelajarinya saja atau pada lembaga-lembaga yang secara langsung berkepentingan dengan ilmu ini. Tidak populernya istilah tersebut dikalangan bangsa Indonesia, tidak berarti bahwa bangsa ini tidak memanfaatkan retorika.

Gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam ilmu retorika dengan istilah *style*. Gaya (*style*) adalah ciri khas penceramah ketika menyampaikan sesuatu pesan kepada para pendengar (*audience*), biasanya gaya atau *style* ini meliputi gerakan tangan, gerakan anggota tubuh, mengkerutkan kening, arah pandang, melihat persiapan, membuka lembaran buku, persiapan dan sebagainya. Sedangkan menurut Gorys Keraf, gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, bahasa tingkah laku, berpakaian dan sebagainya.

Retorika telah banyak dimanfaatkan dalam kegiatan bertutur, baik bertutur secara spontan, secara tradisional maupun secara terencana. Bahkan pada hakekatnya bermasyarakat dan berbudaya lewat kegiatan bertuturnya, hanya saja mereka tidak menggunakan istilah retorika sebagai kegiatan bertuturnya. Retorika berasal dari bahasa Yunani “*rethor*” yang dalam bahasa Inggris sama dengan “*orator*” artinya orang yang mahir berbicara dihadapan umum dalam bahasa Inggris ilmu ini banyak dikenal dengan “*rhetorics*” artinya ilmu pidato di depan umum.

Menurut Plato, retorika adalah merebut jiwa manusia melalui kata-kata. Pengertian retorika semacam ini lebih ditekankan pada unsur psikologis dalam penyampaiannya. Hal ini dikarenakan upaya untuk merebut jiwa massa adalah unsur terpenting dalam pengaplikasian retorika model ini. Seseorang yang melaksanakan orasi di depan umum dengan lantang dan lancar sebenarnya belum tentu ia merebut jiwa pendengar bahkan kadang-kadang bisa terjadi massa justru berbalik meninggalkannya, dikarenakan hati mereka tidak senang dengan isi,

sikap, dan ucapan orator tersebut. Ini semua disebabkan karena orator tidak berhasil dalam merebut jiwa hadirin. Sebaliknya, ada juga orator yang tingkat kecakapan orasinya sedang-sedang saja, tidak sebanding dengan orator yang tersebut diatas, tetapi Karena ia dapat merebut jiwa massa, kata-kata yang disampaikan serba indah, benar dan sesekali diselingi humor maka hadirin justru lebih senang kepada orator yang demikian ini, karena ia telah berhasil untuk membuat hadirin tidak bosan-bosannya mendengar orasi yang disampaikan berapapun lamanya

Retorika sebenarnya bukan hanya ilmu yang mempelajari sekedar berbicara. Tetapi juga merupakan sebuah ilmu yang saling berhubungan, antara seni berbicara dengan pengetahuan dari suatu masalah. Hal tersebut bertujuan untuk meyakinkan khalayak umum dengan menggunakan pendekatan persuasif. Hal lain yang harus diperhatikan oleh komunikator adalah kemampuan menyampaikan pesan dengan menggunakan logika. Retorika merupakan bagian ilmu bahasa (linguistik) khususnya ilmu bina bicara (*sprecherziehung*). Menurut Dori retorika mempunyai beberapa bagian yaitu:

1) Monologika.

Monologika adalah ilmu yang mempelajari tentang seni dalam berbicara secara monolog. Dimana hanya ada satu orang yang berbicara seperti pidato, sambutan, ceramah maupun deklarasi.

2) Dialogika.

Dialogika adalah ilmu yang mempelajari tentang seni dalam berbicara yang dilakukan dengan cara berdialog. Dimana akan terdapat dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam suatu proses pembicaraan seperti, diskusi, debat dan lain sebagainya.

3) Pembinaan Teknik Bicara.

Efektifitas monologika dan dialogika tergantung pada teknik bicara. Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika. Oleh karena itu pembinaan tehnik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Dalam pembagian ini lebih diarahkan pada pembinaan teknik

bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita. Retorika juga mempunyai pengertian dari beberapa ahli yang berbeda-beda. Corax berpendapat bahwa retorika adalah sebuah kecakapan seseorang untuk menyampaikan isi pesannya di depan khalayak umum. Dalam hal tersebut, maka diperlukan kefasihan dan kelancaran untuk mengucapkan kata-kata dari sebuah kalimat. Plato mengartikan retorika sebagai ilmu yang mempelajari tentang kepandaian dalam merebut perhatian audiens, sehingga lebih menekankan pada unsur psikologis dalam penyampaiannya.

Bagian-bagian tersebut sangat penting dipelajari karena didalamnya memuat jenis jenis dialogika seperti diskusi, tanya jawab, debat, ceramah, dan juga bagaimana teknik dalam berbicara. Masing masing bagian tersebut sering digunakan dalam beretorika selain pidato.

Seorang komunikator yang pandai berbicara (berpidato, ceramah dan orasi) di depan umum dengan lantang belum tentu mereka dapat menarik perhatian audiens. Bahkan kadang audiens berbicara sendiri, ngobrol dengan teman ataupun malah meninggalkan acara dikarenakan kurang menarik. Hal tersebut dapat terjadi karena seorang pembicara yang tidak berhasil dalam melakukan retorika dengan baik, sehingga mereka kurang mampu dalam menarik perhatian komunikan. Adapula seseorang yang mempunyai kemampuan berbicaranya sedang-sedang saja, namun ia dapat menarik perhatian komunikan. Hal tersebut akan membuat mereka merasa senang dan dapat memahami isi pesan yang disampaikan. Dengan begitu komunikator tersebut telah mampu menerapkan ilmu retorika dengan baik

2.2.2.2 Tujuan Retorika

Menurut Toto Asmara (1997:156) ada 5 tujuan retorika diantaranya :

1. *To Inform*, yaitu memberikan penerangan dan pengertian kepada massa, guna memberikan penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.

2. *To Convince*, yaitu meyakinkan kepada massa terkait argumen yang disampaikan agar mau mengikuti dan merubah pandangannya.
3. *To Inspire*, yaitu menimbulkan inspirasi dengan teknik dan sistem penyampaian yang baik.
4. *To Entertain*, yaitu untuk menggembirakan, menghibur dan menyenangkan, dan memuaskan massa.
5. *To Ectuate*, yaitu menggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak menetralsir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator dihadapan massa (Toto Asmara,1997:156)

Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari retorika itu sendiri yaitu untuk meyakinkan, menggerakkan, memberikan penerangan, dan menggembirakan pendengar atau pembaca terhadap apa yang kita bicarakan atau apa yang kita tuliskan dengan memperhatikan beberapa hal diantaranya logos, pathos, etos.

2.2.2.3 Fungsi Retorika

I Gusti Ngurah Okta menjelaskan bahwa fungsi retorika adalah:

1. Untuk menyediakan gambaran yang jelas tentang manusia terutama dalam hubungan kegiatan bertutur kata, termasuk kedalam gambaran ini antara lain gambaran proses kejiwaan ketika ia terdorong untuk bertutur dan ketika ia mengidentifikasi pokok persoalan sampai retorika bertutur ditampilkan.
2. Menampilkan gambaran yang jelas tentang bahasa atau benda yang bisa diangkat menjadi topik pembicaraan, misalnya gambaran tentang hakikat, struktur, dan fungsi topik pembicaraan
3. Mengemukakan gambaran yang terperinci tentang masalah pembicaraan misalnya dikemukakan tentang hakikat, struktur, dan bagian – bagian topik pembicaraan

Fungsi dari retorika tersebut sangatlah banyak namun pada hakikatnya hanya satu yaitu menciptakan seorang pembicara yang profesional, yang menarik yang dapat memahami komunikasi sehingga tercapainya maksud apa yang kita inginkan. Fungsi retorika ini menuntut kita sebagaimana seharusnya membuat persiapan, penyusunan dan penyampaian pidato. Ilmu ini juga memberikan gambaran pemahaman yang lebih baik

mengenai fenomena-fenomena retorika dalam segala kegiatan manusia dengan kegiatannya. Dan juga dapat memberikan bimbingan dan petunjuk kepada kita tentang cara mengemukakan tutur yang lebih jelas, dan juga lebih meyakinkan.

2.2.2.4 Lima Hukum Retorika

Dari Aristoteles dan ahli retorika klasik, memperoleh lima tahap penyusunan pidato: terkenal sebagai Lima Hukum Retorika (*The five Canons of Rhetoric*). Lima Hukum tersebut adalah:

1. *Invention* (penemuan bahan).

Pada tahap ini, pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Bagi Aristoteles, retorika tidak lain daripada “kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada”. Dalam tahap ini pembicara merumuskan tujuan dan khalayak

Aristoteles menyebutkan tiga cara untuk mempengaruhi manusia. Pertama, anda harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (*ethos*). Kedua, anda harus menyentuh hati khalayak: perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang mereka (*pathos*). Ketiga, anda meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti, disini anda mendekati khalayak lewat otaknya (*logos*).

2. *Dispositio* (penyusunan bahan/materi)

Pada tahap ini, pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan. Pesan harus dibagi ke dalam beberapa bagian yang berkaitan secara logis. Seperti: pendahuluan, pembahasan, dan penutup.

3. *Elocutio* (gaya/pemilihan bahasa yang indah)

Pada tahap ini, pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk “mengemas” pesannya. Gunakan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima; pilih kata-kata yang jelas dan langsung, sampaikan kalimat yang indah dan mulia dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak dan pembicara

4. *Memoria* (mengingat materi) Pada tahap ini, pembicara harus mengingat apa yang ingin disampaikan, dengan mengatur bahan-bahan pembicaraannya.

5. *Pronuntiatio* (penyampaian)

Pada tahap ini, pembicara menyampaikan pesannya secara lisan. Disini, acting sangat berperan. Pembicara harus memperhatikan olah suara (*vocis*) dan gerakan-gerakan anggota badan (*gestus moderatio cum venustate*)

Garis besar dari lima hukum retorika diatas yaitu lima hukum tersebut harus ada didalam retorika karena lima hukum tersebut saling terkait dan juga agar dapat terciptanya kesuksesan dalam beretorika.

2.2.2.5 Macam-Macam Gaya Retorika

A. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara seseorang dalam menggunakan bahasa untuk mengungkapkan suatu kalimat. Dari gaya bahasa seseorang dapat dinilai dari berbagai aspek baik dari segi pendidikan, daerah, lingkungan maupun sifatnya. Gaya adalah ciri khas penceramah ketika menyampaikan suatu pesan kepada para pendengar (*audience*), biasanya gaya (*style*) relatif tetap. Oleh karena itu gaya ceramah yang baik perlu diperhatikan dengan serius. Jadi gaya yang sudah menjadi ciri khas lebih diperbaiki dan diperbanyak sehingga lebih bervariasi. Hal itu dimaksudkan untuk menjauhkan rasa kebosanan dan dugaan yang kurang baik dari *audience*. (Asmuni Syukir,1983:118).

Dalam menggunakan bahasa yang baik, maka harus mengandung tiga unsur. yaitu kesopanan, kejujuran dan menarik. Gaya bahasa mempunyai beberapa jenis diantaranya:(Gorys Keraf,1996:112)

1. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapat dibedakan menjadi tiga antara lain: gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi dan gaya bahasa percakapan.

a. Gaya Bahasa Resmi.

Yaitu gaya yang bentuknya lengkap, menggunakan bahasa baku, menggunakan EYD lengkap serta nada bicara cenderung datar. Bahasa resmi biasanya digunakan dalam berbagai acara resmi. Seperti acara kepresidenan, khutbah, pidato-pidato penting dan juga dijadikan sebagai bahasa tulisan.

b. Gaya bahasa tak resmi.

Yaitu gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar. Biasanya bahasa ini dipergunakan pada acara-acara yang tidak formal, sehingga bersifat konservatif.

c. Gaya bahasa percakapan

Gaya bahasa ini lebih bersifat populer dan menggunakan bahasa percakapan. Bahasa disini harus ditambahkan dari segi-segi morfologis dan sintaksis. Dengan begitu secara bersama-sama akan membentuk gaya bahasa percakapan

2. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada.

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang diungkapkan dengan menggunakan kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana.

a. Gaya Sederhana

Gaya sederhana ini biasanya cocok dan efektif digunakan untuk memberikan intruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab untuk dapat menggunakan bahasa ini dengan efektif.

b. Gaya menengah

Gaya yang bertujuan untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Menggunakan nada yang bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan juga mengandung humor yang sehat.

3. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Berdasarkan struktur kalimat yang di kemukakan di atas, maka dapat diperoleh gaya-gaya sebagai berikut:

a) Gaya bahasa klimaks

Gaya bahasa klimaks dihasilkan dari kalimat yang berstruktur menggendur.

b) Gaya bahasa Antiklimaks

Gaya ini merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dari gagasan terpenting ke gagasan yang kurang penting

c) Antitesis

sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan, dengan menggunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan

B. Gaya Irama Suara, gaya irama suara terdiri dari :

1. Rate atau kecepatan
merupakan cepat lambat dalam irama suara.
2. Pause
Bagi pembicara, hentian memberinya peluang untuk berfikir, mencari kata yang paling tepat, dan merencanakan gagasan yang akan dikemukakan. Hentian juga dipergunakan untuk mengatur satuan-satuan pikiran.
3. Durasi
Seberapa lama sesuatu berakhir, dapat diartikan seberapa lama bunyi berakhir atau seberapa lama macam-macam bagian dari sebuah presentasi berakhir.
 - a) Rhythm (Tempo)
 - b) Pitch (Nada)
 - c) Volume
 - d) Emunciation

C. Gaya Gerak Tubuh

Gerak tubuh juga membantu menguatkan bunyi vokal, memberi kerangka atau menguatkan ucapan bagi seorang pembicara. Gerak tubuh dalam komunikasi terdiri dari:

1. Kontak Mata
2. Ekspresi wajah
3. Gestur
4. Pakaian yang sesuai
5. Perpindahan tubuh

Dilihat dari segi bahasa, gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa. Gaya bahasa memungkinkan kita dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa itu. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya; semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian yang diberikan padanya. Syarat syarat gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur, yaitu:

1. Kejujuran

Kejujuran adalah suatu pengorbanan. Bila orang hanya mencari kesenangan dengan mengabaikan segi kejujuran, maka akan timbullah hal-hal yang menjijikkan. Hidup seseorang (manusia) hanya dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri dan bagi sesamanya, kalau hidup itu dilandaskan pada sendi-sendi kejujuran.

2. Sopan santun

Sopan santun adalah memberi penghargaan atau menghormati orang yang diajak bicara, khususnya pendengar atau pembaca

3. Menarik

Gaya bahasa yang digunakan oleh da'i harus menarik. Sebuah gaya yang menarik dapat diukur melalui beberapa komponen berikut. Variasi, humor yang sehat, pengertian yang baik, tenaga hidup (vitalitas), dan penuh gaya hayal (imajinasi) (Gorys Keraf, 113-115)

Gaya dianggap penting, untuk menunjang keberhasilan dalam menyampaikan pesan. Sebagaimana dikatakan oleh Ernest G. Bormann dan Nancy C. Bormann bahwa : "Seorang pembicara bisa memberikan tekanan lebih atau memperluas kata-kata suatu pesan secara nonverbal. Teknik ini dapat meningkatkan sifat ekspresi pembicara dan semakin memperjelas informasi. Penyampai pesan dapat mengulang makna (memperbanyak) dengan mengatakan hal-hal yang sama secara nonverbal dan verbal, sehingga gerak tubuh, melodi vocal, dan kata-kata, saling memperkuat

Gerak tubuh juga membantu menguatkan bunyi vocal, memberi kerangka, atau menguatkan ucapan bagi seorang pembicara. Pembicara dapat menggunakan anggukan kepala, gerak lengan, atau gerak jarinya untuk menunjukkan bilamana komentar mulai dan berakhir. (Ernest G. Bormann Dan Nancy C, 1991:66).

Salah satu alat terpenting yang digunakan pembicara dalam komunikasi non verbal yaitu ekspresi wajah. Senyum, ketawa, kerutan dahi, mimik yang lucu, gerakan alis yang menunjukkan keraguan, rasa kaget dan sebagainya dapat

menekankan atau mengungkapkan maksud pembicara. Namun kenyataan menunjukkan bahwa banyak pembicara yang gagal untuk menggunakan ekspresi wajah sebagai alat komunikasi yang efektif.

Pembicara hanya akan menghasilkan pembicaraan yang membosankan dan juga menunjukkan ekspresi wajah yang kosong. Begitu juga seseorang yang berbicara di depan publik, seringkali kelihatan menjenuhkan. Hal ini disebabkan karena ia tidak sadar bahwa ekspresi wajahnya tidak dapat ditangkap oleh hadirin yang jauh dari tempat ia berbicara. Senyuman sering tidak dapat dilihat dalam jarak dua belas kaki atau lebih

2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

