

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Retorika

1. Pengertian Retorika

Dalam bahasa Inggris retorika adalah *Rethoric* serta berasal dari bahasa latin yaitu *Rethorika* yang berarti seni berbicara atau ilmu berbicara. Cleanth Brooks dan Robert Penn Warren dalam bukunya yang berjudul “*Modern Rethoric*” mendefinisikannya sebagai “*The art using language effectively*” atau seni menggunakan bahasa efektif. Secara Leksikal (makna kamus), kata retorika berarti: (1) keterampilan berbahasa efektif; (2) kajian penggunaan bahasa yang efektif dalam karang-mengarang; dan (3) seni berpidato megah dan bombastis.¹

Dari ketiga penjelasan tersebut, yang sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu makna yang pertama dan ketiga, meskipun definisi yang ketiga juga menunjukkan adanya perubahan makna retorika yang sebenarnya. Ada yang mengatakan bahwa retorika berarti ilmu berbicara atau berbicara di depan umum untuk menciptakan kesan yang diinginkan. Menurut Aristoteles, retorika merupakan seni menyajikan serta menyakinkan pengetahuan yang ada. Retorika harus mencari kebenaran, bukan memainkan kata-kata kosong. Retorika memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan tuturan guna menyakinkan atau membujuk pendengarnya dengan menunjukkan kebenaran secara logika.²

¹ Udin, Retorika Dan Narasi Dakwah Bagi Pemula, 1st ed. (Mataram: Sanabil, 2019), 2.

² Anwar Arifin, Dakwah Kontemporer. Sebuah Studi Komunikasi, 1st ed. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 261.

Sebenarnya retorika bukan sekedar berbicara di depan umum, melainkan perpaduan antara seni berbicara dengan pengetahuan atau isu-isu tertentu untuk menyakinkan orang, biasanya dengan pendekatan persuasif. Kajian lain yang patut diperhatikan dalam retorika adalah kemampuan seorang pembicara dalam hal logika.

Menurut Jalaluddin Rakhmat:

- a. Dalam arti luas, retorika adalah studi tentang bagaimana mengatur menyusun kata-kata sehingga timbul kesan yang diinginkan pada diri publik.
- b. Dalam arti sempit, retorika adalah studi tentang prinsip asas penyusunan, penyiapan dan penyampaian pidato agar tercapai tujuan yang diinginkan.

Menurut Plato, retorika adalah menangkap jiwa manusia melalui perkataan. Makna retorika jenis ini dalam penyampaiannya lebih ditekankan pada unsur psikologis. Hal ini disebabkan upaya untuk menangkap jiwa massa merupakan elemen terpenting dalam menerapkan retorika model ini. Seseorang yang memberikan pidato didepan publik dengan keras dan fasih ternyata belum tentu merebut hati pendengarnya mungkin saja bisa terjadi bahwa massa berbalik dan berjalan pergi, karena hati mereka tidak senang dengan isi, sikap dan kata-kata pembicara tersebut. semua ini disebabkan oleh fakta bahwa pembicara gagal memahami jiwa pendengar.

Sebaliknya, ada juga penutur yang tingkat keterampilan berbicaranya biasa-biasa saja, tidak sepintar yang disebutkan sebelumnya,

tapi karena dia mampu memenangkan jiwa massa, kata-kata yang diucapkannya mencakup segalanya indah, jujur dan sesekali diselingi candaan, pendengar pun semakin bahagia kepada penutur seperti itu, karena berhasil dilakukan pendengar pun tidak bosan mendengarkan pidato yang diberikan berapapun lamanya.³

Dari definisi diatas bisa dikatakan bahwa retorika merupakan ilmu yang mengkaji tentang bagaimana mengatakan sesuatu pada khalayak dengan memakai segala jenis bicara yang bertujuan untuk menguasai hati serta kemauan orang, dengan kata lain, retorika adalah studi yang mempunyai prinsip komunikasi serta menjelaskan aturan mengenai kebutuhan yang dibutuhkan oleh seorang komunikator terkait etika dan sifat. Retorika sangat dibutuhkan untuk setiap komunikator agar pesan pidato atau retorika dapat diterima oleh khalayak dengan harapan tujuan yang ingin dicapai bisa diwujudkan. Maka dari itu mempelajari ilmu retorika merupakan hal yang penting.⁴

2. Unsur Pendukung Retorika

Terdapat empat unsur utama yang menjadi pendukung retorika unsur tersebut terdiri dari etika dan nilai moral, bahasa, pengetahuan yang memadai dan penalaran yang baik. Keempat unsur ini tidak bisa terlepas dari hakikat retorika. Keempat unsur ini meliputi:

³ Fauzi, "Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad," 14.

⁴ Udin, Retorika Dan Narasi Dakwah Bagi Pemula, 3.

a. Etika dan Nilai Moral

Unsur yang terpenting dalam retorika yakni etika dan nilai moral. Unsur ini menjadi penting karena kegiatan komunikasi yang baik bisa dilihat dari etika dan nilai moral. Seorang komunikator seharusnya memperhatikan beberapa unsur yang menjadikan komunikasi atau pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh komunikan, tidak hanya memperlihatkan *skill* berkomunikasi yang dinilai menarik bagi seorang komunikator. Hal ini harus menjadi landasan bagi orang-orang yang mendalami ilmu retorika supaya komunikasinya dapat dipertanggung jawabkan. Komunikator harus memperhatikan tiga syarat yang berhubungan dengan etika dalam menyampaikan pesannya, 1) menyadari kemungkinan berbuat salah serta bertanggung jawab atas pemilihan unsur-unsur persuasif, 2) dapat mengetahui konsekuensi atas apa yang diperbuat, 3) dapat mendengarkan audiens ketika pesan yang disampaikan tidak disetujui.

b. Bahasa

Selanjutnya yang menjadi unsur retorika yaitu bahasa, karena retorika tidak bisa berjalan tanpa bahasa. Seorang komunikator harus melihat unsur bahasa yang digunakan dalam retorikanya. Unsur bahasa yang dipilih bisa berupa kata, istilah, ungkapan, kalimat, gaya bahasa, dan sebagainya. Kebebasan dalam memilih unsur bahasa menjadikan komunikator untuk tetap bertanggung jawab dengan apa yang disampaikan sesuai dengan unsur etika dan nilai moral.

c. Pengetahuan yang Memadai

Seorang komunikator harus memahami apa yang akan disampaikan kepada audiens jika tidak didukung dengan pengetahuan yang luas, maka seorang komunikator itu dapat dianggap sebagai tukang bual. Untuk mendukung kepercayaan audiens maka seorang komunikator harus memiliki data-data yang cukup relevan sesuai dengan pesan yang disampaikan. Selain itu, ide ataupun gagasan perlu dimiliki oleh seorang komunikator. Terdapat materi dan juga strategi penyampaian yang wajib dikuasai oleh pengirim pesan karena hal tersebut menjadi keberhasilan retorika.

d. Penalaran yang Baik

Penalaran yang baik memiliki kekuatan serta dukungan terhadap kebenaran data yang disampaikan. Sesuai dengan pendapat Aristoteles retorika bukan hanya permainan bahasa atau permainan kata-kata. Retorika juga membutuhkan sebuah penalaran yang baik oleh komunikator yang digunakan sebagai penguat argument yang disampaikan. Penalaran yang baik bisa juga dilakukan oleh pengguna retorika dengan silogisme, entimen, induksi, deduksi, dan memperlihatkan permasalahan yang terjadi secara nyata. Oleh sebab itu pada retorika terkandung dua hal, yaitu karakter komunikator dan alasan-alasan. Karakter merupakan penanda psikologis apakah penutur jujur atau berbohong, dan alasan-alasan merupakan bukti yang dipakai dasar persuasi.⁵

⁵ Sulistyarini and Dhanik, *Buku Ajar Retorika*, 1st ed. (Serang: CV.AA.Rizky, 2020), 11–13.

3. Retorika Persuasif Perspektif Aristoteles

Pemikiran Aristoteles mengenai retorika masih banyak digunakan dan dipelajari hingga saat ini, karena seluruh teori yang membahas retorika berpusat kepada Aristoteles. Retorika memiliki hubungan dengan nilai-nilai persuasif yang dianggap sebagai kemampuan dalam menemukan alat persuasif sesuai dengan situasi yang dihadapi.⁶ Untuk tercapainya tujuan persuasif, Aristoteles memiliki tiga bukti yang harus ada untuk menyakinkan audiens yaitu : *ethos*, *pathos*, *logos*.

a. Ethos (Kredibilitas)

Mengacu pada karakter, inteligensi dan niat baik pembicara yang akan tampak membawakan pidato. Eugene Ryan menyatakan bahwa *ethos* adalah istilah umum yang mengacu pada pengaruh mutual antara pembicara dan pendengar satu sama lain. Ryan menyatakan Aristoteles percaya bahwa pembicara dapat dipengaruhi audiens sama besarnya dengan audiens dapat dipengaruhi oleh pembicara. Karena itulah, *ethos* pembicara tidak hanya sesuatu yang dibawa ke dalam pengalaman berbicara, hal ini adalah pengalaman itu sendiri. Aristoteles merasa bahwa pidato oleh individu yang bisa dipercaya lebih bersifat persuasif daripada individu yang dipertanyakan kredibilitasnya.

Salah satu komponen kredibilitas adalah komponen otoritas. Otoritas artinya memiliki keahlian yang diakui. Otoritas dibentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman. Bila

⁶ Fikry, "Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles Dalam Pidato Ismail Haniyah Untuk Umat Islam Indonesia," 139.

pembicara sangat mudah membahas tema yang sesuai dengan riwayat hidup pembicara, maka pembicara tersebut memiliki otoritas. Audiens menyukai gagasan yang dikemukakan pembicara yang dipandang objektif. Pembicara dapat membangun citra objektif dengan melalui persiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan.

Kredibilitas pembicara yang dapat mempersuasi audiens sehingga mereka peduli dan percaya kepada pembicara. Ethos merupakan metode yang paling efektif untuk membentuk karakter pembicara sebagai persuader yang diharapkan mampu membangkitkan sikap kritis audiens agar mereka percaya terhadap berbagai argument yang dia ucapkan. Dapat disimpulkan bahwa Ethos adalah pandangan mengenai karakter, intelligentsia dan niat baik seorang pembicara.

b. Pathos (emosi)

Mengacu pada emosi yang dilibatkan dari para pendengar. Bahan yang menyentuh atau menggerakkan adalah bahan-bahan yang mempunyai pengaruh psikologis. Menurut J.B. Watson, semua emosi merupakan hasil proses belajar, kecuali tiga: takut, berang dan cinta. Walaupun demikian, apa yang harus ditakuti, diberangi dan dicintai diperoleh manusia berdasarkan pengalaman dan pendidikan. Dengan demikian emosi dapat dibuat, ditimbulkan dan dipergunakan. Sedangkan Aristoteles berargumentasi bahwa pendengar menjadi alat bukti ketika emosi dipertunjukkan terhadap mereka: pendengar menilai

secara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh perasaan senang, sakit, rasa benci atau takut.

Pathos lebih kepada bukti emosional yaitu emosi yang didapatkan dari anggota audiens.

c. Logos

Adalah bukti logis yang dimiliki pembicara, yaitu argumentasi dan rasionalisasinya. Logos juga mengandung arti “imbauan logis” (*logical appeals*) yang ditunjukkan oleh seorang orator bahwa uraiannya masuk akal sehingga patut diikuti dan dilaksanakan oleh khalayak. Bagi Aristoteles, logos melibatkan angka, termasuk menggunakan pernyataan logis dan bahasa yang jelas. Karena apabila pembicara menggunakan bahasa puitis, akan menyebabkan kekurangjelasan dan kealamian. Menurut Aristoteles logos adalah salah satu bukti agar pesan menjadi lebih efektif. Logos yaitu bukti logis, penggunaan argumentasi dan bukti dalam berpidato.

Setiap masing-masing aspek ini ethos, pathos, dan logos merupakan hal yang penting dalam efektifitas berpidato. Namun tidaklah memadai jika masing-masing aspek hanya berdiri sendiri-sendiri.⁷

⁷ Shafira Qurratul Aini, “Retorika Dakwah Felix Siauw Melalui Youtube” (Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019), 24–25.

4. Tipe-Tipe Retorika

Terdapat tiga jenis retorika Aristoteles yang dapat dipakai dalam menyajikan sebuah pembicaraan yaitu:

a. Retorika *Deliberatif*

Retorika *deliberatif* mendorong kita untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Retorika jenis ini berkaitan dengan persoalan yang terjadi di masa depan. Retorika *deliberatif* memiliki kemampuan dalam mempengaruhi pendengarnya untuk melakukan sesuatu atau menahan diri setelah menyampaikan pidatonya, agar audiens memiliki motivasi menjadi lebih baik. Persoalan yang diselesaikan dengan strategi persuasif biasanya sudah terlihat dengan jelas, oleh karena itu retorika *deliberatif* tidak memerlukan banyak basa-basi.

b. Retorika Forensik

Retorika jenis ini dapat mempengaruhi atau mengubah pandangan audiens terhadap apa yang dipercaya sebagai kebenaran di masa lalu yang dapat mengubah pandangan yang lebih baik di masa depan. Retorika *forensik* ini bisa dianggap sebagai retorika yang dapat mengubah perilaku manusia.

c. Retorika Epideiktik

Retorika jenis ini bebas tanpa perlu mengubah pandangan seseorang. Dapat dikatakan berbicara tentang masa sekarang, karena orang akan memuji atau mencela atas apa yang terlihat saat ini.

Retorika *Epideiktik* ini banyak dipakai pada acara resmi seperti upacara dedikasi atau penerimaan.⁸

Pengguna retorika dapat memilih salah satu dari ketiga jenis tersebut sesuai dengan tujuan atau kebutuhan. Pembicara juga perlu memperhatikan kesuaian topik atau tema dengan kebutuhan audiens serta memperhatikan sebab-akibat mengenai topik tersebut. Dan pertimbangan ukuran manfaat topik yang disampaikan.⁹

Retorika memiliki standar tersendiri dalam penilaian penyampaian pesan oleh komunikator yang dianggap efektif. Pengukuran tersebut bisa terlihat dari kemampuan pembicara yang disebut *the five canoons of rhetoric*.¹⁰ Diantaranya :

a. Penemuan

Pada tahap penemuan seorang pembicara harus mengkaji topik dan memahami audiens supaya mudah dalam menentukan metode persuasi yang dianggap sesuai. Dalam temuannya, analisis yang dilakukan mengkaji berbagai cara yang digunakan oleh pembicara untuk mempengaruhi khalayak melalui isi pesan.

Menurut Aristoteles dalam memengaruhi manusia terdapat tiga cara. *Pertama*, pembicara harus mampu menunjukkan kepada khalayak bahwa pembicara memiliki kepribadian yang terpercaya, pengetahuan yang luas, dan status yang terhormat (*ethos*). *Kedua*, pembicara harus mampu menyentuh emosi khalayak: perasaan, hati, harapan,

⁸ Dhia, Pramesthi, and Irwansyah, "Analisis Retorika Aristoteles Pada Kajian Ilmiah Media Sosial Dalam Mempersuasi Publik," 85–86.

⁹ Sulistyarini and Dhanik, *Buku Ajar Retorika*, 57.

¹⁰ Dhia, Pramesthi, and Irwansyah, "Analisis Retorika Aristoteles Pada Kajian Ilmiah Media Sosial Dalam Mempersuasi Publik," 86.

kebencian, dan kasih sayang (*pathos*). *Ketiga*, pembicara mampu menunjukkan bukti atau yang terlihat sebagai bukti untuk meyakinkan khalayak melalui pemikirannya (*logos*).

b. Pengaturan

Pada bagian pengaturan seorang pembicara diharuskan untuk mengelompokkan pesan sesuai dengan kebutuhan. menurut Aristoteles pengelompokan tersebut bisa dikenal dengan istilah *taxis* (pesan harus dibagi menjadi bagian yang logis).

c. Gaya

Pada bagian gaya komunikator harus bisa memilih bahasa yang memudahkan audiens menerima pesan yang disampaikan. Bahasa yang dipilih bisa berupa bahasa yang benar, tepat, jelas, langsung, dan mudah diterima. Selain itu gaya bahasa yang dipilih juga harus menyesuaikan dengan bahasa yang digunakan oleh audiens.

d. Penyampaian

Pada bagian penyampaian, komunikator harus menggunakan bahasa verbal. Pengolahan vokal dan gerakan tubuh sangat dibutuhkan untuk memudahkan penyampaian. Hal ini sesuai yang digambarkan oleh Demosthenes bahwa seorang komunikator melakukan akting untuk mendalami peran.

e. Ingatan

Bagian ingatan ini sering diabaikan oleh ahli retorika, padahal pada tahap ini seorang komunikator harus mengingat materi yang telah disusun untuk disampaikan.¹¹

5. Tujuan dan Manfaat Retorika

a. Tujuan Retorika

Retorika pada awalnya hanya diartikan seni berbicara serta membuat teks pidato. Setelah dikaitkan dengan persuasi bisa diartikan sebagai suatu permohonan, hasutan, dan permintaan yang bisa mempengaruhi secara emosional, yang merupakan sudut pandang perilaku seseorang secara umum. Berikut ini tujuan dari retorika massa:

- 1) *To Inform*, yaitu menumbuhkan nilai positif kepada setiap khalayak dengan memberikan penjelasan serta pemahaman.
- 2) *To Convince*, yaitu menyadarkan serta menakutkan.
- 3) *To Inspire*, yaitu sistem untuk membangkitkan jiwa serta menciptakan hayalan dengan metode penyampaian yang baik.
- 4) *To Entertain*, yaitu menyemangati serta membuat bahagia pendengar agar tidak merasa kecewa.
- 5) *To Educate*, Yaitu mengajarkan serta memotivasi khalayak untuk bergerak dan mampu menetralkannya dalam melakukan realisasi ide-ide yang dibangun dari pendengar.

¹¹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis Berbicara Di Depan Publik Edisi Revisi*, 1st ed. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2021), 8.

b. Manfaat Retorika

Retorika sangat berguna dalam interaksi sosial yang selalu dilakukan oleh manusia dalam kehidupan. Jadi Apapun yang kita lakukan harus memperhatikan sikap dan perilaku, jangan sampai menimbulkan kesan buruk di depan khalayak agar saat berinteraksi orang lain merasakan senang, serta dapat memudahkan dalam kegiatan sosial di masyarakat. Hal tersebut lah yang membuat retorika menjadi penting.

Berdasarkan tren studi retorika saat ini dalam kehidupan sosial politik merupakan salah satu pembahasan retorika selain itu juga pembahasan retorika mencakup dakwah agama. Sehingga manfaat retorika tidak perlu ditanyakan, melainkan harus dipelajari intensif.

- 1) Membimbing pembicara dalam mengambil tindakan yang matang dan tepat.
- 2) Memudahkan pembicara dalam melihat kondisi psikologi manusia.
- 3) Mendorong pembicara untuk menemukan ulasan yang efektif.
- 4) Mendorong pembicara untuk menjaga argument berdasarkan alasan yang sesuai.¹²

¹² Aditya Ramadhan, “Analisis Retorika Dakwah Da’i Sulaiman Dalam Menarik Minat Mad’u Mendengarkan Ceramah Di Kabupaten Serdang Bedagai” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019), 17–18.

B. Perdukunan

1. Pengertian Perdukunan

Dukun (*Kahin*) adalah orang yang menganggap dirinya berpengetahuan tentang ilmu gaib dan memberi tahu orang-orang tentang apa yang terjadi di alam semesta. Dikalangan orang Arab dulu banyak yang mengaku mengetahui banyak hal yang tersembunyi. Menurut Al-Hafizh Ibnu Hajar “Al-Kahanah (perdukunan) adalah perbuatan mengaku mengetahui tentang ilmu gaib seperti menceritakan apa yang akan terjadi di muka bumi berdasarkan faktor-faktor tertentu yang berasal dari informasi jin yang mencuri berita langit dari malaikat, kata-kata dan hasilnya dikomunikasikan ke telinga dukun.”¹³

Secara terminologi dukun adalah orang yang memiliki kemampuan sebagai penyembuh melalui kekuatan *magic*, sihir atau kombinasi keduanya. Bahkan menggunakan kekuatan makhluk halus, seperti jin, setan dan roh orang mati. Ada pula dukun dengan menggunakan kekuatan magis untuk membuat manusia mengalami kondisi di luar batas normal akal manusia. Sehingga dukun tidak hanya dipercaya oleh masyarakat sebagai penyembuh atau mengobati, tetapi juga bisa mendatangkan penyakit.¹⁴

Perdukunan sudah ada sejak lama, termasuk di Indonesia. Ada banyak jenis dukun, mulai dari dukun tradisional hingga dukun yang menggunakan simbol dan atribut keagamaan. Seperti ruqyah, membaca mantra-mantra tertentu yang mengambil beberapa ayat Al-Qur’an, dan

¹³ Abu Ubaidah Yusuf, *Jihad Melawan Perdukunan*, 1st ed. (Gresik: Media Dakwah Al Furqon, 2021).

¹⁴ Mustika, “Perdukunan (Studi Terhadap Pemahaman Masyarakat Islam Simeulue Timur,” 20.

lain-lain. Perdukunan sendiri sudah tumbuh dan berkembang di Indonesia sejak lama. Saat ini, kegiatan perdukunan Indonesia telah masuk kota dan mengalami perubahan model operasional, terutama menggunakan media modern seperti internet dan media sosial.¹⁵

2. Bentuk-bentuk Praktik Perdukunan

Secara umum, dukun dikenal dengan dua nama, dukun putih, yang berarti orang yang secara umum dihormati sebagai perantara atau ahli agama dan sihir yang diakui secara resmi mengubah kekuatan magis dengan penyembuhan melalui alat magis sambil membantu orang lain. Kemudian dukun ilmu hitam adalah orang yang menggunakan kekuatan mistik, seperti setan dan jin. Dukun ini melakukan tindakan mereka secara rahasia dan sangat tertutup. Tujuan dari ilmu tersebut untuk memuaskan diri sendiri dan menyebabkan ketakutan, penderitaan bagi orang lain.¹⁶

Adapun praktik dukun yang menyalahgunakan agama dalam tindakannya, berkedok sebagai ustadz, kiai, habib, atau praktik pengobatan. Praktik ini berkembang di masyarakat. dengan menggunakan simbol-simbol islam dan praktik-oraktik yang diambil dari ayat-ayat suci Al-Qur'an. Ada banyak contoh ritual yang digunakan oleh dukun berkedok sebagai ustadz, kyai, atau habib berkaromah, diantaranya:

- 1) Ritual memindahkan penyakit pasien ke hewan ternak (kambing, ayam) telur ayam, buah kelapa, dan sebagainya.
- 2) Transfer energi atau tenaga dalam disertai dengan dzikir dan amalan khusus.

¹⁵ Yohan Kurniawan, "Tingkah Laku Khufarat Dan Penggunaan Atribut Islam Dalam Aktivitas Perdukunan," IConIGC (2021): 4.

¹⁶ Mustika, "Perdukunan (Studi Terhadap Pemahaman Masyarakat Islam Simeulue Timur)," 20.

- 3) Memberi minuman air putih yang sudah dibaca mantra-mantra.
- 4) Memberikan rajah yang sudah ditulis di kertas atau dikain, yang dapat dikenakan atau dimasukkan dalam minuman atau diminum oleh pasien.
- 5) Memberikan jimat atau benda keramat, seperti cincin, gelang, kalung, sabuk, susuk, dan sebagainya.¹⁷

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan salah satu kata populer yang sering didengar atau diucapkan sehubungan dengan kegiatan keagamaan. Sampai saat ini banyak orang yang menganggap dakwah sebagai kegiatan yang hanya dilakukan ditempat ibadah. Namun kenyataannya aktivitas dakwah sudah menjelma menjadi beberapa jenis bila dilihat dari pelaksanaannya, waktu, media, mad'u, materi dan metode yang digunakan pada kegiatan dakwah. Transformasi yang terjadi dalam kaitannya dengan kegiatan dakwah juga sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut.¹⁸

Dalam bahasa Arab dakwah disebut *masdar*, yang artinya seruan, ajakan atau panggilan. Istilah dakwah seringkali memiliki definisi yang mirip dengan istilah *tabligh*, *amr ma'ruf nahi munkar*, *mau'idzoh hasanah*, *tansyir*, *indzhar*, *wasiiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*. Dakwah secara umum adalah proses mengajak, menyampaikan, menerima serta memahami (internalisasi) dan berbuat baik (*al-khoir*) dalam bentuk ajaran islam (*sabili rabbika*) kepada umat dengan berbagai cara dalam segala

¹⁷Yusuf, Jihad Melawan Perdukunan, 13–14.

¹⁸ Yasril Yazid and Nur Alhidayatillah, *Dakwah & Perubahan Sosial*, 1st ed. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 2.

aspek kehidupan, menghargai proses itu terjadi, dan usaha untuk bertindak dilakukan secara terus menerus.¹⁹

2. Hubungan Retorika dengan Dakwah

Retorika dengan dakwah selalu berhubungan. T.A Latief berpendapat bahwa kaitannya retorika dengan dakwah adalah keterampilan dalam kecakapan pada penggunaan bahasa untuk mengembangkan ide serta perasaan yang merupakan inti dari retorika. Serta keterampilan dan seni menggunakan bahasa menjadi persoalan penting dalam berdakwah.

Jadi bisa dikaitkan bahwa retorika dan dakwah sangat berhubungan, tujuan dakwah untuk megajak khalayak berbuat baik serta menjauhi berbagai hal yang dilarang. Sedangkan retorika seperti melestarikan gaya bahasa yang baik serta membuat hal baru untuk mempengaruhi khalayak. Oleh karena itu penggunaan retotika dalam berdakwah akan membuat materi yang dibawakan menjadi lebih menarik dan sarat dengan hal baru. Sehingga audiens ingin bisa mengamalkan sesuatu yang disampaikan oleh pembicara.²⁰

D. Media Online

a. Pengertian Media Online

Media online termasuk bagian dari media massa yang memanfaatkan internet dalam penyebarannya. Media online harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada prinsip dan kode etik jurnalistik dalam penggunaannya. Media online juga merupakan perkembangan

¹⁹ M Rosyid Ridla, Afif Rifa'i, and Suisyanto, Pengantar Ilmu Dakwah, 1st ed. (Bantul: Penerbit Samudra Biru, 2017), 3.

²⁰ Udin, Retorika Dan Narasi Dakwah Bagi Pemula, 3.

media massa yang baru, namun ketentuan atau peraturan yang digunakan sesuai dengan kaidah jurnalistik lama. Hanya saja pada media online beberapa fitur dan karakteristiknya menggunakan jurnalisme tradisional yang sudah di perbaharui. Salah satu fitur terbaru dalam media online yakni tidak ada batasan tertentu untuk penyebaran berita.

Pemberitaan yang dimuat pada media online dapat diakses oleh seluruh orang yang tersambung dengan internet. Informasi yang disampaikan merupakan informasi update dan terkini. Media online termasuk juga dalam jenis media berbasis teknologi komunikasi yang memiliki karakteristik berbeda dengan media konvensional lainnya seperti menggunakan internet dalam penyebarannya dan sarana produksi. Maka peran teknologi komunikasi sangat dibutuhkan dalam proses produksi media tersebut.²¹

b. Jenis Media Online

Media online memiliki beberapa jenis yang bisa digunakan untuk berinteraksi oleh banyak orang tanpa batasan tertentu seperti:

1) Facebook

Facebook memiliki fitur-fitur yang meliputi obrolan, komentar, permainan, catatan, pengaturan foto, dan privasi yang dapat diatur sesuai kebutuhan pengguna. Hal itu menjadikan facebook berada di level yang tinggi dan membuat situs ini menjadi paling sering digunakan oleh masyarakat luas.

²¹ Santana.K. Sepriawan, *Jurnalisme Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Obor, 2005), 52.

2) Instagram

Sama halnya dengan facebook instagram juga memiliki fitur interaksi antar pengguna. Instagram juga bisa didefinisikan sebagai media yang bisa menjadi tempat mengupload, menyukai, mengomentari pada foto dan video yang sudah diupload oleh para penggunanya.

3) Youtube

Youtube merupakan tempat untuk mengunggah dan menonton video yang merupakan fitur dari aplikasi tersebut. Youtube telah menjadi pusat yang trendi. Sehingga dapat dijadikan sebagai tempat berdakwah yang efektif dan mudah diterima audiens. Karena perkembangan masa banyak manusia yang lebih aktif di dunia maya dibandingkan pada dunia nyata.²²

c. Youtube Sebagai Media Dakwah

Penggunaan media sosial di era globalisasi ini menjadi sebuah kebutuhan setiap orang. Karena bisa berkomunikasi, memiliki informasi yang terkini serta bisa mencari pengetahuan yang tidak diketahui. Masyarakat saat ini telah terikat oleh media sosial sebab lebih efektif penggunaannya bisa berkomunikasi dengan seseorang dari jarak jauh tanpa bertatap muka dan bertemu. Jenis media sosial yang digunakan biasanya whatsapp, instagram, youtube, facebook dan sebagainya. Hal tersebut telah

²² Nandiastuti, "Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube," 47.

mengubah gaya hidup seseorang yang serba lebih mudah dalam berkomunikasi, mencari informasi, mendapatkan informasi dari dunia luar.

Youtube merupakan media bisa mendapatkan serta menyebarkan secara luas sebuah informasi. Fitur youtube dapat memungkinkan pengguna untuk mengunggah berbagai jenis konten video, selain itu juga bisa melakukan live streaming sehingga dapat berinteraksi langsung dengan pengguna lain dengan menuliskan komentar. Youtube dinilai sangat cocok sebagai media dakwah melalui konten video pelajaran, karena efektif serta menjangkau khalayak yang sangat luas.²³

²³ Nandiastuti, "Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube," 49.