

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Konsep Penelitian

##### 2.1.1 Komunikasi Publik

Komunikasi Publik sangat erat hubungannya dengan retorika. Menurut (Richard West dan Lynn H. Turner, 2008) di dalam bukunya yang berjudul *Introducing Communication Theory: Analysis and Applications (rhetoric)* bisa didefinisikan sebagai kemampuan yang dimiliki pembicara untuk memengaruhi khalayaknya. Retorika sering digunakan pembicara atau komunikator dalam komunikasi publik untuk menyampaikan pesan dan membujuk (mempersuasi) khalayaknya. Keberhasilan retorika dapat tercapai jika pembicaranya memperhatikan tiga hal penting, yakni ethos (etika atau kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika atau fakta).

Ada tiga alasan mengapa komunikasi publik dikatakan sebagai komunikasi retorika:

1. Proses komunikasinya dilakukan di depan khalayak besar.
2. Tujuan komunikator (pembicara) dalam berkomunikasi ialah membujuk atau mempersuasi khalayaknya (komunikan).
3. Pembicara memiliki kemampuan untuk mempersuasi.

Proses komunikasi publik yang berjalan dengan baik, terjadi apabila komunikator berperan lebih dominan dibandingkan komunikan. Sehingga umpan balik yang diterima oleh komunikator memang bisa dikatakan sangat sedikit. Komunikasi publik dapat terjadi melalui organisasi maupun luar organisasi dengan tatap muka ataupun lewat media. (Rahman, 2009). Pernyataan itu menjadi bukti bahwa komunikasi publik menjadi konteks komunikasi yang memiliki cakupan luas dan menyangkut banyak pihak. Sesuai pernyataan yang telah disampaikan di atas bahwa *public communicator* berperan sebagai unsur komunikasi yang menyampaikan pesan. Biasanya

komunikasi publik memiliki sifat yang direncanakan, sehingga komunikator publik terkadang memiliki kesempatan untuk mempersiapkan dirinya sebelum proses komunikasi publik berlangsung (Rahman, 2009).

Menurut (Zainul Maarif, 2015) Retorika yang dimaksud adalah metode komunikasi publik dengan media lisan atau tulisan yang berupaya membujuk audien untuk meyakini bahkan melakukan sesuatu yang dianggap baik di masa kini dan masa mendatang. Bujukan itu diterapkan dengan menampakkan kredibilitas komunikator (ethos), mengenali emosi dan karakter komunikan (pathos), serta memformat pesan yang masuk akal (logos). Untuk menghasilkan retorika yang lebih matang diperlukan pencarian data (inventio), penyusunan data (dispositio), pemilihan gaya penyampaian (elocutio),- penghapalan poin-poin penting yang hendak diutarakan (memoria), dan penyampaian pesan itu sendiri dengan memperhatikan bahasa nonverbal, di samping bahasa verbal (pronuntiatio). Komunikasi merupakan bagian dari retorika, komunikasi public di rancang sebegitu menarik dengan teori retorika, mengatur bagaimana cara gaya dan penyampaian pesan terhadap public atau khlayak ramai.

### **2.1.2 Public speaking**

Public speaking merupakan suatu kegiatan atau seni dalam berbicara di depan umum. Hal tersebut dapat menjadi perhatian bagi pendengarnya salah satunya yaitu bagaimana cara kita menarik perhatian penonton dengan menggunakan beberapa teori atau hukum dari public speaking itu sendiri. Sehingga dapat menjadi niai tersendiri dalam menarik perhatian para pendengar (Dewi, 2013). Kemampuan berbicara di depan umum dengan hukum-hukum tertentu disebut dengan public speaking (Danandjaja, 2011). Dalam berbicara di depan umum pembicara harus berstruktur dengan baik, karena seringkali dibatasi oleh waktu. Pendengar juga tidak bisa sembarangan memberikan komentar atau pertanyaan karena sudah ditetapkan dan diatur waktunya (Danandjaja, 2011).

## **3. Beberapa Langkah Kecil yang dapat Menjadikan Public Speaker Yang Baik**

Ada tiga langkah yang bisa memudahkan public speaker dalam menjelaskan pidato atau ketika berbicara didepan umum yaitu tentu dengan mempersiapkan bekal, dan diri dengan sebaik-baik mungkin sehingga ketika memberikan suatu gagasan kepada khalayak tidak membingungkan, dan membuat lebih percaya diri. Selain itu caranya belajarlh dari internet,buku,maupun dari beberapa contoh video youtube public speaker yang baik sehingga dapat menjadikan diri lebih *confident* berbicara di depan publik. Amatilah, kemudian tirulah sehingga anda dapat menampilkan itu dengan gaya sendiri (Dewi, 2013)

### **2.1.3. Keterkaitan Public Speaking Dalam Komunikasi Dakwah**

Dengan perkembangan pola kehidupan masyarakat saat ini, menyebabkan dakwah pada saat ini dikemas dalam beragam bentuk dan wadah, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini, dengan media komunikasi yang ada sebagai bentuk *public speaking* dalam komunikasi dakwah. Oleh karena itu, aktivitas dan materi dakwah bertebaran di majalah, tabloid, radio, televisi, surat kabar, film dan sinetron seni music dan masih banyak lagi. Salah satunya lagi adalah metode dakwah yang dilakukan pada generasi awal umat islam adalah metode ceramah (Arifin, 2013).

Meskipun demikian saat metode ceramah mulai banyak diragukan keefektifannya dalam menyampaikan pesan dakwah. Para pengkritiknya menyatakan dakwah dengan metode ceramah dianggap sudah mulai usang dan terlalu konvensional. Metode ini dianggap tidak efektif seperti pertunjukan yang menuntut kelihaihan pemainnya dan mengolah kata, kalimat serta lelucon sehingga bisa saja membuat audien terbawa suasana bahkan menangis, dan tertawa.

*Public speaking* tujuannya juga berkaitan dengan dakwah yaitu untuk mempengaruhi audiens. Hal ini dikarenakan di dalam berdakwah memang dibutuhkan teknis atau strategi seni berbicara yang mampu memberikan kesan dan pengaruh kepada audiens. Selain mendapatkan kesan da'I dan audiens juga harus dapat memahami dan mengerti satu sama lain terhadap pesan yang disampaikan.

Karena hakikatnya dakwah itu tujuannya adalah untuk mengingatkan,

menyampaikan apa yang ada di dalam al quran dan hadist juga merupakan sebuah peringatan dan berita gembira bagi orang-orang beriman, dari yang tadinya tidak mengenal apa-apa menjadi tau dengan syariat agama islam, dapat merubah kebiasaan yang tadinya buruk menjadi baik, merubah zaman dari jahiliyah menjadi zaman yang berilmu pengetahuan, dan pada dasarnya dakwah itu juga dapat menambah ketaatan dan menguatkan iman (Al Faruqi, 1998)

#### **2.1.4. Teori Retorika**

##### **Teori Retorika Aristoteles**

Menurut Aristoteles, retorika merupakan suatu kemampuan untuk mengemukakan sesuatu, dan dalam penyampaianya tersebut, retorikan dapat memberikan efek persuasif kepada para pendengarnya. Dan juga Secara etimologis, retorika berasal dari bahasa Yunani, “rhetrike” yang berarti seni dalam kemampuan berbicara yang dimiliki oleh seorang public speaker.

Retorika merupakan sebuah seni dalam berbicara secara lisan dalam keadaan secara tatap muka langsung, oleh karena itu retorika juga sering disamakan dengan pidato. Selain seni dalam berbicara, retorika juga mencakup ide-ide dalam menyampaikan pesan kepada audiens dengan tujuan agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh audiens (Morissan, 2013).

Jadi, retorika tentu tidak akan terlepas dari proses komunikasi, dan dapat dikatakan bahwa komunikasi secara mutlak merupakan bagian dari retorika. Banyak pria dan wanita yang mampu memperoleh sukses besar dalam hidup dan karirnya sebagai pemimpin berkat penguasaan ilmu retorika, sebab penguasaan teknik berbicara akan mempertinggi kepercayaan terhadap diri dan juga orang lain.

“Sejak Yunani dan Romawi sampai zaman kita sekarang, kepandaian pidato dan kenegarawan selalu berkaitan. Banyak jago pedang juga terkenal dengan kefasihan bicaranya yang menawan. Uraian sistematis retorika yang pertama diletakkan oleh orang Syracuse, sebuah koloni Yunani di Pulau Sicilia. Bertahun-tahun koloni itu diperintah para Tiran, di mana pun pada zaman apa pun, senang menggusur tanah rakyat. Kira-kira

tahun 465 SM, rakyat melancarkan revolusi. Diktator ditumbangkan dan demokrasi ditegakkan. Pemerintah mengembalikan lagi tanah rakyat kepada pemiliknya yang sah. Di sinilah kemusykilan terjadi. Untuk mengambil haknya, pemilik tanah harus sanggup meyakinkan dewan juri di pengadilan. Waktu itu, tidak ada pengacara dan tidak ada sertifikat tanah. Setiap orang harus meyakinkan mahkamah dengan pembicaraan saja. Sering orang tidak berhasil memperoleh kembali tanahnya, hanya karena ia tidak pandai bicaara.” Jalaluddin Rakhmat melanjutkan bahwa “Untuk membantu orang

memenangkan haknya di pengadilan, Corax menulis makalah retorika, yang diberi nama *Techne Logon* (Seni Kata-kata)”.

Jadi, retorika dan *public speaking* sudah menjadi keahlian yang harus dimiliki oleh setiap orang, terbukti sudah sejak zaman dahulu retorika dan *public speaking* merupakan hal yang sangat dibutuhkan dan membantu setiap orang dalam aktivitas mereka. Sehingga pada zaman modern millennial seperti saat ini tidak ada alasan untuk mengabaikan keahlian dalam berbicara di depan umum. Karena kemampuan untuk berbicara di depan umum sangat dibutuhkan baik dalam pendidikan maupun pekerjaan.

Kenapa teori ini menjadi cocok dalam penelitian saya, karena berdakwah juga merupakan bagian dari retorica, yaitu bagaimana cara dan perilaku seseorang dalam berdakwah itu diatur oleh retorika itu sendiri, dan juga keberhasilan dakwah itu juga disebabkan dari bagaimana dia berhasil dalam memahami konsep retorika itu sendiri. Sehingga pesan yang disampaikan itu menarik sehingga dapat dipahami dan diterima serta sampai kepada hati para pendengar.

Perkembangan ilmu yang dimiliki manusia selalu bertambah melalui penelitian-penelitian baik yang terdahulu maupun terbaru. Refleksi tersebut juga terjadi dalam perkembangan model komunikasi publik. Teori yang dikemukakan Aristoteles muncul sebagai kajian yang bisa diterapkan *public communicator*. Retorika atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *rhetoric* dan *rhetorica* seringkali diartikan sebagai ilmu tentang berpidato dan mengandung ilmu seni di dalamnya (Sutrisno & Wiendijarti, 2014). Aristoteles (dalam Rahman, 2009) memiliki pandangan tentang unsur komunikasi yaitu pembicara (*speaker*) yang berperan sebagai pengirim pesan kepada komunikan. Selanjutnya ada pesan (*message*), tanpa adanya pesan proses komunikasi tidak akan

berjalan dengan semestinya.

Oleh karena itu, pesan menjadi komponen utama jalannya prosedur komunikasi. Terakhir yaitu adanya pendengar (listener) sebagai komunikan yang menerima pesan dan akan memberikan timbal balik kepada pembicara. Keberadaan teori retorika mampu memberikan sarana kepada komunikator publik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami secara baik oleh komunikan. Teori retorika memiliki korelasi dengan sifat persuasi atau mengajak khalayak umum terkait isu tertentu. Jika melihat pidato tokoh-tokoh besar yang sudah dikenal banyak orang, teori retorika bisa menjadi bahan kajian tentang bagaimana tokoh tersebut menyampaikan opininya sebagai komunikator publik.

Seorang pembicara dalam membujuk khalayak harus mempertimbangkan tiga bukti retorik : logika (logos), emosi (pathos) dan etika/ kredibilitas (ethos). Teori Retorika adalah teori yang memberi petunjuk untuk menyusun sebuah pidato atau presentasi yang efektif dengan menggunakan alat-alat persuasi yang tersedia. Beberapa asumsinya adalah:

- 1). Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak, dalam hal ini terjadi komunikasi transaksional dimana agar pidato dapat efektif, perlu dilakukan analisis khalayak sehingga pidato dapat disusun sedemikian rupa agar pendengar memberi respon seperti yang diharapkan.
- 2) Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka yaitu cara persuasi, ethos, pathos dan logos.
- 3). Kanon retorika, yakni prinsip-prinsip yang harus diikuti pembicara, yakni: Penemuan (*invention*), Pengaturan (*arrangement*), Gaya (*style*), Penyampaian (*delivery*), dan Ingatan (*memory*).

Ketika berdakwah seorang da'i pasti memiliki ciri khas masing – masing yang berpengaruh besar dalam kesuksesan dakwahnya, terutama dalam penyampaian pesan dakwah kepada mad'u. Mulai dari cara berpakaian, pemilihan diksi, penggunaan 3 gerak tubuh, serta gaya retorika yang berbeda (Ma'rufah, 2018). Lima hukum retorika, dan masih

digunakan sampai sekarang menurut Marcus Tullinus Cicero. Diantaranya yaitu Pemilihan bahasa, gaya bahasa, pemilihan bahasa yang digunakan harus sesuai dengan keadaan dan karakteristik audiens sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh audiens. Dan bagaimana cara penyampaian, gerak tubuh, intonasi suara, volume, serta ekspresi yang digunakan dapat sesuai dan menarik. (Fikri, 2014).

#### A. Pembagian Retorika

Retorika merupakan salah satu ilmu dalam berbicara, dan juga salah satu ilmu dalam bahasa (Lingusitik). Hal ini mencakup :

##### a. Monologika

Monologika merupakan ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dalam monologika hanya satu orang berbicara yaitu hanya seorang yang berbicara kepada orang lain atau kepada sekelompok orang. Komunikasi dalam proses berpidato lebih bersifat satu arah, sebab hanya seorang yang berbicara, sedangkan yang lain hanya menjadi pendengar. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah, ceramah dan deklamasi. (Hendrikus, 1993)

##### a. Dialogika

Dialogika merupakan ilmu tentang seni berbicara secara dialog, di mana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Dapat disimpulkan bahwa dimana dua orang atau lebih saling merespon dengan baik dan saling bertanya jawab. Bentuk dialogika yang penting adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat. (Hendrikus, 1993)

##### c. Pembinaan Teknik Bicara.

Di dalam Efektivitas monologika dan dialogika bergantung pada teknik bicara. Oleh karena itu pembinaan teknik bicara ini merupakan bagian yang penting dalam retorika. Dalam perhatian ini lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita. Menurut Aritoteles retorika mempunyai kaidah yang disebut dengan *the five canon of the rhetoric* (Griffin, 2012)

### 2.1.5. Canon Retorika

Hal penting yang menjadi perhatian utama tradisi wacana ini adalah ditemukannya lima teori atau kaidah wacana. Retorika Canon adalah suatu susunan atau prinsip yang harus diikuti penutur agar tuturan persuasif menghasilkan suatu metode, misalnya: kreativitas (*invention*), susunan (*arrangement*), gaya (*style*) transmisi (*delivery*) dan ingatan (*memory*). (Yohanes Kecil, 2011).

Ketika telah berevolusi, lima canon retorika telah menerima interpretasi yang lebih luas. Saat ini, istilah "penciptaan" telah diperluas untuk merujuk pada pengertian "konseptualisasi", yaitu proses memberi makna pada data melalui interpretasi. Ini berarti pengakuan atas fakta bahwa kita tidak hanya menemukan apa yang ada, tetapi juga menciptakannya melalui kategori-kategori interpretasi yang kita gunakan.

Aransemen adalah proses pengorganisasian simbol, yaitu pengorganisasian informasi yang berkaitan dengan hubungan antara orang, simbol dan konteks yang terlibat. Gaya adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana simbol disampaikan atau disajikan, mulai dari pilihan sistem simbol hingga makna yang kita berikan pada simbol, termasuk perilaku simbolik melalui kata-kata dan tindakan, pakaian yang dikenakan hingga furnitur yang digunakan. Ketundukan adalah perwujudan simbol dalam bentuk fisik, meliputi berbagai pilihan mulai dari non-verbal, ucapan, tulisan, hingga pesan termediasi. Akhirnya, memori tidak lagi mengacu hanya pada memori sederhana dari pidato atau ucapan, tetapi ke reservoir memori budaya yang lebih luas, termasuk proses persepsi yang mempengaruhi bagaimana kita menerima dan memproses informasi.

Kelima canon tersebut merupakan elemen-elemen dalam merencanakan dan mempersiapkan pidato (*speech*). Dalam hal ini, sebelum berbicara maka pembicara (*rhetor*) harus menemukan ide atau gagasan, bagaimana mengorganisasi gagasan, bagaimana membingkai gagasan ke dalam bahasa, menyampaikan gagasan dan akhirnya bagaimana agar apa yang disampaikan itu dapat menjadi ingatan bagi orang menerimanya.

### 2.1.6. Teknik Retorika

Dalam menyampaikan pesan didepan khalayak ramai, maka dari itu diperlukan



teknik dalam menyampaikan setiap pesan yang ingin disampaikan, juga salah satunya dalam berdakwah. Beberapa teknik dalam retorika antara lain menurut Jalaludin Rakhmat:

1. Informatif yaitu pesan yang disampaikan bersifat informatif atau wawasan baru bagi audiens, yang diharapkan audiens dapat menerima atau memahami terhadap informasi yang disampaikan.
2. Persuasif yaitu yang menyampaikan pesan berusaha untuk mendorong, meyakinkan atau mengajak audiens untuk melakukan sesuatu terhadap pesan yang disampaikan.

### **2.1.7. Konsep Retorika**

Untuk tercapainya tujuan persuasive, meyakinkan audiens tersebut menurut Aristoteles ada tiga bukti yang harus ada adalah: Ethos, pathos, logos. Ethos (Kredibilitas) Mengacu pada karakter, inteligensi dan niat baik pembicara yang akan tampak membawakan pidato. Eugene Ryan menyatakan bahwa ethos adalah istilah umum yang mengacu pada pengaruh mutual antara pembicara dan pendengar satu sama lain. Ryan menyatakan Aristoteles percaya bahwa pembicara dapat dipengaruhi audiens sama besarnya dengan audiens dapat dipengaruhi oleh pembicara. Karena itulah, ethos pembicara tidak hanya sesuatu yang dibawa ke dalam pengalaman berbicara: hal ini adalah pengalaman itu sendiri. Aristoteles merasa bahwa pidato oleh individu yang bisa dipercaya lebih bersifat persuasive daripada individu yang dipertanyakan kredibilitasnya. Salah satu komponen kredibilitas adalah komponen otoritas.

Otoritas artinya memiliki keahlian yang diakui. Otoritas dibentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman. Bila pembicara sangat mudah membahas tema yang sesuai dengan riwayat hidup pembicara, maka pembicara tersebut memiliki otoritas. Audiens menyukai gagasan yang dikemukakan pembicara yang dipandang objektif. Pembicara dapat membangun citra objektif dengan melalui persiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan. Kredibilitas pembicara yang dapat mempersuasi audiens sehingga mereka peduli dan percaya kepada pembicara.

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

Pathos (Emosi) Mengacu pada emosi yang dilibatkan dari para pendengar. Bahan bahan yang menyentuh atau menggerakkan adalah bahan-bahan yang mempunyai pengaruh psikologis. Menurut J.B. Watson, semua emosi merupakan hasil proses belajar, kecuali tiga: takut, berang dan cinta. Walaupun demikian, apa yang harus ditakuti, diberangi dan dicintai diperoleh manusia berdasarkan pengalaman dan pendidikan. Dengan demikian emosi dapat dibuat, ditimbulkan dan dipergunakan. Sedangkan Aristoteles berargumentasi bahwa pendengar menjadi alat bukti ketika emosi dipermainkan terhadap mereka: pendengar menilai secara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh perasaan senang, sakit, rasa benci atau takut. Pathos lebih kepada bukti emosional yaitu emosi yang didapatkan dari anggota audiens

Logos (Logis) Adalah bukti logis yang dimiliki pembicara, yaitu argumentasi dan rasionalisasinya. Logos juga mengandung arti “imbau logis” (logical appeals) yang ditunjukkan oleh seorang orator bahwa uraiannya masuk akal sehingga patut diikuti dan dilaksanakan oleh khalayak. Bagi Aristoteles, logos melibatkan angka, termasuk menggunakan pernyataan logis dan bahasa yang jelas. Karena apabila pembicara menggunakan bahasa puitis, akan menyebabkan kekurangjelasan dan kealamian. Menurut Aristoteles logos adalah salah satu bukti agar pesan menjadi lebih efektif. Logos yaitu bukti logis, penggunaan argumentasi dan bukti dalam berpidato. Setiap masing-masing aspek ini ethos, pathos, dan logos merupakan hal yang penting dalam efektifitas berpidato. Namun tidaklah memadai jika masing-masing aspek hanya berdiri sendiri-sendiri.

### **2.1.8. Unsur Retorika**

Unsur Retorika sebagai alat persuasif memiliki unsur-unsur dasar retorika sebagai

berikut:

1. To Start of Fire, sebagai pendahuluan dengan tujuan menarik minat dan perhatian pendengar.
2. To Build to Bridge, (membangun alur pemikiran dengan pendengar) dengan tema yang jelas dan ringkas, memilih ilustrasi dan argumen yang meyakinkan
3. Sebagai Contoh  
sebuah. Confiratio (positif), yaitu argumentasi yang memperkuat pendapat yang telah dikemukakan oleh pendapat tokoh-tokoh terkemuka.  
b. Refutatio (negatif), yaitu argumentasi yang melumpuhkan pendapat orang lain yang berbeda dengan pendapat kita, sambil menghadirkan bukti-bukti konkrit, disertai dengan humor.
4. So What, yaitu membuat kesimpulan sebelum menutup, sehingga pidato menjadi a kebulatan sehingga kesan akhir dapat membekas di ingatan pendengar (Hasanudin, 1982).

### **2.1.9. Tujuan Retorika**

Tujuan Retorika adalah persuasi, yaitu keyakinan pendengar akan kebenaran gagasan hal yang dibicarakan. Artinya tujuan retorika adalah membina saling pengertian yang mengembangkan kerjasama dalam menumbuhkan kedamaian dalam kehidupan masyarakat dalam kegiatan bertutur (Yusuf zainal Abiidn, 2013).

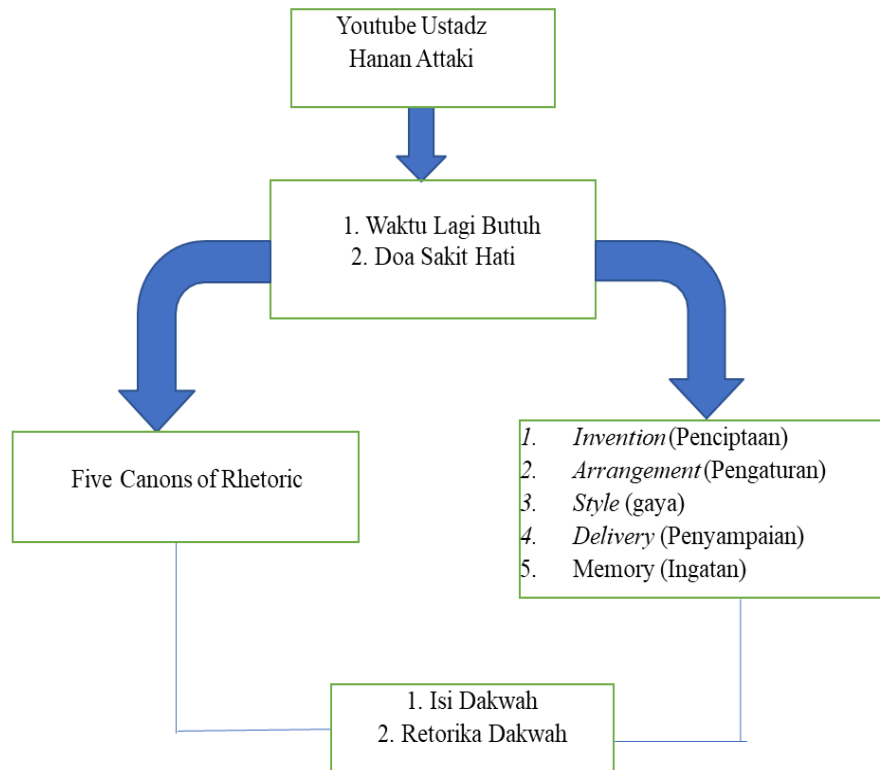
Retorika bukan sekedar memperhatikan seni dalam berbicara, seni berbicara dalam retorika juga dapat diartikan sebagai cara supaya pendengar benar-benar percaya dan yakin terhadap informasi yang kita sampaikan. Dari tutur kata yang rapi dan jelas diharapkan informasi yang kita sampaikan dapat dipahami dan dicerna oleh pendengar.

### **2.1.10. Fungsi Retorika**

Fungsi Retorika yaitu membimbing penutur atau pembicara mengambil keputusan yang tepat, memahami masalah kejiwaan manusia pada umumnya dan kejiwaan orang-orang yang akan dan sedang dihadapi, menemukan ulasan yang baik, dan mempertahankan diri serta mempertahankan kebenaran dengan alasan yang masuk akal (Yusuf zainal Abiidn, 2013). Dengan demikian, seorang pembicara atau penutur ketika ia akan atau hendak berbicara, terlebih dulu dapat membaca atau memahami bagaimana kondisi kejiwaan orang-orang yang akan dihadapinya, sehingga bahasa yang ia sampaikan bisa diterima oleh mereka tanpa mengurangi maksud dari informasi yang disampaikan tersebut.

Karena peneliti ingin meneliti bagaimana Implementasi Teori The Rhetoric Dalam Gaya Berdakwah Ustadz Hanan Attaki Di Youtube. Retorika menjadi faktor terpenting bagi seorang komunikator termasuk da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya yang merupakan inti dari komunikasi yaitu bagaimana komunikasi seorang pembicara dapat mengubah sikap para pendengarnya (Alan Reihan, 2015).

## 2.2 Kerangka Berfikir



**Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir**