

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Kepustakaan

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses yang mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.¹ Persepsi mempengaruhi rangsangan atau pesan apa yang kita serap dan makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.² Ada berbagai cara untuk menyimpulkan informasi yang diterima oleh individu, yang dalam psikologi dikatakan bahwa setiap menit manusia dapat menghasilkan berbagai model dan persepsi agar dia dapat bertahan hidup. Individu juga cenderung memilih informasi seperti apa yang paling dia sukai agar dia dapat mengingatnya, atau jika dia tidak suka pada informasi ini dia akan menolak. Pilihan terhadap jenis informasi yang diterima atau ditolak ini sangat tergantung dari

¹ A. Joseph Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta : Professional Books, 1997)

² Nina W. Syam, *Psikologi : Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, Cet. I, (Bandung : Simbosa Rekatama Media, 2011), hlm.3

informasi yang menarik perhatian kita (*information that attract our attention*).

Kenneth K.Sereno dan Edward M. Bodaken juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu : *seleksi*, *organisasi*, dan *interpretasi*. Yang dimaksud *seleksi* sebenarnya mencakup *sensasi* dan *atensi*, sedangkan *organisasi* melekat pada *interpretasi*, yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna.”³

Persepsi adalah inti dari komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsi yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya ataupun kelompok identitas.⁴

b. Jenis-Jenis Persepsi

1) Persepsi diri

Persepsi diri individu (*self perception*) merupakan suatu cara seseorang menerima diri sendiri. Persepsi diri berbasis pada apa yang dikagumi, sejauh mana objek yang dipersepsikan itu bernilai bagi dia, misalnya apa yang dia yakini sebagai sesuatu yang akan memberikan perasaan aman

³ Dddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Cetakan keempat belas, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya,2010).hlm.181

⁴Ibid. hlm.180

atau mungkin tidak nyaman. Konsep diri itu dibentuk oleh bagaimana individu berpikir tentang orang lain dan menerimanya, bagaimana individu diterima dalam suatu kelompok tertentu, juga dibentuk berdasarkan pengalaman masa lalu, atau yang berbasis pada asas manfaat dari informasi yang dia terima.⁵

2) Persepsi Lingkungan

Persepsi lingkungan dibentuk berdasarkan konteks dimana informasi itu diterima. Suatu contoh : ada sepasang suami istri yang sudah lama berumah tangga, tetapi ternyata sang suami tersebut selingkuh dengan perempuan lain. Otomatis sang istri sangat marah dan kecewa. Maka sang istri akan bilang : “Aku tidak akan mau bertemu dengan kamu”. Ungkapan sang istri itu menggambarkan persepsi istri terhadap suaminya sesuai dengan konteks saat itu. Bayangkan pula jika Anda bertemu dengan kedua orang tua yang sudah lama anda tinggal dikarenakan Anda merantau mencari ilmu. Lalu ternyata Anda bilang “Aku tidak akan mau bertemu dengan kalian”. Dua contoh ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kata-kata yang diucapkan sang istri dan Anda telah mengalami perubahan makna.

⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana prenada media group, 2011), hlm.160

Ini berarti bahwa lingkungan di sekeliling kita dapat membentuk penyaring mental bagi persepsi manusia terhadap informasi.⁶

3) Persepsi yang Dipelajari

Persepsi yang dipelajari (*learned perceptions*) merupakan persepsi yang terbentuk karena individu mempelajari sesuatu dari lingkungan sekitar, misalnya dari kebudayaan dan kebiasaan teman-teman atau orang tua. Persepsi yang dipelajari berbentuk pikiran, ide atau gagasan dan keyakinan yang kita pelajari dari orang lain. Reaksi setiap individu berbasis pada persepsi yang telah dia pelajari. Bisa dilihat dari bagaimana seorang anak yang mengikuti kebiasaan orang tua mereka.⁷

4) Persepsi Fisik

Persepsi fisik dibentuk berdasarkan pada dunia yang serba terukur, misalnya secara fisik kita mendengar dan melihat sesuatu lalu diikuti dengan bagaimana kita memproses apa yang dilihat itu dalam pikiran dan akal.⁸

5) Persepsi Budaya

Persepsi budaya berbeda dengan presepsi lingkungan, hal ini disebabkan persepsi budaya mempunyai skala yang sangat luas dalam

⁶Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana prenada media group,2011), hlm.161

⁷Ibid, hlm.161

⁸ Ibid, hlm.161

masyarakat, sedangkan persepsi lingkungan menggambarkan skala yang sangat terbatas pada sejumlah orang tertentu.⁹

c. Proses Persepsi

1) Sensasi (pengindraan)

Pengertian sensasi umumnya selama ini merujuk pada suatu hal yang fenomenal. Sensasinya sebenarnya hasil dari kerja alat-alat indra (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar). Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecepan. Reseptor indrawi-mata, telinga, kulit dan otot, hidung, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Mata bereaksi terhadap gelombang cahaya, telinga terhadap gelombang suara, kulit terhadap temperatur dan tekanan, hidung terhadap bau-bauan dan lidah terhadap rasa. Lalu rangsangan-rangsangan ini dikirimkan ke otak.

2) Atensi

Atensi adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli melemah. Atensi terjadi bila kita mengkonsentrasiikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain.¹⁰ Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu objek

⁹Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana prenada media group,2011). hlm.161

¹⁰ Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1996). hlm. 52

untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan dirisendiri. Dalam beberapa kasus, rangsangan yang menarik perhatian cenderung dianggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian. Contohnya orang yang paling diperhatikan cenderung dianggap paling berpengaruh.

3) Interpretasi

Interpretasi adalah tahap terpenting dalam persepsi. Sebenarnya seseorang tidak dapat menginterpretasikan makna objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang dipercaya mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.¹¹

d. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Untuk lebih mempermudah pemahaman terhadap persepsi sosial, Robbin (1989) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang memberi pengaruh terhadap pembentukan persepsi sosial seseorang. Faktor-faktor itu adalah faktor penerima (*the receiver*), situasi (*the situation*), dan objek sasaran (*the target*).¹²

1) Faktor Penerima

Apabila seseorang mengamati orang lain yang menjadi objek sasaran persepsi dan mencoba untuk memahaminya, tidak dapat disangkal bahwa pemahaman sebagai suatu proses kognitif akan

¹¹ Ali Nurdin,dkk., *Pengantar Ilmu komunikasi*,..hlm.161

¹² Fattah Hanurawan, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*, Cet.I (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2010), hlm. 37

dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian seorang pengamat. Diantara karakteristik kepribadian utama itu adalah konsep diri, nilai dan sikap, pengalaman di masa lampau, dan harapan-harapan yang terdapat dalam dirinya.¹³

Seseorang yang memiliki konsep diri (*self concept*) tinggi dan selalu merasa diri secara mental dalam keadaan sehat, cenderung melihat orang lain dari sudut tinjauan yang bersifat positif dan optimistik, dibandingkan seseorang yang memiliki konsep diri yang rendah. Nilai dan sikap seseorang tidak pelak lagi memberi sumbangan pendapat seseorang tentang orang lain. Orang yang memengang nilai dan sikap otoritarian tentu akan memiliki persepsi yang berbeda dengan orang yang memegang nilai dan sikap liberal. Pengalaman masa di masa lalu sebagai bagian dasar informasi juga menentukan pembentukan persepsi seseorang. Harapan-harapan sering kali memberi semacam kerangka dalam diri seseorang untuk melakukan penelaian terhadap orang lain ke arah tertentu.

2) Faktor situasi

Pengaruh faktor selanjutnya ialah situasi, dalam proses persepsi dapat dipilah dalam tiga hal, yaitu seleksi, kesamaan, organisasi. Secara alamiah, seseorang akan lebih memusatkan perhatian pada objek-objek yang dianggap lebih disukai, ketimbang objek-objek yang tidak disukainya. Proses kognitif semacam itu lazim disebut dengan seleksi

¹³ Fattah Hanurawan, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*, Cet:I (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2010)

informasi tentang keberadaan suatu objek, baik itu bersifat fisik maupun sosial. Unsur kedua dalam faktor situasi adalah kesamaan. Kesamaan adalah kecenderungan dalam proses persepsi sosial untuk menafsirkan orang-orang ke dalam suatu kategori yang kurang lebih sama. Dalam hal ini, terdapat kecenderungan dalam diri manusia untuk menyesuaikan orang-orang lain atau objek-objek fisik kedalam struktural yang ada dalam dirinya. Unsur yang terakhir dalam faktor situasi adalah organisasi perceptual. Dalam proses persepsi sosial, individu cenderung untuk memahami orang lain dengan objek persepsi ke dalam sistem yang bersifat logis, teratur, dan runtut. Pemahaman sistematik semacam ini bisa disebut dengan organisasi perceptual. Apabila seseorang menerima informasi maka ia mencoba untuk menyesuaikan informasi itu kedalam pola-pola yang sudah ada.

3) Faktor Objek

Selain faktor kepribadian yang menerima dan faktor situasi, proses pembentukan persepsi sosial dapat dipengaruhi oleh faktor objek. Dalam persepsi sosial secara khusus, objek yang diamati itu adalah orang lain. Ciri yang terdapat dalam diri objek sangat memungkinkan untuk dapat memberi pengaruh yang menentukan terhadap terbentuknya persepsi sosial. Ciri yang pertama yang dapat ditimbulkan kesan diri pada penerima adalah keunikan suatu objek, ciri yang kedua adalah kekontrasan, ciri yang ketiga adalah ukuran atau intensitas yang terdapat dalam objek dan yang terakhir adalah ciri kedekatan objek dengan latar belakang sosial orang lain.

2. Retorika

a. Pengertian Retorika

Retorika berasal dari bahasa Yunani “*rhetor*” 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.¹⁴ Menurut istilah, retorika dapat didefinisikan sebagai berikut :

- 1) Dikutip dalam buku karya I. Gusti Ngurah Oka yang berjudul *Retorika, Sebuah Tinjauan Pengantar, Menurut Corax* (retorikus pertama yang mengadakan studi retorika) retorika adalah kecakapan berpidato di depan umum.¹⁵
 - 2) Jalaluddin Rakhmat, mengatakan :
 - (a) Dalam arti luas, retorika adalah ilmu yang mempelajari cara mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang dikehendaki pada diri khalayak.
 - (b) Dalam arti sempit, retorika adalah ilmu yang mempelajari prinsip-prinsip persiapan, penyusunan, dan penyampaian pidato sehingga tercapai tujuan yang dikehendaki.¹⁶

¹⁴ A. Sunarto, *Retorika Dakwah*, (Surabaya : Jaudar Press, 2014), hlm.2

¹⁵Ibid, hlm. 2

¹⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, (Bandung : Akademika, 1982), hlm. 10

- 3) Dikutip dalam buku Sunarjo dan Djoenasih yang berjudul Komunikasi, Persuasi dan Retorika mengidentifikasi retorika dengan *Public Speaking* yaitu suatu komunikasi dimana komunikator berhadapan langsung dengan massa atau berhadapan dengan komunikan atau *audien* dalam bentuk jamak.¹⁷

Dari beberapa pengertian di atas, maka retorika dalam arti sempit adalah seni atau ilmu tentang prinsip-prinsip pidato yang efektif. Sedangkan dalam arti luas adalah ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampaian tutur yang efektif melalui lisan atau tulisan untuk mengafeksi dan mempengaruhi pihak lain.

b. Unsur-unsur Retorika

Kegiatan retorika adalah kegiatan seorang membahas sesuatu yang disampaikan kepada orang lain. Dengan demikian setiap kegiatan retorika pasti terdiri dari orang yang berbicara, lawan bicara, dan isi pembicaraan. Menurut Aristoteles dalam bukunya *Rhetorica* unsur-unsur retorika adalah :

- 1) Pembicara, yaitu orang yang menyampaikan pesan secara lisan. Ia tidak hanya menggunakan suara saja, tapi juga dibantu oleh anggota tubuhnya, misalnya isyarat, mimik, gerakan-gerakan tangan.
 - 2) Lawan bicara, baik itu seseorang ataupun dalam bentuk kelompok atau majelis. Mereka ini harus diperhatikan oleh pembicara.

¹⁷ A. Sunarto, *Retorika Dakwah*, (Surabaya : Jaudar Press, 2014), hlm.4

- 3) Materi pembicaraan atau pesan, pesan hendaknya diorganisasi sedemikian rupa sehingga dapat membangkitkan daya pikir dan daya perasaan lawan bicara atau majelis.¹⁸

Unsur dari proses retorika dapat kita gambarkan sebagai berikut :¹⁹



Menurut Aristoteles, ada empat tujuan kita mempelajari retorika, yaitu :

1. Korektif, membela kebenaran yang seringkali kalah karena orang tidak dapat mempertahankannya,

¹⁸ A. Sunarto, *Retorika Dakwah*, (Surabaya : Jaudar Press, 2014), hlm. 20

¹⁹ Ibid. Hlm.22

20 Ibid, hlm. 22

2. Instruktif, mendidik orang yang tidak dapat dicapai dengan metode logika,
 3. Sugestif, memberikan saran bagaimana menghadapi argumentasi lawan sehingga menguasai situasi,
 4. Defensif, sebagai alat pertahanan mental dalam menghadapi musuh.²¹

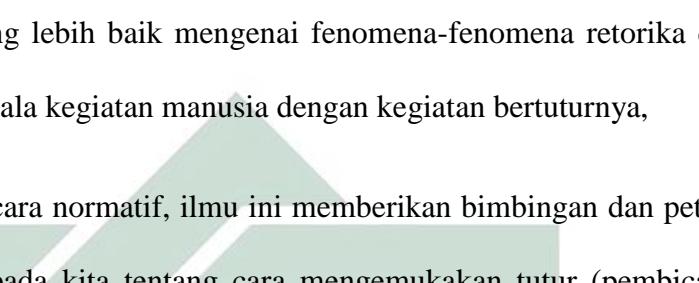
I Gusti Ngurah Oka, lebih rinci lagi menerangkan bahwa fungsi retorika adalah :

1. Memberikan gambaran yang jelas tentang manusia terutama dalam hubungan kegiatan tuturnya,
 2. Menampilkan gambaran-gambaran yang jelas tentang bahasa dan hal-hal atau benda-benda yang biasa diangkat menjadi topik tutur,
 3. Memberikan bimbingan tentang,
 - a. Cara-cara memilih topik tutur
 - b. Cara-cara memandang dan menganalisis topik tutur untuk menemukan sarana ulasan yang persuasif obyektif
 - c. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam rangka menemukan ulasan non artistik
 - d. Pemilihan jenis tutur yang disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai
 - e. Penataan bagian-bagian tutur serta menempatkan ulasan dalam bagian-bagian tutur itu
 - f. Pemilihan materi bahasa serta penyusunannya menjadi kalimat yang padu, utuh, mantap, dan bervariasi

²¹ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern*, (Bandung : Akademika, 1982), hlm.4.

- g. Pemilihan gaya bahasa dan gaya bertutur dalam penampilan tutur.²²

Dari uraian di atas dapatlah disimpulkan bahwa fungsi retorika adalah :

- 
 1. Secara positif, ilmu ini memberikan gambaran pemahaman yang lebih baik mengenai fenomena-fenomena retorika dalam segala kegiatan manusia dengan kegiatan bertuturnya,
 2. Secara normatif, ilmu ini memberikan bimbingan dan petunjuk kepada kita tentang cara mengemukakan tutur (pembicaraan) yang lebih gamblang, lebih mengikat dan lebih meyakinkan
 3. Secara khusus, ilmu ini menuntun kita bagaimana seharusnya membuat persiapan, penyusunan dan penyampaian pidato.²³

d. Retorika dalam Dakwah

Setiap bentuk komunikasi adalah sebuah drama. Oleh karena itu, pembicara hendaknya mampu mendramatisasi terhadap pembicara. Jika seorang mampu bercerita, sesungguhnya ia mempunyai potensi untuk berceramah dan menjadi mubaligh. Dalam berdakwah dibutuhkan retorika-retorika yang dapat membuat dakwah seseorang lebih mengena, efisien, dan

²² I Gusti Ngurah Oka, *Retorika, Sebuah Tinjauan Pengantar* (Bandung : Terate, 1976), hlm.65-66, dikutip oleh A. Sunarto, *Retorika Dakwah*, (Surabaya : Jaudar Press, 2014), hlm.24

²³ A. Sunarto, *Retorika Dakwah*, (Surabaya : Jaudar Press, 2014), hlm. 24

efektif, terutama dalam menyosialisasikan ajaran-ajaran Islam, sehingga retorika yang baik harus dikuasai oleh seseorang yang hendak berdakwah.²⁴

Tujuan retorika dalam kaitannya dengan dakwah yang paling penting adalah “mempengaruhi *audiens*”. Hal ini karena dalam berdakwah dibutuhkan teknik-teknik yang mampu memberikan pengaruh efektif kepada khalayak masyarakat. Diantaranya dengan menggunakan retorika ampuh dan jitu untuk mempengaruhi orang lain agar membenarkan dan mengikuti apa yang diserunya. Sebagaimana dakwah adalah sarana komunikasi menghubungkan, memberikan, dan menyerahkan segala gagasan, cita-cita dan rencana kepada orang lain dengan motif menyebarluaskan kebenaran sejati.

e. **Bahasa sebagai Media Retorika**

Setiap manusia secara fitrah memiliki kemampuan berbahasa. Dengan bahasa, manusia dapat mengekspresikan perasaan dan pikirannya. Bahasa adalah penemuan manusia yang paling menakjubkan. Bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang dipergunakan oleh masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri.²⁵

Jujun Suriasumantri menyebut bahwa bahasa sebagai serangkaian bunyi dan lambang yang membentuk makna.²⁶ Lebih lengkapnya, bahasa adalah sarana sistematis untuk mengkomunikasikan ide-ide perasaan dengan

²⁴ Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika*, (Bandung : CV. Setia Pustaka, 2013), hlm.132

²⁵ Aslinda, dan Syafyahya, Leni, *Pengantar Sosiolinguistik*, (Bandung : Refika Aditama, 2007), hlm.1

²⁶ Jujun S. Suriasumantri (ed.), *Ilmu dalam Perspektif*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 1999), hlm. 175

menggunakan tanda-tanda *conventionalized*, suara, gerakan, atau tanda memiliki makna yang dapat dipahami.²⁷

Sejak lahir manusia tumbuh dalam bauan serta pelukan bahasa. Berbahasa ibarat menghirup udara, setiap saat dikonsumsi tanpa mempertanyakan asal-usulnya. Manusia mulai resah ketika memasuki komunitas asing yang tidak dapat dipahami. Ketika kata-kata dan informasi tidak lagi dapat dipahami bahkan membingungkan, manusia mulai kritis untuk mempertanyakan bahasa dan fungsinya. Bahasa merupakan media retorika, sedangkan retorika sering digunakan sebagai ilmu berbicara yang diperlukan setiap orang.²⁸

Ketika berbicara di depan umum, seseorang membutuhkan ilmu retorika untuk menunjang kualitas pembicaraannya. Selain itu, retorika digunakan untuk meyakinkan pendengar akan kebenaran gagasan atau topik yang dibicarakan. Akan tetapi, tidak banyak orang yang mampu menggunakan retorika dengan baik dan efektif. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi bahasa dan retorika dalam berkomunikasi atau berbicara di depan umum. Rekonstruksi dapat dimulai dari segi penggunaan bahasa yang digunakan dalam berbicara. Dengan merekonstruksi bahasa dan retorika, kemampuan berbicara semakin mudah dimengerti, indah, dan sistematis.²⁹

²⁷ Webster's New Collegiate Dictionary (U.S.A., 1981), hlm. 641, dikutip oleh A. Chaedar Alwasilah, *Linguistik: Suatu Pengantar*, (Bandung : Angkasa, 1993)

²⁸ Jalaluddin Rahmat, *Retorika : Modern Pendekatan Praktis*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2011). hlm.2

²⁹ Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika*, (Bandung : CV. Setia Pustaka, 2013), hlm.62

f. Gaya Bahasa dalam Retorika

Gaya bahasa merupakan salah satu faktor terpenting dalam retorika.

Gaya bahasa yang menarik menyebabkan proses komunikasi berjalan lancar.³⁰ Gaya bahasa adalah cara pengungkapan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian pengarang. Pada hakikatnya, gaya bahasa merupakan teknik pemilihan ungkapan kebahasaan yang dianggap dapat mewakili sesuatu yang akan disampaikan atau diungkapkan.³¹

Gaya bahasa (*style*) adalah cara menggunakan bahasa. Gaya bahasa menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Sebab itu, persoalan gaya bahasa meliputi semua hirarki kebahasaan : pilihan kata secara individual, frasa, klausa, dan kalimat bahkan mencakup pula sebuah wacana keseluruhan.³²

Syarat-syarat gaya bahasa yang baik, mengandung tiga unsur, yaitu :

1. Kejujuran

Kejujuran adalah suatu pengorbanan. Bila orang hanya mencari kesenangan dengan mengabaikan segi kejujuran, maka akan timbul hal-hal menjijikkan. Hidup seorang (manusia) hanya dapat bermanfaat bagi dirinya

³⁰ Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika*, (Bandung : CV. Setia Pustaka, 2013), hlm.70

³¹ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta : Gramedia, 2007), hlm. 113

³² Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm.112

sendiri dan bagi sesamanya, kalau hidup itu dilandaskan pada sendi-sendi kejujuran.³³

2. Sopan santun

Yang dimaksud 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 (imajinasji).³⁴

(1) Jenis-Jenis Gaya Bahasa

1. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapatlah dibedakan: gaya bahasa resmi (bukan bahasa resmi), gaya bahasa tak resmi dan gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa dalam tingkatan bahasa non standar tidak akan dibicarakan di sini, karena tidak akan berguna dalam tulisan-tulisan ilmiah atau ilmiah populer.³⁵

³³ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm.113

³⁴ Ibid, hlm.115

³⁵ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm.117

a. Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya yang lengkap, gaya yang dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, gaya yang dipergunakan oleh mereka yang diharapkan mempergunakannya dengan baik dan terpelihara. Amanat kepresidenan, berita negara, khutbah-khutbah mimbar, tajuk rencana, pidato-pidato yang penting, artikel-artikel yang serius atau esai yang memuat subyek-subyek yang penting, semuanya dibawakan dengan gaya bahasa resmi.

b. Gaya Bahasa Tak Resmi

Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu konservatif. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, artikel-artikel mingguan atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, editorial, kolumnis, dan sebagainya. Singkatnya gaya bahasa tak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar.

c. Gaya Bahasa Percakapan

Sejalan dengan kata-kata percakapan, terdapat juga gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa ini, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun di sini harus ditambahkan segi-segi morfologis dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya

bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak terlalu diperhatikan, demikian pula segi-segi morfologis yang biasa diabaikan sering dihilangkan. Kalau dibandingkan dengan gaya bahasa resmi dan gaya bahasa tidak resmi, maka gaya bahasa percakapan ini dapat diumpamakan sebagai bahasa dalam pakaian *sport*. Itu berarti bahasanya masih lengkap untuk suatu kesempatan, dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan, tetapi kebiasaan ini agak longgar bila dibandingkan dengan kebiasaan pada gaya bahasa resmi dan tidak resmi.

2. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dan rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sering kali sugesti ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dan pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan.³⁶

a. Gaya Sederhana

Gaya ini cocok digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sebagainya.

b. Gaya Mulia dan Bertenaga

Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas yang biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas

³⁶ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm.121

pembicara, tetapi juga dapat mempergunakan nada keagungan dan kemuliaan. Tampaknya hal ini mengandung kontradiksi, tetapi kenyataannya memang demikian.

Nada yang agung dan mulia dapat mengerakkan emosi setiap pendengar. Dalam keagungan, terselubung sebuah tenaga yang halus tetapi secara aktif ia meyakinkan bekerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Khotbah tentang kemanusiaan dan keagamaan, kesusilaan dan ketuhanan biasanya disampaikan dengan nada yang agung dan mulia. Tetapi dibalik keagungan dan kemuliaan itu terdapat tenaga penggerak yang luar biasa, tenaga yang benar-benar mampu menggetarkan emosi para pendengar atau pembaca.

c. Gaya Menengah

Gaya menengah adalah gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Karena tujuannya adalah menciptakan suasana senang dan damai, maka nadanya juga bersifat lemah-lembut, penuh kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Pada kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta, pertemuan, dan rekreasi, orang lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian. Akan ganjillah rasanya, atau akan timbul disharmoni, kalau dalam suatu pesta pernikahan ada orang yang memberi sambutan berapi-api, mengerahkan segala emosi dan tenaga untuk menyampaikan sepathah kata. Para hadirin yang kurang waspada akan turut terombang-ambing dalam permainan emosi semacam itu.

B. Kajian Teoritis

Kajian retorika secara umum didefinisikan sebagai simbol yang digunakan manusia. Pada awalnya merupakan ilmu ini berhubungan dengan persuasi, sehingga retorika adalah seni penyusunan argumen dan pembuatan naskah.³⁷ Dalam buku pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi yang ditulis oleh Richard West dan Lynn H. Turner *Public speaking* memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang melampaui khalayak yang mendengarkan, dan ini merupakan keahlian yang penting di dalam masyarakat yang demokratis. Begitu pentingnya public speaking dalam kehidupan kita, sampai-sampai hal ini menjadi kegiatan yang ditakuti. Aristoteles merupakan orang pertama yang memberikan langkah-langkah dalam public speaking, retorika aristoteles yang tulisan-tulisannya yang diterbitkan dua puluh lima abad yang lalu menjadi paling berpengaruh di dunia Barat oleh para sejarawan, filsuf, dan pakar komunikasi.

Teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika, yang disebut Aristoteles sebagai alat persuasi yang tersedia. Maksudnya, seorang pembicara yang tertarik untuk membujuk khalayaknya harus mempertimbangkan tiga bukti retoris: logika (logos), emosi (pathos), dan etika atau kredibilitas (ethos).³⁸

³⁷ Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, Theories of Human Communication, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2014). Hlm.73

³⁸ Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008), hlm.5

Khalayak merupakan kunci dari persuasi yang efektif, dan silogisme retoris, yang mendorong khalayak untuk menemukan sendiri potongan-potongan yang hilang dari suatu pidato, digunakan dalam persuasi.³⁹

Ada dua asumsi teori yang dikemukakan Aristoteles yang dikaitkan dengan teori retorika⁴⁰.

- 
 1. Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak
 2. Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka.

Dalam konteks *public speaking* Aristoteles menyatakan bahwa hubungan antara pembicara-khalayak harus dipertimbangkan. Para pembicara tidak boleh menyusun atau menyampaikan pidato mereka tanpa mempertimbangkan khalayak mereka. Hal ini disebut sebagai analisis khalayak, yang merupakan proses mengevaluasi suatu khalayak dan latar belakangnya (seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan sebagainya) dan menyusun pidatonya sedemikian rupa sehingga para pendengar memberikan respon sebagaimana yang diharapkan pembicara. Aristoteles merasa bahwa khalayak sangat penting bagi efektivitas seorang pembicara. Ia menyatakan, “ Dari tiga elemen dalam penyusunan pidato pembicara, subjek, dan orang yang dituju yang terakhirlah, para pendengar, yang menentukan akhir dan tujuan dari suatu pidato” .

³⁹ Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008), hlm.5

⁴⁰ Ibid, hlm.7

Asumsi yang kedua yang mendasari teori aristoteles berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut. Bukti-bukti yang dimaksud oleh Aristoteles ini merujuk pada cara-cara persuasi yaitu: *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* merujuk pada karakter, intelektualitas, dan niat baik yang dipersepsi dari seorang pembicara ketika hal-hal ini ditunjukkan melalui pidatonya. Aristoteles merasa bahwa suatu pidato yang disampaikan oleh seorang yang terpercaya akan lebih persuasif dibandingkan pidato yang kejurnannya dipertanyakan. *Logos* adalah bukti-bukti logis yang digunakan pembicara untuk argumen mereka, rasionalisasi dan wacana. Bagi aristoteles logos mencakup beberapa praktik termasuk menggunakan klaim logis dan bahasa yang jelas. Menggunakan frase-frase puitis berakibat pada kurangnya kejelasan dan kealamian. *Pathos* berkaitan dengan emosi yang dimunculkan dari para pendengar. Aristoteles berargumen bahwa pendengar menjadi alat pembuktian ketika emosi mereka digugah , para pendengar menilai dengan cara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh rasa bahagia, sakit, benci, atau takut.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum penulis mengadakan penelitian lebih lanjut, maka langkah pertama adalah meninjau pustakaan serta menelaah penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai kesesuaian judul. Untuk memperkaya dan pemahaman dan wawasan pembaca agar hasil dari pada penelitian ini

cenderung dinamis. Oleh karena itu penulis akan cantumkan beberapa penelitian yakni sebagai berikut :

1. Artikel Ilmiah yang berjudul *Retorika KH. Anwar Zahid saat ceramah tentang keagamaan di Tuban* yang ditulis oleh Yusril Fadkhul Hakim,⁴¹ hasil dari penelitian ini yaitu berisi tentang penerapan humor dan penggunaan gaya bahasa yang sesuai dengan keadaan mad'u oleh KH. Anwar Zahid pada ceramah keagamaan di Tuban. Adanya hal tersebut diharapkan agar masyarakat dapat dengan mudah menyerap pesan dakwah yang disampaikan oleh KH.Anwar Zahid. Persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat antara penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

Persamaanya, sama-sama meneliti tentang bagaimana retorika atau yang dipakai pelaku dakwah dalam menyelenggarakan dakwah. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini meneliti persepsi audiennya/jama'ah rutinan Jum'at, sedangkan skripsi Yusril Fadkhul Hakim meneliti tentang bagaimana retorika kiai.

2. Skripsi yang berjudul *Persepsi Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya terhadap Program Dakwah di TV9 dan JTV* (Penelitian terhadap santri pondok pesantren mahasiswa Al-Jihad Surabaya yang pernah melihat program dakwah di TV9 dan JTV) yang ditulis oleh

⁴¹ Yusril Fadkhul Hakim, *Retorika KH. Anwar Zahid saat ceramah tentang keagamaan di Tuban*, (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri, 2016)

Samrotul Jannah,⁴² hasil dari penelitian ini yaitu berisikan tentang persepsi positif dan juga negatif dari santri pondok pesantren mahasiswa Al-Jihad Surabaya terhadap program dakwah di TV9 dan JTV. Dan juga berisi perbandingan antara program dakwah di TV9 dan JTV. Persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat antara penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

Persamaannya, Sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi seseorang terhadap adanya dakwah. Namun perbedaanya, Penelitian ini menggunakan media pengajian di majlis ta'lim, sedangkan penelitian Samrotul Jannah menggunakan televisi sebagai media dakwahnya, yakni stasiun TV9 dan JTV.

3. Skripsi yang berjudul *Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Meddelan Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep Terhadap Profesi Wartawan*, (penelitian terhadap tokoh masyarakat desa Meddelan kecamatan Lenteng kabupaten Sumenep) yang ditulis oleh Muhammad Lutfi,⁴³ hasil dari penelitian ini yaitu berisi tentang bagaimana tokoh masyarakat di desa Meddelan kecamatan Lenteng kabupaten Sumenep dalam memaknai profesi seorang wartawan. Persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat

⁴² Samrotul Jannah, *Persepsi Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya terhadap Program Dakwah di TV9 dan JTV*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016)

⁴³ Muhammad Lutfi, *Persepsi Tokoh Masyarakat Desa Meddelan Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep Terhadap Profesi Wartawan*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016)

antara penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

Persamaanya, sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu fenomena. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini meneliti persepsi jama'ah rutinan Jum'at terhadap retorika KH. Muhammad Chusaini Ilyas, sedangkan skripsi Muhammad Lutfi meneliti tentang bagaimana persepsi tokoh masyarakat terhadap profesi wartawan.

4. Skripsi yang berjudul *Persepsi Masyarakat Terhadap Humor dalam Ceramah oleh Juru Dakwah di Kota Banjarmasin*, (Penelitian terhadap masyarakat kota Banjarmasin) yang ditulis oleh Rabiatul Adawiyah,⁴⁴ hasil dari penelitian ini yaitu berisi tentang bagaimana persepsi positif dan juga negatif dari masyarakat banjarmasin terkait dengan adanya humor dalam ceramah oleh para juru dakwah di Kota banjarmasin, dan juga menjelaskan tentang faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat memberikan persepsi. Persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat antara penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

Persamaanya, sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap adanya pelaku dakwah. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini meneliti tentang persepsi masyarakat terhadap retorika kiai,

⁴⁴ Rabiatul Adawiyah, *Persepsi Masyarakat Terhadap Humor dalam Ceramah oleh Juru Dakwah di Kota Banjarmasin*, (Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2011)

sedangkan skripsi Robiatul Adawiyah membahas tentang persepsi masyarakat terhadap adanya humor dalam suatu ceramah.

5. Skripsi yang berjudul *Gaya Retorika Da'i Pada Ceramah Ba'da Dzuhur Di Masjid Raya Ulul Albab UIN Sunan Ampel Surabaya* (Penelitian yang dilakukan dengan wawancara kepada para da'i yang mengisi ceramah ba'da dzuhur di masjid raya ulul albab UIN Sunan Ampel Surabaya) yang ditulis oleh Nitra Galih Imansari,⁴⁵ hasil dari penelitian ini yaitu menjelaskan dan mendeskripsikan tentang bagaimana gaya retorika da'i pada ceramah ba'da dzuhur di masjid raya Ulul Albab UIN Sunan Ampel Surabaya. Persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat antara penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut

Persamaanya, sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap adanya pelaku dakwah. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi masyarakat tentang retorika kiai di Mojokerto, sedangkan skripsi Nitra Galih Imansari meneliti secara langsung gaya retorika da'i yang melakukan ceramah di masjid raya Ulul Albab UIN Sunan Ampel Surabaya.

6. Skripsi yang berjudul *Retorika Dakwah K.H. Muhammad Syarif Hidayat*
(Penelitian yang dilakukan dengan wawancara langsung kepada kiai yang

⁴⁵ Nitra Galih Imansari, *Gaya Retorika Da'i Pada Ceramah Ba'da Dzuhur Di Masjid Raya Ulul Albab UIN Sunan Ampel Surabay*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016)

bersangkutan) yang ditulis oleh Leiza Sixmansyah,⁴⁶ hasil dari penelitian ini yaitu berisi tentang bagaimana sang kiai (K.H. Syarif Hidayatullah) dalam mengkonsep dakwahnya, dan juga penerapan retorika dalam kegiatan dakwahnya. Persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat antara penelitian diatas dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

Persamaanya, sama-sama meneliti tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap adanya pelaku dakwah. Sedangkan perbedaanya, penelitian ini meneliti persepsi *audiennya/jama'ah* rutinan Jum'at, sedangkan skripsi Leiza Sixmansyah meneliti tentang bagaimana retorika kiai.

⁴⁶ Leiza Sixmansyah, *Retorika Dakwah K.H. Muhammad Syarif Hidayat*, (Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)