

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Retorika

1. Pengertian Retorika

Retorika (bahasa Belanda: *retorica*, bahasa Inggris: *rhetoric*) atau keterampilan berbicara adalah cabang dari ilmu dialektika yang membahas mengenai kemampuan dalam membuat argumen dalam bahasa sebagai alat di bidang ilmu etika.¹ Retorika itu ialah seni menggunakan bahasa dengan suatu cara untuk menghasilkan kesan terhadap pendengar dan pembaca. Berdasarkan definisi ini jelaslah bagi kita bahwa yang namanya retorika itu bukan saja terbatas dalam dunia berpidato tapi juga dalam dunia tulis menulis. Sebab retorika itu erat hubungannya dengan cara menggunakan bahasa atau kata-kata yang sedap didengar dan enak pula dibaca.²

Supaya kita tidak terseret amat jauh dari esensi dan eksistensi retorika, maka perlu dipahami retorika melalui apa

¹ Aristoteles; Tomovska, Vesna. [*Retorika \(Seni Berbicara\)*](#). (Yogyakarta: Basabasi, 2018), Hal. 20.

² Basrah Lubis, *Retorika Da'wah*, (Jakarta: Tursina, 1994), Hal. 59-60.

yang dirumuskan tentang retorika tersebut. Rumusan pengertian atau definisi mengenai retorika berikut merupakan penjernihan rumusan Aristoteles yang dilakukan oleh W.S. Roberts, yakni salah seorang ahli retorika yang menerjemahkan buku "*Retorika Aristoteles*". Retorika adalah seni mengafeksi (menarik minat) pihak lain dengan berbicara, dengan cara mengatur unsur-unsur pembicaraan begitu rupa untuk meraih respon pendengar.

- a. Retorika adalah seni yang mengajarkan kaidah dasar pemakaian bahasa yang efektif.
- b. Retorika adalah seni berbicara yang dapat mempersuasi dan dapat memberikan informasi yang rasional kepada pihak lain.
- c. Retorika adalah upaya pemilihan bentuk pengungkapan yang efektif dengan cara lain yang mampu memukau.
- d. Retorika adalah ide atau gagasan untuk mempersuasi.

Berdasarkan beberapa rumusan pengertian tersebut, maka esensi retorika adalah upaya-upaya yang dilakukan pembicara (pada bahasa lisan) dan penulis (pada bahasa tulisan) dalam memilih bentuk ungkapan yang dianggap paling

efektif untuk menarik perhatian pendengar atau pembaca. Hakikat retorika adalah kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan bahasa sebagai alatnya. Dalam peristiwa komunikasi itu, tujuan utama komunikator adalah menyampaikan pesan yang diharapkan dapat diketahui, dipahami, dan dapat diterima oleh komunikan.³

Retorika juga dijadikan sebagai kunci dari ilmu bahasa terkhusus ilmu bina bicara, sebagai bagian dari ilmu bicara diklasifikasikan menjadi 3 bentuk, yaitu :

a. Monologika

Monologika merupakan cabang ilmu yang membahas terkait seni berbicara secara monolog. Berbicara monolog dimaksud adalah kecenderungan pada satu orang yang berbicara atau komunikasi satu arah. Contohnya, kata sambutan kuliah umum, kata sambutan ceramah, pidato, dan lain sebagainya.

b. Dialogika

Dialogika merupakan cabang ilmu yang membahas terkait seni berbicara dialog. Berbicara dialog dimaksud adalah kecenderungan pada 2 orang atau lebih yang mengambil

³ Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, (Jakarta: Rosda Pustaka Ilmi, 2020), Hal. 6-7.

bagian berbicara. Contohnya, tanya jawab forum, debat, diskusi, perundingan, percakapan biasa, dan lain sebagainya.

c. Teknik Bina Bicara

Pembinaan teknik berbicara merupakan keefektifan dari teknik berbicara monolog dan dialog tergantung kemampuan dan keadaan dalam suatu proses pembicaraan yang memenuhi syarat retorika. Hal ini banyak dipelajari di bidang ilmu komunikasi.⁴

Dari berbagai pengertian retorika diatas, maka dapat dikatakan bahwa retorika adalah seni, ilmu berbicara yang mengajarkan bagaimana cara-cara penyampaian tutur kata yang efektif baik melalui tulisan maupun lisan agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti pendengar.

2. Tujuan Retorika

Menurut Aristoteles seperti dikutip Sunarto, ada empat tujuan retorika yaitu :

- a. Korektif, yaitu membela kebenaran yang seringkali kalah karena orang tidak dapat mempertahankannya melalui argumen yang baik dan logis serta penyampaian yang baik.

⁴ Liliweri Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), Hal. 397

- b. Instruktif, yaitu bertujuan untuk mendidik orang yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan metode logika.
- c. Sugestif, yaitu bertujuan memberikan saran bagaimana menghadapi argumentasi lawan sehingga menguasai situasi.
- d. Defensif, yaitu sebagai alat pertahanan mental dalam menghadapi musuh atau lawan bicara.

Lebih lanjut Aristoteles menyarankan kepada setiap pembicara supaya mereka meneliti dengan sebaik-baiknya pokok persoalan yang akan dibicarakannya, kemudian mengambil ulasan yang benar-benar ada dalam pokok persoalan tersebut, yang selanjutnya menampilkannya dalam ragam dan gaya bahasa berbicara yang persuasif.⁵

3. Fungsi Retorika

Retorika dalam kenyataan sesungguhnya telah memainkan keempat fungsi seperti dikemukakan oleh Aristoteles, yaitu:

- a. Memberikan bimbingan kepada pembicara dalam mengambil keputusan yang benar.

⁵Sunarto, *Retorika Dakwah*, Hal.22-23.

- b. Memberikan bimbingan kepada pembicara untuk secara lebih baik memahami masalah kejiwaan manusia pada umumnya dan kejiwaan pada diri pendengar khususnya.
- c. Memberikan bimbingan kepada pembicara dalam menemukan ulasan, baik yang artistik maupun nonartistik, dan
- d. Memberikan bimbingan kepada pembicara dalam mempertahankan kebenaran dengan alasan-alasan yang dapat diterima oleh akal (logika).⁶

4. Unsur-Unsur Retorika

Menurut Aristoteles seperti dikutip Sunarto, menjelaskan bahwa unsur-unsur retorika adalah sebagai berikut:

- a. Pembicara

Orang yang menyampaikan pesan (*message*) secara lisan kepada orang lain yang diajak berbicara. Dia tidak hanya menggunakan suara saja, akan tetapi juga dibantu oleh anggota tubuhnya, seperti: gerakan-gerakan tangan, menggunakan isyarat, mimik, atau perubahan air muka

⁶Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, Hal.52.

supaya orang yang diajak bicara (lawan bicara) atau majelis tertarik perhatiannya pada isi pembicaraannya.

b. Lawan bicara

Lawan bicara ini dapat berupa seorang maupun dalam bentuk kelompok atau perkumpulan (majelis). Lawan bicara tersebut harus diperhatikan oleh pembicara agar isi materi yang disampaikan dapat diperhatikan dan dipahami.

c. Materi pembicaraan atau pesan

Pesan yang disampaikan oleh pembicara hendaknya diorganisasi sedemikian rupa sehingga dapat membangkitkan daya pikir dan daya perasaan lawan bicara atau majelis.⁷

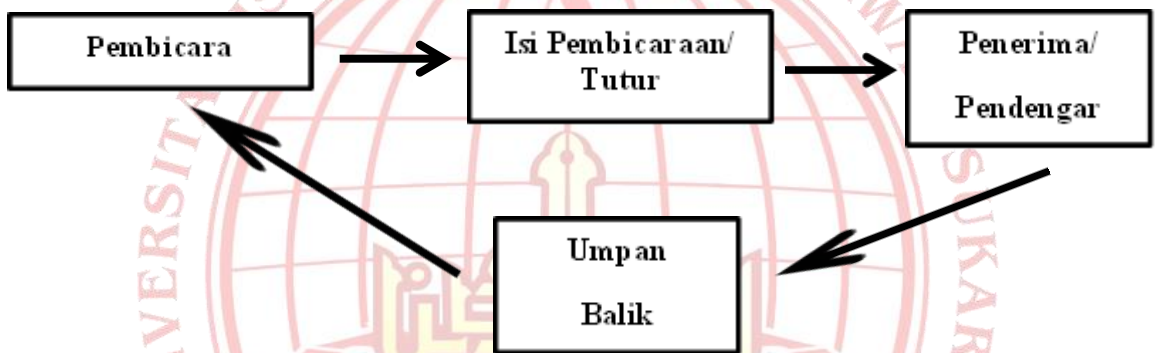
jika dalam retorika pidato terdapat unsur pembicara, isi pidato dan audiens atau pendengar. Sementara di dalam retorika terdapat empat proses yaitu:

- a. Proses internal yang terjadi di dalam diri orang yang menjadi pembicara atau penutur.
- b. Proses perjalanan tutur yaitu isi pidato dari pembicara ke audiens atau pendengar.

⁷ Sunarto, *Retorika Dakwah*, Hal. 20-21.

- c. Proses internal yang terjadi pada diri pendengar atau audiens.
- d. Proses umpan balik (feedback) sebagai respons dari audiens kepada pembicara dan tuturnya.⁸

Secara lebih jelasnya, unsur dan proses retorika dapat digambarkan sebagaimana bagan berikut:



Gambar 2.1 Unsur dan Proses Retorika

Ciri utama retorika adalah memilih ungkapan atau kalimat yang paling cocok. Maka dari itu, dalam pemilihan ungkapan dan menyampaikannya harus dilakukan secara persuasif agar tujuan komunikator dalam menyampaikan pesan yaitu dapat diketahui, dipahami, dan diterima oleh komunikan. Aristoteles menyebutkan tiga cara untuk mempengaruhi manusia atau dikenal sebagai formula segitiga retorika yang

⁸ Sunarto, *Retorika Dakwah*, Hal. 21-22.

terdiri dari *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*. Teori reotika Aristoteles ini akan dijadikan landasan teori dalam penelitian penulis.

a. *Ethos* (Etika/Kredibilitas)

Kredibilitas atau karakter pembicara, yang membuat audiens mempercayainya. *Ethos* mencerminkan integritas, kejujuran, dan kompetensi pembicara sehingga apa yang disampaikan dianggap dapat dipercaya. Contohnya, seorang orator yang memiliki latar belakang dan pengetahuan memadai serta mampu menarik perhatian audiens dengan cara yang meyakinkan, menunjukkan *ethos* yang kuat.⁹

b. *Pathos*

Pathos adalah kemampuan pembicara untuk menghubungkan atau menggugah emosi pendengar, seperti simpati, kasihan, atau semangat, agar audiens lebih terlibat dan terpengaruh oleh pesan yang disampaikan. Contohnya, orator yang menyampaikan kesedihan dan keprihatinan terhadap suatu kondisi sosial sehingga menimbulkan

⁹Rofik. Kinerja Karyawan Ditinjau dari Religiusitas dan Motivasi Internal yang Dimediasi Etos Kerja. *Jurnal Jempper*, Vol.1, No.2, 2022, Hal. 185-195.

empati dari pendengar, menggunakan pathos dengan efektif.¹⁰

c. *Logos*

Logos berarti logika atau bukti rasional yang digunakan pembicara dalam argumennya. *Logos* mengacu pada penyampaian fakta, data, dan alasan yang masuk akal untuk mendukung pernyataan, sehingga pendengar bisa mengikuti dan menerima pesan secara rasional. Contohnya adalah pembicara yang menjelaskan fenomena ekonomi dengan menggunakan data nyata, bukan asumsi atau khayalan.¹¹

Ketiga elemen ini saling melengkapi, *ethos* menciptakan kepercayaan, *pathos* membangkitkan emosi, dan *logos* memberikan alasan logis. Bersama-sama, mereka membentuk dasar utama komunikasi persuasif yang efektif sejak zaman Yunani kuno hingga kini.

¹⁰Maraya. Analisis Retorika Program Catatan Najwa Edisi Koruptor Dibebaskan Gara-Gara Corona? Nanti Dulu!. *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, Vol. 1, No.3, 2021, Hal. 255-262.

¹¹Isa. Analisis Bukti Retorika Pidato Nadiem Makarim pada Hari Guru Nasional 2019. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, Vol. 6, No. 1, 2022, Hal. 127-138.

5. Macam-Macam Gaya Retorika

a. Gaya Bahasa

Gaya merupakan sebuah ciri khas yang menempel pada diri seseorang, sehingga seorang penceramah harus memilih gaya bahasa yang tepat agar dapat dengan mudah menarik perhatian dari komunikan. Gaya bahasa mempunyai beberapa jenis diantaranya:

1) Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

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

a) Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi adalah 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 di jadikan sebagai bahasa tulisan. Seperti artikel atau esai yang bersifat serius.

b) Gaya Bahasa Tidak Resmi

Gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, dan juga artikel-artikel mingguan atau bulanan. Dalam indikatornya gaya bahasa tak resmi antara lain. Gaya bahasa ini mempunyai indikator antara lain: menggunakan bahasa tidak baku, banyak menggunakan istilah asing, bahasanya cenderung singkat, banyak menggunakan kata seru, dan menggunakan kalimat langsung.¹²

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

a) Gaya bahasa klimaks

Gaya bahasa klimaks merupakan semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Klimaks disebut juga gradasi. Istilah ini dipakai sebagai istilah umum yang sebenarnya merujuk

¹²Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, (Jakarta: Rosda Pustaka Ilmi, 2020), Hal.71-77.

pada tingkat gagasan yang paling tinggi. Klimaks ini terbentuk dari beberapa gagasan yang berturut-turut, semakin tinggi kepentingannya, maka itu disebut anabasis.

b) Antiklimaks

Gaya bahasa anti klimaks merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dari gagasan terpenting ke gagasan yang kurang penting, namun gagasan ini dianggap kurang efektif karena gagasan terpenting berada pada awal kalimat.

c) Paralelisme

Paralelisme merupakan gaya bahasa yang berusaha untuk mencapai keseimbangan kata-kata atau frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Kesamaan tersebut dapat berbentuk anak kalimat yang bergantung pada induk kalimat. Gaya ini lahir dari struktur kalimat yang berimbang.¹³

¹³ Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, Hal.76-77

b. Gaya Suara

Gaya suara merupakan seni dalam berkomunikasi dengan memberikan tekanan-tekanan tertentu pada kata-kata yang memerlukan perhatian khusus. Adapun beberapa hal yang mempengaruhi gaya suara yaitu :

1) Nada

Nada dalam suara selagi berbicara tidak boleh terlalu tinggi maupun terlalu rendah, tetapi enak digunakan. Dan setiap pembicara harus mempelajari berbagai variasi dalam nada untuk menghasilkan yang terbaik. Dalam bahasa tonal dikenal dengan lima macam pitch, yaitu :

- a) Nada naik atau tinggi yang diberi tanda garis ke atas / ↑ /
- b) Nada datar diberi tanda garis lurus mendatar / ↔ /
- c) Nada turun atau merendah diberi tanda garis menurun / ↓ /
- d) Nada turun naik, yakni nada yang merendah lalu meninggi diberi tanda / ^ /

e) Nada naik turun, yaitu nada yang meninggi lalu merendah, diberi tanda / v / ¹⁴

2) Rate dan Rhythm

Rate dan rhythm adalah kecepatan yang mengukur cepat lambatnya irama suara. Hal tersebut selalu berkaitan dengan *Rhythm* dan irama. Seorang pembicara harus memperhatikan masalah ini dengan baik. Mereka harus mengatur kecepatan dan menyelaraskan suara dengan irama. Suara yang disampaikan terlalu cepat atau terlalu lambat akan menyulitkan pendengar dalam menangkap isi pesan. Rate akan di kontrol oleh *pause* (penghentian). Oleh karena itu seorang komunikator ada kalanya harus berhenti sejenak untuk memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mencerna dan memahami maksud dari pesan yang telah disampaikannya.¹⁵

¹⁴Widjaja, *Komunikasi-Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), Hal. 50.

¹⁵Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, (Jakarta: Rosda Pustaka Ilmi, 2020), Hal. 80.

3) Pause atau Jeda

Jeda dapat dikatakan sebagai bagian *rate* atau kecepatan, yang berfungsi sebagai punctuation lisan. Umumnya jeda yang singkat berguna untuk titik pemisah, seperti fungsi koma, dalam penulisan. Sedangkan jeda panjang biasanya untuk memisahkan pemikiran yang lengkap seperti kalimat, tanda seru, tanda tanya dalam sebuah kalimat. Jeda memungkinkan pembicara berfikir sejenak tentang pikiran, gagasan, atau ide yang akan dikemukakan. Jeda dapat bersifat penuh dan dapat juga bersifat sementara. Biasanya dibedakan antara sendi dalam dan sendi luar.¹⁶

c. Gaya Gerak Tubuh

Dari beberapa gaya yang ada, salah satu yang menjadi daya tarik adalah gaya fisik. Tidak hanya berguna untuk menyampaikan makna. Gaya fisik ini juga dapat menimbulkan respon pada pendengar atau audiens, karena pada dasarnya pendengar lebih tertarik pada hal-hal yang

¹⁶Ernest. *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*. (Jakarta: Erlangga, 1989), Hal. 66.

sifatnya bergerak. Dengan demikian, gerak gerik seorang pembicara dalam melakukan pidato ataupun ceramah dapat melibatkan audiens untuk bergerak. Mereka juga akan merasakan apa yang komunikator rasakan. Berikut adalah macam-macam gerak tubuh seseorang dalam berkomunikasi antara lain:

1) Sikap Badan

Sikap badan selama berbicara (terutama pada awal pembicaraan) baik duduk menentukan berhasil atau tidaknya penampilan kita sebagai pembicara. selain itu juga dapat menimbulkan beberapa penafsiran dari pendengar.¹⁷

2) Kontak Mata

Cara seorang wicara mengamati audiens waktu berbicara. Kontak mata ini menunjukkan pada orang lain bagaimana perasaan kita terhadap mereka. Menjaga kontak mata itu penting, karena membantu pendengar berkonsentrasi pada apa yang disampaikan pembicara, dan membantu mendapat wawasan

¹⁷Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, Hal.82.

tentang reaksi pendengar terhadap pidato yang disampaikan pembicara.¹⁸

3) Penampilan dan Pakaian

Masalah pakaian juga perlu diperhatikan, karena pakaian bagian dari diri seseorang. Jika pakaian dinilai kurang pantas, berarti diri kita belum tampil maksimal di depan umum. Kata orang pakaian yang pantas pasti akan menambah kewibawaan. Seorang pembicara bisa menanyakan kepada panitia penyelenggara tentang tema acara tersebut, biar bisa menyesuaikan tentang pakaian apa yang akan digunakan.

4) Ekspresi Wajah

Ekspresi wajah adalah salah satu alat terpenting yang digunakan pembicara dalam berkomunikasi non verbal yang meliputi senyuman, ketawa, kerutan dahi, mimik yang lucu, gerakan alis yang menunjukkan keraguan, rasa kaget dan sebagainya.

¹⁸Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, Hal.83.

5) Gestur

Gesture adalah gambaran fisik sikap kinetik yang ditunjukkan seorang orator dalam bertutur di muka umum. Seperti halnya mimik wajah, secara wajar seseorang akan menampilkan ekspresi kinetik sesuai dengan kondisi psikologinya.¹⁹

B. Tinjauan Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah dilihat dari segi bahasa (etimologi), berasal dari kata da'a, yad'u, da'watun yang berarti seruan, panggilan, ajakan, Orang yang melakukannya disebut *da'i*.²⁰ Dakwah adalah suatu kegiatan yang sangat penting bagi penyebaran agama Islam didunia, oleh karena itu setiap orang muslim diwajibkan untuk berdakwah. Berikut beberapa definisi dakwah menurut para ahli yaitu: Menurut Umari, dakwah adalah mengajak orang lain untuk berbuat baik, mengajak kepada kebenaran, mengerjakan perintah, serta

¹⁹Ernest. *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*. (Jakarta: Erlangga, 1989), Hal.172.

²⁰Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: Hidakarya Agung, 1997), Hal.127.

menjauhi larangan agar memperoleh kebahagiaan dimasa sekarang dan tentunya dimasa yang akan datang.²¹

2. Unsur-Unsur Dakwah

a. Subjek Dakwah (*Da'i*)

Da'i adalah seseorang yang melakukan suatu aktivitas dalam berdakwah atau seseorang yang menyampaikan pesan dakwahnya kepada orang lain (*Mad'u*). Setiap muslim mempunyai kewajiban untuk berdakwah, menyampaikan pesan atau ajaran Islam kepada seluruh umat manusia didunia baik muslim maupun non-muslim. Agar dakwah yang disampaikan sesuai dengan apa yang diinginkan maka alangkah bagusnya mempunyai kepribadian yang baik agar dapat menjadi contoh.²²

b. Objek dakwah (*Mad'u*)

Objek dakwah atau yang biasa disebut dengan *mad'u* adalah penerima pesan dakwah dan menjadi sasaran dalam berdakwah. Objek dakwah adalah orang atau kelompok

²¹Moh Ali Aziz, *Ilmu Pidato*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2015), Hal. 14-15

²²Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Perseda, 2011), Hal. 261.

yang disebut dengan jama'ah yang sedang belajar ilmu agama dari seorang *da'i*. Dengan adanya penerima dakwah atau *mad'u* dalam berdakwah, maka kegiatan dakwah ini semakin terarah serta mempunyai tujuan yang tepat, dari seorang *mad'u* yang menerima.²³

c. Materi dakwah

Seorang *da'i* yang bijaksana dapat mempelajari realitas masyarakat sekitar dan kepercayaan mereka serta menempatkan diri mereka pada tempatnya masing-masing. Kemudian dia mengajak yang lain berdasarkan kemampuan akal sehat, tabi'at, tingkat keilmuan dan juga status sosial mereka. *Da'i* yang bijak dapat mengetahui metode yang dipakainya.²⁴

d. Media Dakwah

Penggunaan media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu hal keharusan untuk

²³Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), Hal. 279.

²⁴Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Wonosobo: Amzah, 2009), Hal. 70-

mencapai suatu efektivitas dakwah. Adapaun beberapa media dakwah diantaranya sebagai berikut:

- 1) Lisan, media dakwah yang paling sederhana yaitu menggunakan lisan dan suara, dakwah dengan media ini dapat berupa pidato, ceramah, bimbingan dan sebagainya.
- 2) Tulisan, dakwah yang menggunakan tulisan ini seperti buku, surat kabar dan sebagainya.
- 3) Lukisan, dakwah yang dilakukan pada lukisan seperti halnya gambar dan karikatur.
- 4) Audio visual adalah alat dakwah yang merangsang indra pendengaran maupun penglihatan dari keduanya seperti, radio, televisi, film, internet dan lain sebagainya.
- 5) Akhlak, adalah perbuatan-perbuatan nyata dan tentunya mencerminkan ajaran Islam, dapat dinikmati serta didengarkan oleh *mad'u*.²⁵

²⁵Lilik Malilah, *Metode Dakwah KH. Munif Muhammad Zuhri Dalam Meningkatkan Keberagaman Dilingkungan Masyarakat Girikusumo*, (Demak, 2014), Hal. 32.

C. Pengertian Retorika Dakwah

Istilah dakwah berasal dari bahasa Arab, yang artinya mengajak atau menyeru. Pada prinsipnya aktivitas dakwah adalah mengubah situasi dan kondisi yang tidak sesuai ajaran islam, menjadi sesuai dengan ajaran islam.²⁶ Menjadi pembicara yang handal harus mampu memahami situasi dan kondisi orang yang sedang diajak berbicara. Berbicara tentang dakwah juga berbicara tentang komunikasi, karena komunikasi adalah kegiatan informatif agar orang lain mengerti. Dalam dakwah dibutuhkan retorika yang dapat membuat dakwah seseorang lebih mengena, efisien dan efektif.

Tujuan retorika dalam kaitannya dakwah adalah “mempengaruhi pendengar”. Dalam berdakwah membutuhkan teknik-teknik yang mampu memberikan pengaruh efektif kepada khalayak masyarakat (mad‘u). Retorika dakwah juga dapat dimaknai sebagai pidato atau ceramah yang berisikan pesan dakwah yakni ajakan ke jalan Allah (*Sabilillah*). Retorika dakwah adalah kepandaian menyampaikan ajaran Islam secara lisan guna terwujudnya situasi dan kondisi yang Islami. Jadi retorika dakwah membahas bagaimana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara. Dengan demikian, peran retorika sangat besar dalam menyampaikan informasi. Termasuk dalam menyampaikan pesan-pesan dengan nilai agama (dakwah), juga di perlukan suatu kepandaian beretorika.

²⁶ Abidin. *Pengantar Retorika*. (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 132.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dakwah dan retorika sangat berhubungan erat, dakwah bertujuan mengajak umat manusia untuk melakukan kebaikan dan menjauhi segala perbuatan yang mungkar. Sedangkan retorika adalah cara bagaimana mengolah gaya bahasa yang baik dan memberikan inovasi-inovasi baru untuk mempengaruhi orang lain²⁷

D. Tinjauan Umum Tentang Kripto

1. Pengertian Kripto (*Cryptocurrency*)

Cryptocurrency adalah mata uang virtual yang dikembangkan pada tahun 2009 oleh seseorang dengan nama samaran Satoshi Nakamoto. Mata uang ini seperti halnya Rupiah atau Dollar, namun hanya tersedia didunia digital. *Bitcoin* menjadi *Cryptocurrency* pertama yang diperkenalkan dipasar online dan membawa dampak diseluruh dunia. Semua prosesnya menggunakan fungsi *kriptografi* hash dengan segala skema yang ada. Setelah *bitcoin*, banyak *Cryptocurrency* lainnya bermunculan dengan fitur-fitur

²⁷ H. MS. Udin, *Retorika dan Narasi Dakwah Bagi Pemula* (Mataram: Sanabil, 2019), hlm. 21.

unggulannya masing-masing. Cryptocurrency dengan pasar kapitalisasi rendah tidak mampu bertahan hingga saat ini.²⁸

Adapun kelebihan Cryptocurrency ialah :

- a. Dalam transaksi Cryptocurrency, tidak ada nomor kartu kredit yang dapat ditagih oleh orang yang tidak bertanggung jawab.
- b. Dengan Cryptocurrency, dimungkinkan melakukan transaksi anonim atau tanpa mengungkapkan identitas sama sekali. Di dompet Cryptocurrency tidak ada nama pemilik atau informasi apapun yang bisa diketahui oleh merchant ataupun orang lain. Hal ini sangat berbeda dengan transaksi online konvensional seperti transfer bank yang membutuhkan nama lengkap dan identitas pendukung.
- c. Keamanan dan kontrol atas uang bitcoin. Transaksi Bitcoin diamankan dengan kriptografi tingkat militer. Tidak ada yang bisa menggandakan uang atau melakukan pembayaran. Selama melindungi dompet, bitcoin dapat memberikan

²⁸Tai Hoon Kim, A study of digital currency cryptography for business marketing and finance security, (*Asiapacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology* Vol.6No.1January,2016) , Hal.365.

kendali penuh atas uang dan tingkat perlindungan yang kuat terhadap berbagai jenis penipuan.

Adapun kelemahan yang dimiliki ialah :

- a. Tidak ada jaminan kehilangan
- b. Dapat digunakan dalam transaksi perdagangan ilegal
- c. Tidak dapat dilacak
- d. Transaksi tidak dapat dibatalkan
- e. Dapat digunakan sebagai media pencucian uang
- f. Penggelapan pajak kekayaan
- g. Keterbatasan transaksi

2. Jenis-Jenis Kripto

- a. *Bitcoin*



Gambar 2.2 Wikipedia Commons

Bitcoin diciptakan tahun 2009 oleh seorang individu atau kelompok misterius dengan nama samaran Satoshi Nakamoto, *kurs* alat pembayaran bentuk fisik *Paper-based & card-based* cara pembayaran debit transfer & *credit transfer*

mekanisme operasional Sistem kliring & transfer dana via RTGS Infrastruktur teknis dalam memproses perpindahan dana seperti jaringan komputer dan perangkat keras/lunak syarat alat pembayaran tidak mudah rusak mempunyai kualitas yang cenderung sama jumlahnya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tidak dapat dipalsukan mudah dibawa memiliki nilai yang stabil.

b. *Ethereum*



Gambar 2.3 Token Terminal

Ethereum merupakan suatu program komputer yang telah terdesentralisasi yang telah berjalan dengan menggunakan sebuah aplikasi smart kontak atau bisa juga di artikan sebuah aplikasi pemograman yang mampu menjalankan sendiri sistemnya tanpa kemungkinan terjadinya *down* atau pemalsuan oleh pihak ketiga. *Ethereum* juga termasuk salah satu mata uang digital yang hampir sama seperti *Bitcoin* dan

juga bahasa pemrograman pada *ethereum* ini ternyata menggunakan bahasa pemrograman *Turing Complete*.²⁹

c. *Ripple*



Gambar 2.4 Dailycoin

Ripple adalah bisnis teknologi terpusat yang beroperasi sebagai jaringan pengiriman uang lintas batas yang mendukung kebutuhan transaksi industri jasa keuangan. *Ripple* dibuat pada tahun 2012 oleh *Ripple Labs Inc.* dan bertindak sebagai platform pembayaran di seluruh dunia dengan protokol sumber terbuka (bernama *Ripple Protocol*). *Ripple* merupakan *Cryptocurrency peer-to-peer* yang bekerja dengan cara yang sama seperti *Bitcoin*.

d. *Binance*



Gambar 2.5 Wikipedia

²⁹ Muhamad khoirul umam, “Perdagangan Ethereum Di Indodax Exchange Dalam Perspektif Syariah”, *Istithmar*, Vol.3, Nomor 2, Desember 2019, Hal. 178.

Kapitalisasi pasar dan volume perdagangan koin *Binance* dan *Bitcoin* sangat besar. Mereka masing-masing berada di posisi keempat dan pertama. Pertukaran *Binance* menjalankan *Binance cryptocurrency* (BNB), dan simbol perdagangannya adalah BNB. *Binance coin* (BNB) juga dapat ditukar atau diperdagangkan dengan *Cryptocurrency* lainnya, seperti *Ethereum*, *Litecoin*, *Bitcoin*. *Binance Coin* pertama kali diproduksi pada Juli 2017 dan pada awalnya bekerja di *Blockchain Ethereum* dengan token ERC-20 kemudian ternyata menjadi mata uang asli dari *Blockchain Binance* sendiri, *Binance chain*.³⁰

E. Youtube Sebagai Media Dakwah

Pada era globalisasi seperti saat ini, banyak dari kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi, untuk mencari informasi, dan juga mendapatkan informasi yang diinginkan. Media sosial yang populer dan sering digunakan untuk mengikat orang adalah media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *YouTube* dan lain sebagainya. Masyarakat saat ini berkomunikasi tidak hanya dengan tatap muka dan bertemu saja,

³⁰ Muhammad Fuad Zain, "Mining-Trading Cryptocurrency Dalam Hukum Islam",
Jurnal Kajian Hukum Islam, Vol.12, Nomor 1, 2018, Hal. 122.

namun di zaman milenial sekarang ini telah merubah semua gaya hidup masyarakat dengan memberi fasilitas yang mudah, berkomunikasi dengan orang lain lebih mudah dan mendapatkan informasi dunia luar lewat media *online* seperti *Youtube*.³¹

Media Youtube dimanfaatkan pengguna media untuk melihat berbagai macam konten video yang diunggah, dapat digunakan oleh pengguna *live streaming* media Youtube juga seperti media televisi. Tetapi media Youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan untuk ditonton. Media Youtube adalah satu diantara media yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai macam informasi serta mendapatkan informasi. Media Youtube juga dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui konten video ceramah, dengan menggunakan media

Youtube mempermudah *da'i* dalam penyampaianya dan kepada *mad'u* yang melihatnya.³²

³¹Septi Nandiastuti, *Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube*, Skripsi, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020), Hal. 48-49

³²Yogi Ridho Firdaus, *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube*, (Studi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga) Skripsi (Salatiga: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Salatiga, 2018), Hal. 43.