

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Retorika

Retorika, yang berasal dari kata Latin "rethoric," adalah seni berbicara atau ilmu berbicara yang efektif. Konsep retorika mencakup tiga elemen penting: *Ethos* (pengetahuan dan kredibilitas), *Patos* (emosi dan harapan audiens), dan *Logos* (logika dan argumen). Dalam arti sempit, retorika berkaitan dengan teknik berbicara persuasif yang baik dan benar untuk mempengaruhi opini publik. Namun, dalam arti luas, retorika mencakup segala aspek komunikasi manusbeliau, termasuk diskursus dan interaksi verbal.¹¹

Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan untuk menemukan cara-cara persuasi yang efektif dalam berbagai situasi. Retorika tidak terbatas pada bidang ilmu tertentu, melainkan dapat diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk politik, hukum, agama, dan lain-lain. Dengan demikian, retorika dapat dianggap sebagai ilmu yang mempelajari cara-cara persuasi dan komunikasi yang efektif, tidak terbatas pada subjek ilmu tertentu.¹²

Retorika adalah seni yang mencakup membangun argumentasi, berbicara, dan menyesuaikan ide dengan audiens. Retorika memiliki lima prinsip utama: penciptaan, pengaturan, gaya, penyampaian, dan ingatan. Menurut Gentasari Anwar, retorika merupakan kombinasi ilmu yang dapat dipelajari dan seni yang membutuhkan bakat alambeliauh. Dengan

¹¹ Ard May, *Retorika Dakwah*, (Guepedia, 2022). 10.

¹² Aristoteles. (2018). *Retorika*. Yogyakarta: Penerbit Basabasi. 17

demikian, retorika dapat dipelajari secara sistematis, namun juga memerlukan kemampuan alami untuk menguasainya.¹³

Dalam terminologi, retorika adalah seni berbicara di depan umum yang menggunakan bahasa yang baik, benar, dan lancar untuk mempengaruhi pendengar. Retorika juga mencakup prinsip-prinsip dasar penulisan prosa yang membentuk pidato, orasi, atau ceramah untuk mempengaruhi perasaan dan sikap audiens.¹⁴

Retorika menurut para ahli memiliki beberapa definisi. Corax menekankan retorika sebagai kecakapan menyampaikan kalimat di depan khalayak dengan kefasihan lidah dan kepandabeliaun mengucapkan kata-kata. Plato mendefinisikan retorika sebagai ilmu mempelajari cara merbut jiwa massa melalui kata-kata dengan penekanan pada unsur psikologis. Sementara itu, Jalaluddin mendefinisikan retorika sebagai ilmu tentang kepandabeliaun menyampaikan pesan kepada audiens.¹⁵

Menurut May (2020), retorika memiliki tujuan untuk meyakinkan audiens tentang kebenaran ide yang disampaikan oleh pembicara. Tujuan pokok retorika adalah membangun pemahaman dan kerjasama, serta mempromosikan perdamaian dalam masyarakat melalui komunikasi lisan. Retorika juga berfungsi sebagai alat efektif untuk memberikan pengetahuan dan arahan kepada pembicara agar dapat mencapai tujuan mereka dengan lebih mudah. Dengan demikian, retorika membantu

¹³ Gentasari Anwar, *Retorika Teknis Dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 5.

¹⁴ Astuti, Meri, "Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan."2020.hal.80

¹⁵ Syahroni Ahmad Jaswadi, *Retorika* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014), 14.

pembicara dalam menyampaikan ide-ide secara efektif dan membangun hubungan yang harmonis dengan audiens.¹⁶

Pemikiran Aristoteles tentang retorika masih sangat relevan dan banyak dipelajari hingga saat ini. Retorika dianggap sebagai kemampuan untuk menemukan alat persuasif yang efektif dalam berbagai situasi, sehingga memungkinkan seseorang untuk menyampaikan pesan dengan lebih meyakinkan dan mempengaruhi audiens. Konsep retorika Aristoteles telah menjadi landasan bagi pengembangan teori-teori retorika modern.¹⁷

Menurut teori retorika Aristoteles, ada lima tahap dalam penyusunan pidato yang dikenal sebagai *Canons of Rhetoric*. Tahap-tahap tersebut adalah:

- a. *Inventio* (Penemuan): Pembicara mencari dan mengumpulkan ide, argumen, dan informasi yang relevan dengan topik dan audiens.
- b. *Dispositio* (Penyusunan): Pembicara menyusun struktur pidato secara logis, termasuk pengantar, pernyataan, argumen, dan penutup.
- c. *Elocutio* (Gaya Bahasa): Pembicara memilih kata-kata dan bahasa yang tepat, jelas, dan efektif untuk menyampaikan pesan.
- d. *Memorbeliau* (Mengingat): Pembicara menggunakan strategi untuk membantu audiens mengingat pesan yang disampaikan.

¹⁶ May, Ard. (2020). *Retorika Dakwah*. Salatiga: GUEPEDIA. 11-12

¹⁷ Fikry, "Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles Dalam Pidato Ismail Haniyah Untuk Umat Islam Indonesia," 139.

- e. *Pronuntbeliautio* (Penyampaian): Pembicara menyajikan pidato secara lisan atau melalui presentasi, dengan memperhatikan ekspresi vokal, gerakan tubuh, dan teknik penyampaian yang efektif.¹⁸

Retorika memiliki akar sejarah yang panjang, dimulai dari zaman Yunani Kuno hingga era modern. Pada abad ke-5 SM, retorika muncul sebagai seni yang dibelajarkan oleh kelompok Sophis di Yunani, yang menekankan pentingnya kemampuan berbicara di depan publik untuk mempengaruhi opini masyarakat. Seiring waktu, keterampilan berpidato berkembang menjadi seni yang memungkinkan penyampaian fakta dengan cara tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, retorika menjadi disiplin ilmu yang penting dalam berbagai bidang, termasuk politik, hukum, dan pendidikan.¹⁹

Dengan memahami dan menerapkan kelima tahap ini, seorang pembicara dapat meningkatkan efektivitas komunikasinya dan menyampaikan pesan yang lebih persuasif kepada audiens. Retorika dakwah merupakan seni menyampaikan ajaran Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits untuk mencapai kebenaran. Berbeda dengan retorika non-Islam yang fokus pada pencapaian tujuan tanpa mempertimbangkan nilai baik atau buruk, retorika dakwah memiliki tujuan mulia yaitu menyampaikan pesan Islam secara efektif dan sesuai dengan ajaran agama.

¹⁸ Fikry, A. (2020). "Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia". *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora*, 5(3), 137-145.

¹⁹ Andayani, Wuryan., Eko Ganis Sukaharsono. (2023). *Filsafat Ilmu Akuntansi*. Malang: UB Press. 81

Dengan demikian, retorika dakwah menjadi bagian penting dari ilmu komunikasi dalam menyampaikan pesan agama kepada audiens.

1. *Ethos* (Kredibilitas Pembicara)

Ethos adalah elemen penting dalam retorika yang mengacu pada kredibilitas dan karakter pembicara atau penulis. *Ethos* mencakup keahliannya, integritas, dan moral yang baik, serta kemampuan membangun kepercayaan dan kompetensi di mata audiens. Kredibilitas dapat dibangun melalui pengalaman, reputasi, atau otoritas dalam bidang yang relevan, sehingga audiens mempercayai dan menghormati pembicara. Dengan demikian, *Ethos* memainkan peran kunci dalam mempengaruhi sejauh mana audiens percaya kepada pembicara.

Kredibilitas dalam komunikasi kontemporer erat kaitannya dengan konsep *Ethos* yang telah dibahas oleh Aristoteles. *Ethos* mencakup sifat, pemahaman, dan tujuan positif yang ditampilkan oleh seorang orator dalam pidatonya. Menurut Eugene Ryan, *Ethos* juga mencakup hubungan antara pembicara dan pendengar, menunjukkan bahwa *Ethos* tidak hanya tentang karakter pembicara, tetapi juga tentang bagaimana pembicara berinteraksi dan membangun hubungan dengan audiens.²⁰

Karakter moral dan integritas pembicara memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan audiens. Integritas moral mencakup kejujuran, etika, dan nilai-nilai yang baik. Pengetahuan yang

²⁰ Dewinda Christin Maraya, "Analisis Retorika Program Catatan Najwa Edisi 'Koruptor Dibebaskan Gara-Gara Corona? Nanti Dulu!,'" *Journal of Educational and Language Research* 01 (2021): hal.257.

luas, keahliannya, dan keterampilan yang relevan juga penting untuk membangun kredibilitas. Selain itu, niat baik, kepedulian, empati, dan kemurahan hati pembicara dapat membantu membangun hubungan positif dengan audiens, sehingga pesan yang disampaikan lebih efektif dan dipercaya.

2. *Pathos* (Emosi)

Pathos adalah elemen retorika yang berkaitan dengan emosi pendengar. Menurut Aristoteles, ketika emosi pendengar terpengaruh, pandangan mereka dapat berubah. Emosi seperti bahagia, sedih, benci, atau takut dapat mempengaruhi penilaian dan reaksi pendengar, sehingga menjadi sarana pembuktian yang efektif dalam persuasi. Dengan demikian, pembicara dapat menggunakan *Pathos* untuk membangun koneksi emosional dengan audiens dan mempengaruhi pendapat mereka.

Pathos digunakan oleh pembicara untuk mempengaruhi audiens secara emosional, sehingga memperkuat argumen mereka. Teknik ini melibatkan penggunaan cerita, analogi, atau bahasa yang dapat membangkitkan perasaan audiens, seperti empati, simpati, atau antusiasme. Dengan menciptakan koneksi emosional, pembicara dapat membuat pesan mereka lebih persuasif dan berkesan.²¹

Menurut Aristoteles, *Pathos* adalah kekuatan yang digunakan oleh komunikator untuk memicu reaksi emosional pada audiens, sehingga mereka bertindak sesuai dengan keinginan komunikator. Tujuan *Pathos*

²¹ Ela Nurlela et al., Pengantar Komunikasi (Dasar-Dasar Komunikasi Yang Efektif), ed. oleh Sepriano (PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2024):hal.38.

adalah untuk menimbulkan emosi tertentu pada audiens, seperti kegembiraan, kesedihan, atau kemarahan, untuk mendukung usaha persuasif dan membuat pesan lebih efektif.²²

3. *Logos* (Logika dan Argumen)

Logos adalah elemen retorika yang berkaitan dengan cara pembicara menyusun argumen secara logis dan meyakinkan dengan menggunakan bukti, data, dan klaim logis. *Logos* mencakup penggunaan bahasa yang jelas, rasionalisasi, dan bukti yang kuat untuk mendukung argumen. Dengan demikian, *Logos* membantu pembicara membangun kepercayaan dan meyakinkan audiens melalui kekuatan logika dan bukti yang disajikan.

Logos memainkan peran penting dalam membantu audiens memahami dan menerima pesan yang disampaikan oleh pembicara. Dengan menggunakan penalaran rasional, logis, dan masuk akal, *Logos* memungkinkan pembicara untuk membangun argumen yang kuat dan persuasif. *Logos* sangat penting dalam menilai kekuatan argumentasi dan membuat pesan lebih meyakinkan dan dapat diterima oleh audiens.

Menurut Aristoteles, tujuan retorika adalah untuk menunjukkan pembuktian atau membuktikan bahwa suatu argumen masuk akal. Bahasa digunakan sebagai alat untuk memberikan legitimasi, mengatur, memotivasi, dan mempertahankan suatu ide atau konsep. Dengan demikian, retorika berperan penting dalam membangun argumentasi

²² Nindya Fatikasari, *Seni Berbicara Retorika Aristoteles*, Cetakan Pe (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2023):hal.11.

yang kuat dan meyakinkan, serta mempengaruhi audiens melalui penggunaan bahasa yang efektif.²³

B. Dakwah

Dakwah dalam Al-Qur'an berasal dari kata "da'a", "yad'u", dan "da'watan", yang secara etimologis berarti menyeru, memanggil, mengajak, atau mendorong. Dalam terminologi Islam, dakwah adalah usaha menyampaikan ajaran Islam dan syarbeliaut kepada orang lain, baik individu maupun kelompok, untuk membimbing mereka menuju jalan yang diridhoi Allah. Dakwah mencakup penyebaran nilai-nilai Islam dan ajakan untuk menjalankan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Dakwah adalah seruan atau ajakan untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam. Istilah ini memiliki kesamaan dengan konsep lain seperti tabligh, tarbiyah, dan ta'lim. Dakwah melibatkan proses mengajak, menyampaikan, dan menginternalisasi nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan sehari-hari, dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan pengamalan agama secara berkelanjutan. Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan dalam berbagai aspek kehidupan.²⁴

Dakwah telah berkembang menjadi berbagai bentuk dan jenis, tidak hanya terbatas pada kegiatan di tempat ibadah. Dakwah kini dapat dilakukan melalui berbagai media, waktu, dan metode, serta dapat disampaikan kepada berbagai kalangan masyarakat. Transformasi ini menunjukkan

²³ Rifqi Nadhmy Dhia, Jasmine Alya Pramesthi, dan Irwansyah Irwansyah, "Analisis Retorika Aristoteles Pada Kajian Ilmiah Media Sosial Dalam Mempersuasi Publik," *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2024): hal.83–84.

²⁴ Yasril Yazid and Nur Alhidayatillah, *Dakwah & Perubahan Sosial*, 1st ed. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), 2.

bahwa dakwah telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan dapat diadaptasikan dengan berbagai konteks dan kebutuhan. Oleh karena itu, kajian lebih lanjut tentang perkembangan dan transformasi dakwah sangat penting untuk memahami bagaimana dakwah dapat efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan dan membangun masyarakat yang lebih baik.

Dakwah dapat diartikan sebagai kegiatan yang mengajak, memotivasi, membimbing, dan menyeru seseorang untuk mengikuti jalan kebaikan sesuai dengan ajaran Allah SWT. Dengan demikian, dakwah bertujuan untuk membimbing umat menuju jalan yang diridhai Allah dan meningkatkan kualitas spiritual serta moral mereka.²⁵

Tujuan utama dari dakwah tak lain adalah untuk menyerukan kebaikan, mengajak umat menuju jalan yang diridhai oleh Allah SWT baik dunia maupun akhirat. Dakwah bertujuan membentuk masyarakat yang memiliki keyakinan dan perilaku sesuai ajaran agama, sehingga mencapai kondisi ideal keagamaan yang diharapkan. Dengan demikian, dakwah memiliki tujuan suci dan mulia untuk membimbing umat menuju jalan yang diridhai Allah.

Tujuan dakwah mencakup beberapa aspek penting, yaitu:

- 1) Mengajak manusbeliau untuk menyembah Allah Yang Maha Esa dan tidak menyekutukan-Nya.
- 2) Mengajak kaum muslim untuk ikhlas beragama karena Allah dan menjaga keselarasan antara amal perbuatan dan iman.

²⁵ Rahmat *Ramadani*, Pengantar Ilmu Dakwah, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2018), 1-2.

- 3) Mengajak umat manusbeliau untuk menerapkan hukum Allah guna mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi seluruh umat manusbeliau.

Dengan demikian, dakwah memiliki tujuan yang komprehensif untuk membentuk masyarakat yang taat kepada Allah dan mencapai kebaikan di dunia dan akhirat.

C. Media Sosial

Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah tempat orang berbagi teks, gambar, suara, video, dan info sama orang lain. Media sosial itu digunakan sosial, atau interaksi sosial online dengan berbagi konten, berita, foto, dll. Media sosial itu proses interaksi orang yang ciptakan, bagikan, tuker, dan modifikasi ide/gagasan dalam komunikasi virtual/jaringan. Media sosial bisa ciptakan banyak bentuk komunikasi dan info buat penggunanya, dan kasih kemudahan yang bikin orang nyaman lama-lama di media sosial.²⁶

Teknologi di era digital sekarang berkembang pesat, sehingga semua orang bisa mengakses dengan cepat dalam menggunakan media sosial. Media sosial menjadi sumber informasi terbesar buat masyarakat.

YouTube adalah situs web media sharing yang super populer, memungkinkan pengguna nonton, upload, dan berbagi video secara gratis. Bahkan, YouTube jadi database video paling lengkap dan variatif di internet. Meski awalnya gak berafiliasi dengan Google, YouTube udah jadi favorit

²⁶ Kottler Philip dan Keller Lane Kevin, Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age, (Cambridge: IGI Global, 2016), h. 33

pengguna media sosial dunia. Kerennya, YouTube punya pengguna yang wah, sekitar sepertiga pengguna internet global.²⁷

Youtube memang sebuah platform yang sangat populer untuk berbagi dan menonton video. Didirikan pada Februari 2005 oleh Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim, dan kemudian dibeli oleh Google pada tahun 2006 seharga US\$ 1,65 miliar. Saat ini, *Youtube* menjadi salah satu situs web paling banyak dikunjungi di dunia.

Menurut Rahmawati, YouTube awalnya dikenal sebagai platform media besar yang membatasi akses pengunduhan video hanya bagi pemilik saluran atau melalui izin khusus. Namun, saat ini YouTube telah bertransformasi menjadi platform yang lebih terbuka, di mana setiap pengguna dapat mengakses dan mengunduh konten dengan lebih mudah untuk mendukung kebutuhan mereka.²⁸

Adapun beberapa manfaat *Youtube* yang sesuai terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna, antara lain:

1. Memberikan Layanan Gratis

Youtube menawarkan layanan gratis untuk menonton video, namun pengguna perlu memiliki kuota internet dan pulsa untuk mengaksesnya. Tidak perlu memiliki akun premium untuk menonton video, tapi akun premium memiliki fitur tambahan seperti bebas iklan dan akses offline.

²⁷ Faiqoh, Fatty. 2016. YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5, (2).

²⁸ Rahmawati, Noviana. 2020. Retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Sosial YouTube Video Tentang “Iman” Pada Channel One Minute Booster. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

2. Mendownload (Unduh) Beberapa Video Tertentu

Youtube memungkinkan pengguna untuk mengunduh konten berupa video dari konten kreator yang berafiliasi dengan *youtube* dengan kualitas resolusi video yang cukup tinggi. Namun perlu diingat bahwa tidak semua video dapat diunduh, karena beberapa konten kreator mungkin membatasi hak cipta atau pengaturan unduhan.

3. Mengakses dan Berbagi Informasi Seputar Hal-Hal Teknis

Youtube menjadi platform yang sangat istimewa karena memungkinkan pengguna untuk berbagi dan mengakses informasi dalam bentuk video, yang dapat menggabungkan audio, visual, dan informasi. Ini membuatnya menjadi sumber belajar dan hiburan yang sangat populer di kalangan masyarakat.

4. Mengakses Video Streaming

Youtube menawarkan akses video streaming live maupun rekaman, jadi kamu bisa nonton siaran TV lokal, nasional, atau internasional kapan saja, baik sedang tayang atau sudah lewat.

5. Mengenalkan dan Memasarkan Produk

Banyak pengguna *Youtube* yang memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan dan mengembangkan bisnis mereka. Dengan konten yang menarik, mereka bisa menjangkau lebih banyak audiens dan meningkatkan brand awareness.

6. Mengakses Video Informatif

Youtube memang jadi sumber referensi yang sangat berguna! Murid bisa dapat pelajaran tambahan, montir bisa belajar teknik

otomotif, dan banyak lagi. Kamu bisa cari informasi apa saja di *Youtube*, dari tutorial, review produk, sampai hiburan.

7. Mendukung Industri Hiburan

Youtube menjadi platform yang sangat penting buat industri hiburan! Kamu bisa nonton video klip musik, film, atau siaran hiburan favorit kamu kapan saja. Banyak artis dan industri hiburan yang memanfaatkan *Youtube* buat promosi dan jangkau lebih banyak penggemar. Iklan di *Youtube* juga jadi salah satu cara efektif buat mereka promosiin konten dan produk mereka.

8. Memfasilitasi Pengguna Menguasai Skill Dasar Membuat Video

Youtube menyediakan fitur edit video dasar yang memungkinkan pengguna belajar dan mengedit video mereka sendiri. Fitur-fitur seperti ini sangat membantu pengguna yang ingin meningkatkan kualitas video mereka tanpa perlu aplikasi edit video lain. *Youtube* juga terus memperbarui fitur-fiturnya buat pengguna lebih nyaman dan mudah menikmati konten.

9. Memperkuat Branding Lembaga/ Institusi

Youtube bisa jadi platform yang efektif buat memperkuat branding lembaga atau institusi. Dengan konten yang menarik dan konsisten, lembaga bisa meningkatkan visibilitas dan membangun citra positif di mata audiens. Dengan *Youtube*, lembaga bisa menunjukkan transparansi dan akuntabilitas, serta memperlihatkan dampak dan hasil kerja mereka. Ini bisa membantu meningkatkan

kepercayaan dan kredibilitas lembaga di mata penyandang dana dan mitra potensial.²⁹

²⁹ Candra. Edy. 2017. YouTube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Asprasi Pribadi. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni. Vol. 1, (2).