

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Gaya Retorika Dakwah

##### 1. Gaya Bahasa

Gaya atau khususnya gaya bahasa dikenal dalam istilah *retorika* dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata latin *stilus*, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin, keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas tidaknya tulisan pada lempengan tadi. Kelak pada waktu penekanan dititik beratkan pada keahlian untuk menulis indah, maka *style* lalu berubah menjadi kemampuan dan keahlian untuk menulis atau menggunakan kata-kata secara indah.<sup>9</sup>

Gaya adalah ciri khas penceramah ketika menyampaikan sesuatu pesan kepada para pendengar (*audien*), biasanya gaya (*style*) penceramah relatif tetap. Oleh karena itu ceramah yang baik gaya perlu mendapatkan perhatian yang serius.

Jadi gaya yang sudah menjadikan ciri khas itu dapat diperbaiki dan diperbanyak agar dapat bervariasi. Ini dimaksud untuk menjauhkan kebosanan dan dugaan yang kurang baik dari para *audien*.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h.112

<sup>10</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 118

Walaupun kata *style* berasal dari bahasa latin, orang Yunani sudah mengembangkan sendiri teori-teori mengenai *style* itu. Ada dua aliran yang terkenal, yaitu:

1. Aliran Platonik : menganggap *style* sebagai kualitas suatu ungkapan, menurut mereka ada ungkapan yang memiliki *style*, ada juga yang tidak memiliki *style*.
2. Aliran Aristoteles : menganggap bahwa gaya adalah suatu kualitas yang inheren, yang ada dalam tiap ungkapan.

Dengan demikian, aliran Plato mengatakan bahwa ada karya yang memiliki gaya dan karya yang sama sekali tidak memiliki gaya. Sebaliknya, Aliran Aristoteles mengatakan bahwa semua karya memiliki gaya, tetapi ada karya yang memiliki gaya yang tinggi ada yang rendah, ada karya yang memiliki gaya yang kuat, ada yang lemah, ada yang memiliki gaya yang baik dan juga ada yang memiliki gaya yang jelek.<sup>11</sup>

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

---

<sup>11</sup>Gorys Keraf, h. 112-113

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

### 1. Kejujuran

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

### 2. Sopan santun

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 (imajinasi).<sup>12</sup>

Bila kita melihat gaya secara umum, kita dapat mengatakan bahwa gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri, entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dan sebagainya.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Gorys Keraf, h. 113-115

<sup>13</sup>Gorys Keraf, h. 113

Sedangkan dalam bukunya Asmuni syukir “dasar-dasar Strategi Dakwah Islam”, disebutkan bahwa Gaya (*style*) ini meliputi gerak tangan, gerak anggota tubuh, mengerutkan kening, arah pandang, melihat persiapan, membuka lembaran buku persiapan dan sebagainya,<sup>14</sup>

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

Gerak tubuh juga membantu menguatkan bunyi vocal, memberi kerangka, atau menguatkan ucapan bagi seorang pembicara. Pembicara dapat menggunakan anggukan kepala, gerak lengan, atau gerak jarinya untuk menunjukkan bilamana komentar mulai dan berakhir.<sup>15</sup>

Salah satu alat terpenting yang digunakan pembicara dalam komunikasi non verbal yaitu ekspresi wajah. Senyum, ketawa,

---

<sup>14</sup>Asmuni Syukir, h. 119

<sup>15</sup> Ernest G. Bormann Dan Nancy C. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1991), h. 66

kerutan dahi, mimik yang lucu, gerakan alis yang menunjukkan keraguan, rasa kaget dan sebagainya dapat menekankan atau mengungkapkan maksud pembicara. Namun kenyataan menunjukkan bahwa banyak pembicara yang gagal untuk menggunakan ekspresi wajah sebagai alat komunikasi yang efektif.

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

Jadi jika biasanya anda hanya cukup tersenyum, kini anda harus tertawa lebar agar dapat dengan jelas menangkap pesan non verbal anda.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Ernest G. Bormann Dan Nancy C. Bormann, h. 172

## 2. Jenis-Jenis Gaya Bahasa

### 1. *Segi Non bahasa*

Pengikut Aristoteles menerima style sebagai hasil dan bermacam-macam unsur. Pada dasarnya style dapat dibagi atas tujuh pokok sebagai berikut:<sup>17</sup>

1. Berdasarkan pengarang: Gaya yang disebut sesuai dengan nama pengarang dikenal berdasarkan ciri pengenal yang digunakan pengarang atau penulis dalam karangannya.
2. Berdasarkan Masa: Gaya bahasa yang didasarkan pada masa dikenal karena ciri-ciri tertentu yang berlangsung dalam suatu kurun waktu tertentu. Misalnya ada gaya lama, gaya klasik, gaya sastra modern, dan sebagainya.
3. Berdasarkan Medium: yang dimaksud dengan medium adalah bahasa dalam arti alat komunikasi. Tiap bahasa, karena struktur dan situasi sosial pemakainya, dapat memiliki corak tersendiri.
4. Berdasarkan Subyek: Subyek yang menjadi pokok pembicaraan dalam sebuah karangan dapat mempengaruhi pula gaya bahasa sebuah karangan.
5. Berdasarkan Tempat: Gaya ini mendapat namanya dari lokasi geografis, karena ciri-ciri kedaerahan mempengaruhi

---

<sup>17</sup> Gorys Keraf, h. 115

ungkapan atau ekspresi bahasanya. Ada gaya Jakarta, gaya Jogja, ada gaya Medan, Ujung Pandang, dan sebagainya.

6. Berdasarkan Hadirin: seperti halnya dengan subyek, maka hadirin atau jenis pembaca juga mempengaruhi gaya yang dipergunakan seorang pengarang. Ada gaya populer atau gaya demagog yang cocok untuk rakyat banyak. Ada gaya sopan yang cocok untuk lingkungan istana atau lingkungan yang terhormat. Ada pula gaya intim (familiar) yang cocok untuk lingkungan keluarga atau untuk orang yang akrab.
7. Berdasarkan Tujuan: gaya berdasarkan tujuan memperoleh namanya dan maksud yang ingin disampaikan oleh pengarang. di mana pengarang ingin mencurahkan gejolak emotifnya.

## 2. *Segi Bahasa*

Dilihat dan sudut bahasa atau unsur-unsur bahasa yang digunakan maka gaya bahasa dapat dibedakan berdasarkan titik tolak unsur bahasa yang dipergunakan, yaitu:<sup>18</sup>

1. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata
2. Gaya bahasa berdasarkan nada yang terkandung dalam wacana
3. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat

---

<sup>18</sup> Gorys Keraf, h. 116

4. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna.

### 3. *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.<sup>19</sup>

#### 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 esei yang memuat subyek-subyek yang penting, semuanya dibawakan dengan gaya bahasa resmi.

---

<sup>19</sup> Gorys Keraf, h. 117



### **b. Gaya Bahasa Tak Resmi**

Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-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.

#### **4. *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.<sup>20</sup>

##### **a. *Gaya Sederhana***

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

##### **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 pembicara, tetapi juga

---

<sup>20</sup> Gorys Keraf, h. 121

dapat mempergunakan nada keagungan dan kemuliaan. Tampaknya hal ini mengandung kontradiksi, tetapi kenyataannya memang demikian. Nada yang agung dan mulia akan sanggup pula menggerakkan 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 di balik 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 sepatah kata. Para hadirin yang kurang waspada akan turut terombang-ambing dalam permainan emosi semacam itu.

### 5. *Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat*

Berdasarkan struktur kalimat sebagaimana yang dikemukakan di atas, maka dapat diperoleh gaya-gaya bahasa sebagai berikut:<sup>21</sup>

#### **a. Klimaks**

Gaya bahasa klimaks diturunkan dan kalimat yang bersifat periodik. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dan gagasan-gagasan sebelumnya.

Klimaks disebut juga gradasi. Istilah ini dipakai sebagai istilah umum yang sebenarnya merujuk kepada tingkat atau gagasan tertinggi. Bila klimaks itu terbentuk dan beberapa gagasan yang berturut-turut semakin tinggi kepentingannya, maka ia disebut anabasis.

---

<sup>21</sup> Gorys Keraf, h. 124

**b. Antiklimaks**

Antiklimaks dihasilkan oleh kalimat yang berstruktur mengendur. Antiklimaks sebagai gaya bahasa merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dan yang terpenting berturut-turut ke gagasan yang kurang penting. Antiklimaks sering kurang efektif karena gagasan yang penting ditempatkan pada awal kalimat, sehingga pembaca atau pendengar tidak lagi memberi perhatian pada bagian-bagian berikutnya dalam kalimat itu.

**c. Paralelisme**

Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Kesejajaran tersebut dapat pula berbentuk anak kalimat yang bergantung pada sebuah induk kalimat yang sama. Gaya ini lahir dan struktur kalimat yang berimbang.

**d. Antitesis**

Antitesis adalah sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan, dengan

mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan. Gaya ini timbul dan kalimat berimbang.

#### e. Repetisi

Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Dalam bagian ini hanya akan dibicarakan repetisi yang berbentuk kata atau frasa atau klausa. Karena nilainya dianggap tinggi, maka dalam oratori timbullah bermacam-macam variasi repetisi.

### 3. Gaya Irama Suara

Merupakan seni dalam berkomunikasi, untuk memikat perhatian dapat dikerjakan dengan jalan berbicara dengan irama yang berubah-ubah sambil disana-sini memberikan tekanan-tekanan tertentu pada kata-kata yang memerlukan perhatian khusus.<sup>22</sup>

Undersch dan Staats dalam bukunya : “*Speech for Everyday Use, Rinehart and Companis, new York 1951*” menyebutkan ada 4 variabel yang perlu diperhatikan mengenai suara, yaitu :

---

<sup>22</sup> A. W. Widjaja, *Komunikasi-Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 50

a. *Pitch*

Dalam pengertian musik, *pitch* disebut dengan tangga nada. Biasanya ada suara pembicara yang terlalu tinggi atau terlalu rendah. Seharusnya suara yang dikeluarkan bervariasi (rendah, sedang dan tinggi), sesuai dengan penghayatan terhadap materi pembicaraan.

b. *Quality*

*Quality* ialah mutu, watak, sifat atau tabiat dari suara. Dalam dunia musik biasanya disebut *Timbre*. Dalam berbicara, *timbre* suara ini, ikut menentukan enak tidaknya suara kita didengar *andience*. *Timbre* suara harus disesuaikan dengan materi yang disampaikan termasuk faktor lain yang berkaitan dengan pengucapan kalimat dan kata-kata.

c. *Loudness*

*Loudness* menyangkut keras atau tidaknya suara. Dalam berceramah, ini perlu menjadi perhatian. Kita harus mampu mengatur atau lunaknya suara yang kita keluarkan, dan ini tergantung pada situasi dan kondisi yang kita hadapi.

d. *Rate dan Rhythm*

Yaitu cepat, lambat dan irama suara. Biasanya cepat atau lambatnya suara berhubungan erat dengan *rhythm* dan irama. Para pembicara mesti memperhatikan masalah ini dengan serius. Kita harus mengatur kecepatan suara dan serasikan

suara dengan irama. Suara yang disampaikan terlalu cepat atau terlalu lambat, akan menyulitkan pendengar dalam menangkap maksud pembicaraan bahkan pendengar menjadi dingin dan lesu.<sup>23</sup>

#### 4. Gaya Gerak-Gerik Tubuh

Merupakan gerak-gerik tubuh (badan) seseorang didalam berkomunikasi.

##### a. Sikap Badan (cara berdiri)

Sikap badan selama berbicara (terutama pada awal pembicaraan) baik duduk atau berdiri menentukan berhasil atau tidaknya penampilan kita sebagai pembicara. Sikap badan (cara berdiri) dapat menimbulkan berbagai penafsiran dari pendengar yang menggambarkan gejala-gejala penampilan kita.<sup>24</sup>

##### b. Penampilan dan Pakaian

Pentingnya beberapa gerak penyerta (*body action*). Gerak penyerta ialah sesuatu keadaan yang mengikuti atau terjadi pada waktu kita mengumpulkan sesuatu. Biasanya gerak penyerta ini bukan sesuatu yang di buat-buat, tetapi timbul secara spontan dan wajar sesuai dengan keadaan hati dan emosi.<sup>25</sup>

Disamping penampilan, masalah pakaian juga menjadi perhatian. Pakaian bagian dari diri kita, bila pakaian dinilai kurang pantas, berarti diri kita belum tampil didepan umum

---

<sup>23</sup>Gentasari Anwar, h. 87-91

<sup>24</sup>Gentasari Anwar, h. 62

<sup>25</sup> A. W. Widjaja, h. 49



(mereka). Kata orang pakaian yang pantas, pasti akan menambah kewibawaan. Didalam praktek, cukup banyak pembicara yang mengabaikan pakaian ini.<sup>26</sup>

c. Air Muka (ekspresi) dan gerakan tangan

Penyajian materi mesti didukung dengan air muka (ekspresi wajah) yang wajar dan tepat. Dengan kata lain, materi yang dihayati harus tampak melalui air muka. Perlu diketahui, air muka (ekspresi) bukan sekedar seni untuk mengikat perhatian. Lebih jauh dari itu, warna air muka yang tepat akan menyentuh langsung jiwa dan pikiran pendengar.<sup>27</sup>

Ekspresi wajah merupakan 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.<sup>28</sup>

Demikian pula pada gerakan tangan. Dalam berceramah atau pidato menggunakan gerakan tangan dalam menyajikan materi pasti menarik perhatian pendengar.

Gerakan tangan yang sempurna mampu membuat gambar abstrak dari materi yang disampaikan, sehingga tertangkap dengan jelas oleh jiwa atau pikiran pendengar melalui mata.

Walaupun demikian, perlu diingat, jangan salah melakukan

---

<sup>26</sup>Gentasari Anwar, h. 59

<sup>27</sup>Gentasari Anwar, h. 73-74

<sup>28</sup>Enest G. Bormann dan Nancy C. Borman, h. 172

gerakan tangan.<sup>29</sup> Sebab bila salah justru yang terjadi adalah sebaliknya. Bahkan bisa menjadi bahan tertawa bagi peserta atau mad'u (mitra dakwah).

#### d. Pandangan Mata

Menggunakan pandangan mata, juga merupakan gaya untuk memikat perhatian peserta (komunikatif). Kata orang, mata adalah matahari pada diri manusia. Mata tidak saja digunakan untuk melihat, untuk kontak dengan orang lain bahkan juga dapat digunakan sebagai alat atau cermin dari kepribadian orang. Artinya, diri kita bisa dinilai orang lain melalui sorotan mata yang kita pancarkan.

Selama berbicara didepan umum, pandangan mata sangatlah menentukan. Mata dapat mengeluarkan kekuatan magis yang cukup kuat, untuk mengarahkan dan mengendalikan perhatian peserta. Akhirnya mata lah yang menentukan terjadinya atau tidaknya kontak antara pembicara dengan *audience*.<sup>30</sup>

## B. Respon Mad'u (Mitra Dakwah)

### 1. Pengertian Respon

Respon berasal dari bahasa Inggris yaitu *respond*, yang berarti menjawab, membahas, menanggapi, menyahuti.<sup>31</sup> John Fraderich

---

<sup>29</sup>Gentasari Anwar, h. 74

<sup>30</sup>Gentasari Anwar, h. 71-72

<sup>31</sup>Jhon M. Echols Dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta : Gramedia, 1992), h. 481

Herbart (1776-1841) berpendapat bahwa tanggapan merupakan unsur dari jiwa manusia, sehingga tanggapan dipandang sebagai kekuatan psikologi yang dapat menolong atau menimbulkan keseimbangan.<sup>32</sup>

Dalam kamus psikologi, respon diartikan sebagai jawaban, balasan, reaksi, atau tanggapan. Tanggapan atau respon adalah gambaran tentang sesuatu yang tinggal dalam ingatan setelah orang melakukan pengamatan atau setelah berfantasi.<sup>33</sup>

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa proses terjadinya respon yaitu setelah seseorang memperoleh pengalaman atau peristiwa tentang suatu obyek, kemudian menyimpulkan dan menafsirkan yang disebut persepsi. Setelah itu tafsiran tersebut masuk akal dan dipercayainya, kemudian timbullah suatu tanggapan atau respon.

## 2. Mad'u (Mitra Dakwah)

Mad'u merupakan unsur dakwah yang kedua. Mad'u adalah manusia yang terjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.<sup>34</sup>

Mereka yang menerima dakwah ini lebih tepat disebut *mitra dakwah* dari pada obyek dakwah, sebab sebutan yang kedua lebih mencerminkan kepasifan penerima dakwah, padahal sebenarnya

---

<sup>32</sup>Wasty Soemanto, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), h. 25

<sup>33</sup>Dakir, *Dasar-Dasar Psikologi*, (Yogyakarta : Pustaka Belajar, 1993), h. 25

<sup>34</sup>Moh. Ali Aziz, *Diktat Ilmu Dakwah*, h. 55

dakwah adalah suatu tindakan menjadikan orang lain sebagai kawan berpikir tentang keimanan, syari'ah dan akhlak untuk kemudian diupayakan dihayati dan diamalkan bersama-sama.

Mad'u (mitra dakwah) terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri. Mad'u bisa dibagi-bagi berdasarkan agama, status sosial, profesi, ekonomi dan seterusnya.<sup>35</sup>

Di dalam bukunya Syahroni Ahmad Jaswadi "Retorika Teori Dan Praktek", mad'u juga dinamakan sebagai lawan bicara yang berarti pihak yang menerima pidato, baik resmi atau tidak resmi, laki atau perempuan, tua atau muda, banyak atau sedikit, sudah bekerja atau belum, berpendidikan tinggi atau rendah.<sup>36</sup>

Dengan demikian, respon mad'u berarti; tanggapan yang diberikan oleh seseorang setelah mendapatkan dakwah. Respon mad'u bisa juga sama dan bisa juga berbeda, tergantung dengan penggolongan masyarakat.

Respon mad'u juga merupakan *feed back* dari seseorang komunikasi setelah memperoleh pesan dari seorang komunikator. Respon tidak akan ada kalau pesan belum pernah disampaikan.

---

<sup>35</sup>Moh. Ali Aziz, *Diktat Ilmu Dakwah*, h. 56

<sup>36</sup>Syahroni Ahmad Jaswadi, *Retorika Teori Dan Praktek*, h. 15

### 3. Efek atau hasil Dakwah

Efek atau hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni, sikap atau tingkah laku orang sesuai atau tidak dengan yang kita inginkan.<sup>37</sup> Efek yang timbul dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni :

#### 1. Dampak Afektif

Adalah dampak pesan yang disampaikan komunikator yang ditujukan bukan hanya sekedar agar komunikan tahu, tetapi juga untuk meggerakkan hatinya serta untuk menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

#### 2. Dampak Kognitif

Adalah dampak yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau mengingat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan oleh komunikator adalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dari komunikan.

#### 3. Dampak Behavioral

Adalah dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Y. S Gunadi, *Himpunan Istilah Komunikasi*, (Jakarta: PT. Grasindo, 1998), h. 47-49

<sup>38</sup> Onong Uchjana Efendy, *Dinamika.*, hlm. 7

Effek atau dampak yang timbul dari proses komunikasi berada pada tiga aspek yaitu, pada pengetahuan (*kognitif*), perasaan (*afektif*), dan pada sikap perilaku (*behavioral*).

Proses komunikasi juga berdampak sosial terhadap masyarakat berupa perubahan perilaku, cara hidup, nilai-nilai sosial, norma-norma sosial dalam masyarakat.

### **C. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Gaya retorika dakwah merupakan segala sesuatu yang dilakukan oleh muballigh dalam menyampaikan pesan kepada mad'u dengan kata lain, gaya retorika dakwah merupakan ciri khas seorang penceramah ketika menyampaikan isi pesan dakwah kepada para pendengar atau andiece baik berupa ucapan maupun segala perbuatannya.

1. Elly Rosidah, 2002, *Dakwah Bil Hal Hj. Ainur Rohmah Di Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah Wonocolo Surabaya.*

Penelitian ini meneliti beberapa dakwah Bil Hal Nya Beliau yaitu:

- a. Dakwah Bil Hal Etika Dalam Berbicara
- b. Dakwah Bil Hal Shodaqoh
- c. Dakwah Bil Hal Silaturrahmi
- d. Dakwah Bil Hal Menjaga Kebersihan
- e. Dakwah Bil Hal Menjalankan Ibadah Sunnah.

Dari beberapa upaya dakwah bil-hal Hj. Ainur Rahmah merupakan metode dan strategi baru dalam berdakwah, karena

bukan hanya bersifat verbalis (bil lisan) melainkan menjadi gerakan yang hidup sesuai dengan tuntutan zaman.

2. Umul Mufarohah, 2002, Gaya kepemimpinan KH. Imam Chambali di Pondok Pesantren “Al-Jihad” Kelurahan Kemurwonosari Kecamatan Wonocolo Kodya Surabaya.

Pada penelitian ini meneliti tentang gaya kepemimpinan kharismatik dan gaya kepemimpinan otoriter, yang cenderung mengarah kepada gaya kepemimpinan. Kharismatik yang didasarkan atas kewibawaannya dalam memimpin atau mengasuh pondok pesantren Al-jihad.

Pada penelitian tersebut lebih mengedepankan gaya kepemimpinannya dari pada gaya retorikannya, karena penelitiannya dari Fakultas Dakwah Jurusan Manajemen Dakwah.

3. Aini Luthfiah, 2003, Materi Dakwah Retifikasi Pemahaman Agama Islam (Study Materi Ceramah Khutbah Jum’at H. Moh. Ali Aziz, M,Ag di Surabaya).

Penelitian ini meneliti tentang materi dakwah yaitu materi ceramah khutbah jum’at Bapak H. Moh. Ali Aziz, M,Ag dalam retifikasi pemahaman agama Islam di Surabaya, serta menjelaskan metode penyampaian dakwah retifikasi pemahaman Agama Islam Bapak H. Moh. Ali Aziz, M,Ag di Surabaya, dalam penelitian ini lebih menonjolkan materinya dari pada metode yang digunakan.

4. Multahada, 1995, Studi tentang pengaruh retorika (khutbah) terhadap pengembangan bakat kreatifitas siswa di Madrasah Aliyah Islamiyah Tanggulangin Sidoarjo.

Penelitian ini meneliti tentang pendidikan ekstra kulikuler di Madrasah Aliyah Islamiyah Tanggulangin Sidoarjo, yang berusaha untuk mengembangkan bakat dan kreativitas siswasiswa-siswinya dengan berbagai macam kegiatan, salah satunya adalah retorika, yaitu latihan pidato atau kecakapan berbicara didepan umum.

Pada penelitian tersebut lebih mengedepankan unsur pendidikannya dari pada unsur dakwahnya karena penelitiannya dari Fakultas Tarbiyah. Untuk itu pada penelitian kali ini akan ditekankan pada gaya retorika dakwah.

5. Hadi Nurwiyanto, 2003, Kajian Gaya Retorika Da'i di Kecamatan Wonoayu Sidoarjo.

Penelitian ini menelitian tentang gaya-gaya retorika da'i di Kecamatan Wonoayu Sidoarjo, yang meliputi beraneka ragam gaya, karena obyek penelitian tidak hanya terdiri dari seorang da'i melainkan tiga orang da'i.

Pada penelitian tersebut, para da'i dalam berceramah tidak berlandaskan pada teori atau metode dalam dakwah, karena dalam penelitian ini hanya satu obyek penelitiannya.