

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini tidak menutup kemungkinan bahwa terdapat kemiripan dengan penelitian skripsi lain. Pada bagian ini merupakan pembeda dan persamaan antara Penelitian terdahulu dan penelitian yang akan penulis ajukan. Adapun penelitian yang penulis temukan yakni :

2.1.1 Andy Adywinata, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Dakwah dan Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, 2018 dengan judul “*Peranan Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani STAIN Parepare dalam meningkatkan kemampuan berdakwah mahasiswa*”.<sup>1</sup> Permasalahan yang dianalisis yaitu bagaimana cara dan peran yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani dalam meningkatkan kemampuan berdakwah mahasiswa. Jenis Penelitian yang digunakan yakni penelitian Deskriptif Kualitatif. Penelitian ini difokuskan pada seluruh kegiatan yang dilakukan oleh warga LDM Al-Madani baik itu pembina, pengurus, serta anggota kadernya.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Lembaga Dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani memiliki peran yang cukup membantu dalam peningkatan berdakwah mahasiswa. Hal ini terlihat dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh LDM Al-Madani dalam meningkatkan kemampuan

---

<sup>1</sup>Andy Adywinata, “*Peranan Lembaga dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani STAIN Parepare dalam meningkatkan kemampuan berdakwah mahasiswa*”. (Skripsi Sarjana; Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Dakwah dan Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN): Parepare, 2018).

berdakwah mahasiswa, kegiatan tersebut meliputi; Pelatihan dakwah, Kajian yang diisi dengan pelatihan khutbah dan ceramah, *Training of Trainer* (TOT), serta beberapa kegiatan lainnya yang berkaitan dengan pembinaan ilmu dakwah.<sup>2</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis teliti yakni Penelitian ini difokuskan pada seluruh kegiatan yang dilakukan oleh warga LDM al-Madani terkait mengenai peningkatan mutu berdakwah mahasiswa. Sedangkan penelitian yang penulis teliti terkait dengan pelaksanaan program *Muhadharah* di Asrama Ma'had al-Jami'ah IAIN Parepare dalam pembinaan kemampuan *public speaking* mahasiswa. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian Kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif.

2.1.2 Nengsih Sulistiawati, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Dakwah dan Adab Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2017 dengan judul "*Muhadharah sebagai Latihan Pengembangan Kemampuan Berbicara Siswa (Studi di Madrasah Tsanawiyah negeri 3 Lebak)*". Permasalahan yang dianalisis yakni bagaimana program *Muhadharah* yang diterapkan di MTsN 3 Lebak dapat mengembangkan kemampuan berbicaranya siswanya dimana penelitian ini mengkaji bagaimana model latihan pidato di MTsN 3 Lebak dan bagaimana penerapan model latihan pidato tersebut diterapkan.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Muhadharah* di sini melibatkan guru atau pembina sebagai orang yang menentukan tugas dari para

---

<sup>2</sup>Andy Adywinata, "*Peranan Lembaga dakwah Mahasiswa (LDM) Al-Madani STAIN Parepare dalam meningkatkan kemampuan berdakwah mahasiswa*".

siswanya. Pembina memberikan arahan dan saran kepada siswanya. Di mana siswa diberi waktu selama satu minggu untuk mempersiapkan diri sebelum tampil. Selama satu minggu berlangsung siswa mencari materi sesuai dengan tema yang mereka pilih sendiri. Jenis pidato yang disampaikan adalah pidato informatif.

Adapun metode yang digunakan siswa adalah metode *manuskrip*. Siswa berlatih dengan membaca teks atau naskah pidato secara berulang-ulang. Tujuannya adalah agar siswa lancar dalam membaca materi yang ada di naskah pidato tersebut. Setelah melakukan penerapan latihan berpidato, siswa tampil berpidato pada program kegiatan *muhadharah* dengan lancar. Meskipun siswa tampil dengan percaya diri. Namun terdapat beberapa siswa yang diberi kesempatan untuk berpidato pada acara peringatan hari besar Islam dan acara kenaikan kelas.<sup>3</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis ajukan yakni pada penelitian ini *muhadharah* ialah sebuah ekstrakurikuler yang diberikan kepada siswanya sebagai peserta atau pelaksana dari *muhadharah* ini. Sedangkan penelitian yang penulis ajukan yakni *muhadharah* ialah sebuah program yang dilaksanakan oleh asrama Ma'had al-Jami'ah dengan ketentuan hanya warga asrama sajalah yang dapat mengikuti kegiatan ini, dan program ini menjadi salah satu wadah bagi mahasiswa yang tinggal di asrama untuk mengasah kemampuannya terutama dalam hal retorika dan *public speaking*.

---

<sup>3</sup>Nengsih Sulistiawati, "*Muhadharah sebagai Latihan Pengembangan Kemampuan Berbicara Siswa (Studi di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Lebak)*". Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Dakwah dan Adab Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2017).

## 2.2 Tinjauan Teoritis

### 2.2.1 Teori Interaksi dan Harapan

Teori ini memiliki dasar pijak pada beberapa variabel utama yaitu Aksi, Reaksi, Interaksi, dan Harapan. Dalam teori ini menjelaskan bahwa seorang pemimpin dalam langkah awalnya harus menunjukkan suatu aksi, yang dapat memberikan pencerahan kepada anggota-anggotanya untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.<sup>4</sup>

Teori Interaksi dan Harapan adalah teori yang menjelaskan bahwa seorang pemimpin dalam sebuah kelompok harus mampu melakukan interaksi komunikasi dengan anggota-anggotanya agar dapat memberikan ilmu sesuai dengan apa yang diharapkan agar kedepannya ilmu yang diberikan oleh pemimpin tersebut dapat diaplikasikan oleh anggota-anggotanya.

Asumsi dari teori ini ialah semakin terjadi interaksi dan partisipasi dalam kegiatan bersama, maka akan semakin meningkat perasaan untuk saling menyukai dalam hal ini kebersamaan antar kelompok tersebut, sekaligus juga akan memperjelas tujuan dan norma-norma dari kelompok tersebut. Demikian juga asumsi lainnya mengatakan bahwa semakin sering seseorang berinteraksi di dalam sebuah kelompok, maka akan semakin mendekati kesesuaian kegiatan dengan apa yang ingin dicapai.<sup>5</sup>

Teori ini bermula oleh Homan (1950) di mana teori ini dikembangkan dari teori tentang kepemimpinan. Lalu menurut Heemphilis (1954) kepemimpinan muncul pada situasi tertentu dimana saling ketergantungan antara tugas-tugas kelompok masing-masing anggota menjadi cirinya.

---

<sup>4</sup>Sudjarwo, *Dinamika Kelompok*, (Bandung: Penerbit CV. Mandar Maju, 2011), h. 46.

<sup>5</sup>Sudjarwo, *Dinamika Kelompok*, h. 46.

Jadi, teori tersebut menjelaskan bahwa pemimpin sebagai pengambil alih dalam melakukan sebuah hubungan Interaksi yang dalam hal ini apabila dikaitkan dengan judul penelitian yang penulis ingin teliti maka pemimpin di sini ialah pembina asrama Ma'had al-Jami'ah IAIN Parepare dan anggotanya ialah terdiri dari peserta asrama yang mengikuti program *muhadharah*.

Dalam hal ini pembina melakukan interaksi dengan peserta asrama untuk melatih anggota-anggotanya agar tercapai tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan yang dimaksud ialah harapan awal sebelum dilaksanakannya program *muhadharah* yakni sebagai wadah untuk membina kemampuan *public speaking* mahasiswa baru (peserta asrama).

### **2.2.2 Teori Retorika (*Rhetorical Theory*)**

Teori ini pertama kali ditemukan oleh Aristoteles. Menurut Aristoteles retorika adalah ilmu yang mengajarkan keterampilan untuk menemukan secara persuasif dan objek suatu kasus. Di mana pengetahuan mengenai kajian retorika ini sangat bermanfaat dalam menunjang kemahiran seni atau praktik berbicara.<sup>6</sup> Bagi Aristoteles retorika adalah *the art of persuasion*. Ia mengatakan bahwa dalam retorika itu suatu uraiannya harus singkat, jelas, dan meyakinkan.<sup>7</sup>

Orang yang melakukan retorika disebut sebagai retor. Dalam hal ini ilmu retorika dapat memberikan pengetahuan bagi seorang retor untuk menyampaikan pesan di hadapan publik yang dapat memberikan perubahan sikap maupun perilakunya.

---

<sup>6</sup>Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Penerbit CV. Pustaka Setia, 2017), h. 461.

<sup>7</sup>Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 466.

Teori retorika memiliki asumsi yakni pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka, dan yang kedua pembicara yang efektif juga menggunakan beberapa bukti dalam presentasi atau penyampaian pesan mereka. Asumsi dari teori ini mengarah kepada konsep analisis khalayak (*audience analysis*). Dalam konteks *public speaking* Aristoteles merasa bahwa pendengar sangat penting dalam berhasil atau tidaknya seorang komunikator.

Asumsi kedua dari Aristoteles yakni pembicara yang efektif itu menggunakan bukti-bukti dalam menyampaikan pesan atau informasinya. Bukti-bukti yang dimaksud di sini ialah merujuk pada cara-cara persuasi yang dilakukan oleh seorang retor atau komunikator. Bukti-bukti tersebut yakni:

1. Ethos yakni karakter, berupa inteligensi dan niat baik yang dipancarkan dan dipersepsikan oleh retor atau komunikator
2. Logos yakni bukti logis dengan cara menggunakan argumen atau wacana yang rasionalitas.
3. Pathos yakni bukti emosional yang berupa emosi yang ditunjukkan oleh pendengar. Misalnya saat diberikan humor mereka menunjukkan ekspresi ketawa, ataupun saat diberikan informasi yang rasional mereka mengangguk-anggukkan kepala.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Alan Reihan, "Teori Retorika," *Blog Alan Reihan*. <https://www.kompasiana.com/alanreihan/54f9014fa33311a13d8b491a/teori-retorika>. (diakses pada 22 Oktober 2019).

### 2.2.2.1 Jenis-jenis retorika yakni:

1. Retorika Persuasif, yakni retorika yang bertujuan untuk memengaruhi orang lain dengan tidak begitu memperhatikan/mempertimbangkan nilai-nilai kebenaran dan moralitas. Retorika sejenis ini dapat kita jumpai pada pedagang kaki lima yang menawarkan barang dagangannya.
2. Retorika dialektika, yang biasa disebut juga sebagai retorika psikologi yakni merupakan kebalikan dari retorika persuasif. Retorika ini sangat memperhatikan nilai-nilai kebenaran, kebajikan, dan moralitas. Tujuan utama dari retorika jenis ini ialah mengarah kepada pembinaan spiritual. Misalnya pada ceramah keagamaan.<sup>9</sup>

Berdasarkan penjelasan jenis retorika tersebut, maka dapat dipahami bahwa retorika memiliki peranan penting terutama dalam hal untuk memengaruhi orang. Baik yang memperhatikan nilai-nilai kebenaran dan moralitas maupun yang memainkan seni dalam berbicara.

### 2.2.2.2 Ketentuan-Ketentuan retorika dalam pemilihan kata-kata

Pada dasarnya untuk menjadi seorang retor/komunikator/pembicara yang baik maka setiap pembicara selalu pandai dalam memilih kata-kata. Menurut Glenn R. Capp dan Richard Capp, Jr. Dalam buku retorika modern oleh Jalaluddin Rakhmat Ini disebut sebagai ketentuan-ketentuan retorika dalam pemilihan kata-kata. Ada 3 ketentuan-ketentuan retorika dalam pemilihan kata-kata yakni:

---

<sup>9</sup>Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking: Kunci Sukses Bicara di Depan Publik* (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2013), h. 62-63.

#### 2.2.2.2.1 Kata-kata harus jelas

Hal ini berarti bahwa pemilihan kata-kata tidak menimbulkan arti ganda (ambigu). Untuk mencapai kejelasan tersebut, maka perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Gunakan istilah yang spesifik (tertentu), biasanya sering kita jumpai kata-kata yang terlalu umum sehingga menimbulkan tafsiran yang bermacam-macam. Misalnya, “uang ini dapat diambil secara teratur” dapat dispesifikkan lagi menjadi “uang ini dapat diambil sekali sebulan.  
Gunakan kata-kata yang sederhana, sebab berpidato adalah proses berkomunikasi oleh sebab sebisa mungkin untuk selalu menggunakan kata-kata atau kalimat yang mudah dipahami oleh masyarakat.
2. Hindari istilah-istilah teknis, biasanya manusia masing-masing mengembangkan kata-kata (istilah) mereka sendiri. Sebenarnya untuk khalayak yang sama hal ini menjadi sesuatu yang biasa saja, tetapi bagi orang lain yang tidak mengetahui maknanya hal ini akan sangat membingungkan.
3. Berhemat dalam penggunaan kata-kata, sebab seringkali kalimat yang terlalu panjang tidak menjadi jelas dan kurang dipahami oleh masyarakat. Tetapi, setelah beberapa kalimat dipersingkat akan menjadi mudah dipahami.
4. Gunakan perulangan atau pernyataan kembali gagasan yang sama dengan kata yang berbeda.



#### 2.2.2.2.2 Kata-kata harus tepat

1. Hindari kata-kata klise, yakni kata yang sudah terlalu sering digunakan dan tidak sesuai lagi dengan perkembangan zaman.
2. Gunakan bahasa pasaran secara hati-hati, yakni bahasa slang yang dipergunakan bukan oleh orang yang terpelajar, tetapi diterima dalam percakapan sehari-hari. Bahasa pasaran dapat dipergunakan dalam dalam acara-acara sosial yang santai, walaupun pembicara harus membatasi diri untuk tidak menggunakan bahasa tersebut secara berlebih-lebihan.
3. Hati-hati dalam penggunaan kata pungut, yakni kata-kata asing yang hanya dapat dipahami oleh lingkungan yang amat terbatas. Biasanya banyak orang yang menggunakan kata-kata asing dan pendengar memuji akan kehebatan pembicara tersebut, namun pesan komunikasinya tidak tersampaikan.
4. Hindari vulgarisme dan kata-kata yang tidak sopan
5. Jangan menggunakan penjulukan, yakni memberikan *name calling* atau *labeling* pada sesuatu yang biasanya tidak kita senangi.
6. Jangan menggunakan eufemisme yang berlebihan, yakni ungkapan pelembut yang biasanya menggantikan kata-kata yang terasa tidak “enak”

#### 2.2.2.2.3 Kata-kata harus menarik

Selain harus jelas dan tepat, sebaiknya kata-kata yang digunakan juga menarik sehingga menimbulkan kesan yang kuat, hidup, dan merebut perhatian.

1. Pilihlah kata-kata yang menyentuh langsung diri khalayak, maksudnya ialah kata-kata yang menyangkut pengalaman dan menyentuh kepentingan komunikasi atau *mad'u*. Biasanya untuk menambah keakraban, gunakan

kata ganti orang pertama dan kedua. Jadi gunakan kata “saudara”, “kita”, “anda” untuk mengganti kata “seseorang”, “manusia”, dan lain sebagainya untuk menambah kesan akrab pada komunikasi atau *mad'u*.

2. Gunakan kata berona (*colorfull word*), maksudnya ialah kata yang dapat melukiskan sikap dan perasaan, atau keadaan. Jadi, pemakaian kata dapat meninggikan atau merendahkan warna kata itu sendiri. Misalnya kata “menangis” sekilas kita mendengar biasa-biasa saja dan tidak memiliki rona, akan tetapi ketika mengatakan “terisak-isak”, “tersedu-sedu”, “mengiba”, “menjerit”, “meraung” dapat memberikan warna dan meningkatkan emosional tersendiri bagi komunikasi.
3. Gunakan bahasa yang figuratif, yakni bahasa yang dibentuk sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesan yang indah. Untuk itu biasanya digunakan gaya bahasa (*figure of speech*). Misalnya asosiasi, metafora, personifikasi, dan antitetis. Gaya bahasa yang lengkap dapat dipelajari pada buku-buku kesusasteraan.
4. Gunakan kata-kata tindak (*action words*) yakni biasanya menggunakan kalimat aktif, misalnya “diharapkan pembangunan ini” menjadi kalimat “kita berharap agar pembangunan ini”.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2007), h. 46-52.

### 2.2.2.3 Kanon Retorika

Menurut pemikir Yunani Kuno, retorika adalah penggunaan argumen yang logis, etos atau kredibilitas pembicara, dan *pathos* atau argumen emosional. Retorika pada dasarnya yaitu seni diskursus, seni berpikir sistematis dan kreatif melalui lima kanon retorika yaitu invensi, organisasi, gaya, penyampaian, dan memori.<sup>11</sup>

Kanon merupakan tuntutan atau prinsip-prinsip yang harus diikuti oleh seorang pembicara/retor/komunikator agar retorika yang disampaikan yang berisi pesan-pesan persuasif dapat tersampaikan secara efektif.

1. Penemuan (*Invention*)

Penemuan (*Invention*) didefinisikan sebagai konstruksi atau penyusunan dari suatu argumen yang relevan atau sesuai dengan tujuan pidato. Penemuan di sini dapat mencakup penggunaan cara berpikir entimen dalam sebuah pidato atau ceramah. Selain itu penemuan dapat diinterpretasikan sebagai kumpulan informasi dan pengetahuan yang dibawakan oleh komunikator. Tumpukan-tumpukan informasi ini dapat membantu komunikator dalam pendekatan persuasifnya dengan komunikan atau *mad'u*.

2. Pengaturan (Organisasi)

Pengaturan yakni berhubungan kemampuan seorang komunikator untuk mengorganisasikan pidato atau ceramahnya. Aristoteles mengatakan bahwa komunikator harus mencari pola terorganisasi bagi pidatonya untuk meningkatkan efektivitas pidato. Pidato secara umum harus mengikuti

---

<sup>11</sup>Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, ed., *Encyclopedia of Communication Theory*, terj. Tri Wibowo BS. *Ensiklopedi Teori Komunikasi Jilid 2*. (Jakarta: Kencana, 2017), h. 1025.

pendekatan yang terdiri atas tiga hal: pengantar, batang tubuh, dan kesimpulan.

### 3. Gaya

Aristoteles membahas mengenai pemilihan kata, dengan perumpamaan dan kepantasan kata. Penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu disebut sebagai gaya (*style*). Setiap orang memiliki gaya tersendiri dalam menyampaikan pidato atau ceramahnya di depan publik.

### 4. Penyampaian

Penyampaian (*delivery*) merujuk pada komunikasi nonverbal seorang komunikator. Komunikasi ini biasanya mencakup beberapa perilaku seperti kontak mata, tanda vokal, ejaan, kejelasan pengucapan, dialek, gerakan tubuh, dan penampilan. Menurut Aristoteles penyampaian pidato secara spesifik berkaitan dengan manipulasi suara, dengan menggunakan tingkatan nada, ritme, volume, dan emosi yang sesuai.

### 5. Ingatan (*Memory*)

Menurut Aristoteles ingatan berarti menyimpan penemuan, pengaturan dan gaya di dalam benak komunikator yang biasa disebut dengan *memory*. Mengingat suatu pidato berarti memiliki pemahaman dasar dari materi pidato ataupun ceramah.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Adi Permana Sidik, “ Teori Retorika Aristoteles”, *Blog Adi permana Sidik*. <https://www.kompasiana.com/sidikpermanaadi/552a1d9e6ea8345005552d10/teori-retorika-aristoteles-2?>. (Diakses pada 1 November 2019).

### 2.2.3 Teori Analisis Isi Kualitatif

Analisis adalah kegiatan mengurai, memilah, dan menjelaskan proses masalah yang sedang berlangsung serta upaya untuk memahami dan memberikan jalan keluar dari permasalahan yang terjadi. Dalam hal ini, penelitian ini menggunakan analisis kualitatif.

Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yakni cara berpikir dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep), riset ini juga bertujuan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya dengan tidak mengutamakan besarnya populasi dan bahkan populasi atau *samplingnya* terbatas.<sup>13</sup>

Dalam hal ini riset kualitatif adalah sebuah bentuk penelitian dengan melihat fakta-fakta yang terjadi di lapangan lalu kemudian melakukan sebuah penelitian dan menyimpulkan hasil temuan dari penelitian itu sehingga muncullah konsep atau teori yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi.

Menurut Altheide (1996:2) analisis isi kualitatif adalah perpaduan analisis isi objektif dengan observasi partisipan, artinya periset berinteraksi dengan material-material dokumentasi atau bahkan melakukan wawancara mendalam sehingga pernyataan-pernyataan yang spesifik pada konteks yang tepat untuk dianalisis.<sup>14</sup>

Dalam hal ini, teknik wawancara mendalam (*Depth Interview*) dilakukan dalam rangka mendapatkan data-data yang mendalam yang kemudian dapat dianalisis secara intensif dengan mengambil partisipan atau informan yang terlibat.

---

<sup>13</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Kencana, 2007), h. 58.

<sup>14</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi*, h. 246.

## 2.3 Tinjauan Konseptual

Untuk memudahkan pembaca dalam mengambil rujukan dan memahami maksud dari penelitian ini serta memberikan gambaran yang terkait dengan judul “Program *muhadharah* dalam membina kemampuan *public speaking* bagi Mahasiswa di Asrama Ma’had al-Jami’ah IAIN Parepare” maka penulis menguraikan beberapa definisi-definisi berupa tinjauan konseptual yakni sebagai berikut:

### 2.3.1 Program *Muhadharah*

Pengertian program menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah rancangan mengenai asas serta usaha yang akan dijalankan.<sup>15</sup> Jadi, nantinya usaha-usaha inilah yang akan dibuat dalam rangka untuk memenuhi tujuan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dalam Kamus besar Al-Munawwir *muhadharah* berasal dari kata حضوراً — حضر yang berarti hadir, datang. *Muhadharah* (محا ضرة) juga berarti memberi ceramah/kuliah.<sup>16</sup> Hal ini berarti bahwa *muhadharah* itu sendiri bisa dikatakan sebuah kegiatan dakwah, ceramah, maupun khutbah, untuk memberikan ilmu maupun materi kepada *mad’u*, di mana *mad’u* datang untuk menghadiri proses dan kegiatan ceramah, dakwah, atau kuliah yang diberikan.

*Muhadharah* atau khutbah merupakan bahasa Arab yang berarti pidato atau retorika.<sup>17</sup> *Muhadharah* dalam konsep yang dilaksanakan oleh asrama Ma’had al-Jami’ah yakni bentuk komunikasi publik yang dimana konsep dari *Muhadharah* ini

<sup>15</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* (Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka, 2008) h. 1104.

<sup>16</sup>Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia* (Surabaya: Penerbit Pustaka Progressif, 1997), h. 273.

<sup>17</sup>Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking: Kunci Sukses Bicara di Depan Publik*, h. 59.

sendiri yakni menampilkan penampilan berupa ceramah, khutbah, pidato bahasa Arab, dan pidato bahasa Inggris (*speech*). Keseluruhan dari konsep yang ada dalam *Muhadharah* ini dapat dikatakan sebagai berdakwah karena setiap materi-materi atau isi ceramah maupun khutbah yang disampaikan oleh peserta *Muhadharah* ini mengandung makna ajakan atau seruan kepada hal kebaikan.

### 2.3.2 Pengertian Dakwah

Dakwah ditinjau dari segi bahasa (*etimologi*) memiliki arti yakni memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, maupun memohon. Sedangkan dalam ilmu tata bahasa arab kata dakwah itu sendiri merupakan bentuk *mashdar* dari kata kerja *da'a, yad'u, da'watan* yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak.<sup>18</sup>

Dalam al-Qur'an kita dapat menjumpai beberapa ayat yang sejalan dengan pengertian dakwah itu sendiri.

#### 1. Seruan

Dakwah juga dapat diartikan sebagai seruan yakni menyeru kepada hal kebaikan dan kebajikan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S. Yunus 10:25.

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Terjemahnya:

“Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam)”.<sup>19</sup>

Berdasarkan ayat tersebut menjelaskan bahwa dakwah merupakan panggilan atau ajakan. Di mana manusia diberikan seruan oleh Allah SWT melalui

<sup>18</sup>Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i* (Jakarta: Penerbit Amzah, 2008), h. 17.

<sup>19</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Penerbit Jumanatul 'Ali-Art, 2004), h. 211.

firman-Nya yang diabadikan dalam kitab-Nya sebagai petunjuk atau pedoman agar Hamba-Nya senantiasa berada di jalan yang benar. Allah SWT juga mengajak kepada seluruh umat manusia ke dalam Surga-Nya yang merupakan istana kedamaian, dan Allah membimbing hamba-hamba-Nya yang Dia kehendaki ke dalam agama Islam yang akan mengantarkan mereka ke dalam Istana Kedamaian yakni surga-Nya.

## 2. Doa dan Permohonan

Dakwah dapat diartikan sebagai bentuk do'a dan permohonan kepada Allah SWT. sebagaimana yang terkandung dalam Q.S. Al-Baqarah 2:186.

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ ۖ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ ۗ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

Terjemahnya:

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku agar mereka selalu berada dalam kebenaran”.<sup>20</sup>

Berdasarkan ayat tersebut menjelaskan bahwa dakwah merupakan bagian dari do'a dan permohonan. Dan apabila salah seorang dari hamba Allah SWT bertanya tentang Allah maka katakanlah (para nabi) bahwa Allah sangat dekat dengan hamba-Nya. Allah dapat mengabulkan segala do'a dan permintaan hamba-Nya, bila ia berdoa kepada Allah SWT. Maka dari itu hendaknya para manusia atau hamba Allah SWT selalu berada di jalan Allah SWT dengan cara menaati segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

<sup>20</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 28.



Dakwah dalam pengertian *syara'* atau istilah telah dikemukakan oleh beberapa pakar keilmuan, yakni:

1. Dr. Yusuf Al-Qaradhawi mengemukakan bahwa “ dakwah adalah ajakan kepada agama Allah SWT, mengikuti petunjuk-Nya, mencari keputusan (*tahkim*) kepada metode-Nya di bumi, mengesakan-Nya dalam beribadah, meminta pertolongan dan ketaatan kepada-Nya, melepaskan diri dari semua *taghut* yang ditaati selain Allah, membenarkan apa yang dibenarkan Allah, memandang bathil apa yang dipandang bathil oleh Allah, *amar ma'ruf nahi munkar*, dan jihad di jalan Allah.
2. Dr. Muhammad Sayyid Al-Wakil memberikan definisi bahwa dakwah merupakan mengajak dan mengumpulkan manusia untuk meniti jalan kebaikan serta membimbing mereka kepada petunjuk dengan cara ber-*amar ma'ruf* dan *nahi mungkar*.
3. Prof. Dr. M. Quraish Shihab mengatakan bahwa dakwah merupakan suatu seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha di mana mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik terhadap pribadi maupun masyarakat.<sup>21</sup>

Berdasarkan Konsep pengertian dakwah di atas baik itu pengertian dakwah secara *etimologi*, ayat-ayat al-Qur'an yang berkenaan dengan pengertian dakwah, dan juga para pakar keilmuan, maka penulis menyimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas atau kegiatan yang mengajak, menyeru, dan memanggil manusia melalui cara yang bijaksana untuk menuju jalan kebaikan yang diridhoi oleh Allah

---

<sup>21</sup>Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah: Bekal Perjuangan Para Da'i*, h. 19-22.

SWT dengan memegang prinsip ber-*amar ma'ruf* dan *nahi mungkar* yakni menegakkan kebaikan dan mencegah dari hal yang dilarang.

### 2.3.3 Pembinaan Kemampuan *Public Speaking*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata pembinaan berarti proses, cara, tindakan maupun kegiatan membina dan mengarahkan (baik itu itu berupa pendapat, pendidikan, watak, pikiran).<sup>22</sup> Jadi, pembinaan ialah suatu tindakan, kegiatan maupun usaha berupa pemberian bimbingan maupun arahan untuk mendapatkan hasil atau tujuan yang diinginkan.

Pengertian kemampuan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yakni kesanggupan, kecakapan, kekuatan (kita berusaha dengan diri sendiri).<sup>23</sup> Berdasarkan pengertian dari kata Kemampuan tersebut maka kemampuan ialah suatu tindakan berupa kesanggupan untuk melakukan suatu hal. Disini yang dimaksud ialah kemampuan untuk melakukan kegiatan *public speaking*, dimana kemampuan ini perlu mendapat arahan maupun bimbingan sebelumnya.

Pengertian Publik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yakni orang banyak (umum).<sup>24</sup> Dan *speaking* menurut Kamus Bahasa Inggris-Indonesia yakni berbicara.

*Public Speaking* adalah kemampuan dan keahlian untuk berbicara di depan publik secara efektif, sehingga pesan yang dibawakan akan lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh pendengar atau komunikan.<sup>25</sup> Asumsi lain juga mengatakan

---

<sup>22</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, h. 173.

<sup>23</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, h. 869.

<sup>24</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, h. 1110.

<sup>25</sup>Ilham Prisgunanto, *Aplikasi Teori dalam Sistem Komunikasi di Indonesia*, (Depok: Penerbit Kencana, 2017), h. 241.

bahwa komunikasi digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dan mengubah sikap bagi orang yang menerima informasi tersebut yang dikomunikasikan melalui *public speaking*.

### 2.3.3.1 Metode *Public Speaking*

Metode ialah teknik atau tata cara yang dilakukan ketika ingin mengerjakan sesuatu. Sebelum melakukan *Public Speaking* di depan umum, ada baiknya kita mengetahui terlebih dahulu beberapa metode dalam *Public Speaking* yang dikutip dari skripsi Nofri Affandi yang bersumber dari buku Helena Olli *Public Speaking*, berikut ini adalah beberapa metode *public speaking*:

#### 2.3.3.1.1 Metode Naskah (*Manuskrip*)

Metode Naskah (*Manuskrip*) adalah metode keterampilan *public speaking* dimana naskah yang dibuat ditulis secara teratur, lengkap, dan sesuai dengan apa yang akan disampaikan kepada khalayak.

#### 2.3.3.1.2 Metode Hafalan (*Memorizer*)

Metode Hafalan ini adalah metode lanjutan dari metode naskah, yakni dimana naskah yang telah ditulis tidak dibacakan layaknya membaca bacaan, akan tetapi dihafalkan terlebih dahulu sebelum kemudian tampil di depan umum. Metode hafalan ini tetap merujuk kepada naskah yang telah ada akan tetapi naskah tersebut sudah dalam bentuk hafalan yang disampaikan oleh pembicara.

#### 2.3.3.1.3 Metode Spontanitas (*Impromptu*)

Metode Spontanitas ialah metode yang dilakukan dengan tanpa persiapan berupa naskah ataupun hafalan naskah terlebih dahulu. Akan tetapi, metode ini dilakukan dengan cara pembicara hanya memikirkan masalah apa yang dikemukakan. Dalam artian metode ini berujuk pada pokok permasalahan yang akan dibahas,

kemudian dilanjutkan dengan pengembangan materi dari pembicara dengan melihat tema pokok permasalahan tanpa menggunakan naskah sebelumnya.

#### 2.3.3.1.4 Metode Menjabarkan Kerangka (*Ekstemporer*)

Metode Menjabarkan Kerangka adalah metode yang dilakukan dengan cara komunikator menyiapkan catatan penting ataupun garis-garis besar dari pokok permasalahan yang akan dibahas. Kemudian dijabarkan sesuai dengan kemampuan dan garis besar dari pidato tersebut.<sup>26</sup>

#### 2.3.3.2 Ruang Lingkup *Public Speaking*

*Public Speaking* adalah sebuah ilmu yang terdiri dari teori kemudian dari teori tersebut diaplikasikan dalam bentuk kegiatan praktek. Dalam hal ini Yayah Nurhidayah menyebutkan beberapa ruang lingkup *public speaking* yang dikutip dari Jurnal Aan Mohammad Burhanuddin dan A. Syathori yakni sebagai berikut:

##### 2.3.3.2.1 Pidato/Ceramah/Orasi

Pidato ialah proses penyampaian pemikiran dalam bentuk kata-kata yang disampaikan oleh seorang komunikator. Dalam penyampaian tersebut diperlukan keahlian khusus dalam memilih diksi dan redaksi kata agar dapat mempengaruhi khalayak/*audience*. Oleh sebab itu penyampaian pidato perlu disesuaikan dengan jenis pesan yang akan disampaikan dan tipe pidato apa yang cocok.

Berbicara atau mengeluarkan pendapat di hadapan publik disebut juga sebagai komunikasi publik dengan mengandalkan *public speaking* yang baik tentunya, dan kunci utama keberhasilan sebuah ceramah atau pidato ialah persiapan. Namun, sebelum berada pada tahap, persiapan terlebih dahulu hal yang harus

---

<sup>26</sup>Nofri Affandi, “Efektivitas *Public Speaking* pada Pelajar Sekolah Menengah Atas dalam Meningkatkan Kemampuan Berbicara di depan Umum”. (Skripsi Sarjana; Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU): Medan, 2019), h. 12-13.

diketahui ialah tipe-tipe pidato, agar nantinya persiapan pidato atau ceramah yang akan disampaikan dapat diselaraskan dengan kesesuaian tipe-tipe pidato yang ada berdasarkan pesan atau tema yang akan disampaikan pada momen tertentu dan dengan khalayak tertentu pula. Berikut ini adalah tipe-tipe pidato:

1. Pidato Informatif

Pidato informatif umumnya menggunakan bantuan *visual* (gambar) meskipun hal ini tidak selalu digunakan. Pidato Informatif memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan sesuatu, mengajarkan maupun mendidik. Pokok persoalan dari pidato ini ialah bagaimana informasi dapat sampai ke *audience* dan mudah dipahami.

2. Pidato Persuasif

Pidato persuasif lebih mengarah kepada upaya untuk memengaruhi *audience*. Pidato ini biasanya lebih sering digunakan untuk menjual suatu ide, aksi, ataupun mempromosikan suatu barang. Pidato persuasif memiliki tujuan untuk meyakinkan, membujuk, dan mengguncangkan emosi *audience* atau khalayak publik.

3. Pidato Menghibur

Pidato menghibur bertujuan untuk menghibur, menciptakan suasana yang gembira. Sehingga redaksi kata yang digunakan dalam pidato ini harus menarik, menunjukkan kesan yang meriah, mampu menciptakan suasana yang hangat, dan terkesan tidak membosankan (*boring*).

#### 4. Pidato Teknis

Pidato teknis sebenarnya memiliki kesamaan dengan pidato informatif, yakni bertujuan untuk memberikan informasi. Akan tetapi pada pidato teknis informasi yang diberikan lebih jelas dan terperinci.

#### 5. Pidato singkat

Pada pidato singkat seorang komunikator hanya memberikan sambutan-sambutan. Misalnya, sambutan selamat datang atau penerimaan, sambutan untuk pembukaan sebuah acara, dan ekspresi ucapan terima kasih.<sup>27</sup>

##### 2.3.3.2.2 *Master of Ceremony* (MC)/Pembawa Acara

*Master of Ceremony* (MC) dalam bahasa Indonesia dikenal dengan sebutan pembawa acara. MC menurut Aiyub Ahmad merupakan seorang yang ditugaskan untuk mengumumkan acara yang sedang berjalan, sesuai dengan urutan yang ditetapkan. Tugas seorang MC ialah selain mengumumkan acara, juga bertanggung jawab atas kesuksesan acara dan menarik perhatian khalayak atau pendengar agar tetap fokus mengikuti jalannya acara yang ia pandu.

Lebih jauh, sebagai seorang pembicara di depan umum, ada beberapa kemampuan dan keterampilan yang harus dimiliki seorang MC. Beberapa keterampilan itu misalnya, mampu berbicara di depan umum dan mengekspresikan apa yang sedang difikirkannya, memiliki pengetahuan umum atau mendasar mengenai acara yang akan dibawakannya, mampu berbahasa yang baik dan benar, memiliki kualitas suara yang menarik, berpenampilan rapi dan bersih, mampu menyesuaikan diri, mudah bergaul dan ramah.

---

<sup>27</sup>Idi Subandi Ibrahim, *Kecerdasan Komunikasi: Seni Berkomunikasi kepada Publik* (Bandung: Penerbit Simbiosis Rekatama Media, 2012), h. 96.

### 2.3.3.2.3 Moderator

Moderator adalah seseorang yang diberikan tugas untuk mengatur dan mengarahkan jalannya diskusi dalam sebuah acara. Moderator merupakan seorang pemimpin diskusi. Moderator termasuk dalam ruang lingkup kegiatan *public speaking*, karena memenuhi kriteria “berbicara secara tatap muka di hadapan orang banyak dalam suatu tempat”. Tujuan utama adanya seorang moderator yaitu agar sebuah forum diskusi atau musyawarah dapat berlangsung secara kondusif dan senantiasa mengikuti alur topik yang sudah ditentukan.<sup>28</sup>

### 2.3.3.3 Indikator *Public Speaking*

Dalam melakukan kegiatan *public speaking* ada beberapa penilaian atau hal-hal yang menjadi tolak ukur *public speaking* itu, yakni:

#### 2.3.3.3.1 Vokal atau suara

Seorang *public speaker* hendaknya memiliki vokal atau suara yang baik agar audiens dapat mendengar dengan baik apa yang disampaikan oleh *public speaker*.

#### 2.3.3.3.2 Ekspresi wajah atau mimik

Berbicara harus diimbangi dengan ekspresi wajah atau mimik agar apa yang disampaikan terlihat lebih menarik dan meyakinkan.

#### 2.3.3.3.3 Gerak tubuh (*body language*)

Yakni cara pembawaan dan penyampaian yang dilakukan oleh *public speaker*, dengan memperhatikan audiens, agar audiens merasa bahwa kita sedang berkomunikasi dengan mereka.

---

<sup>28</sup>Aan Mohammad Burhanuddin, “Peningkatan *Public Speaking* Mahasiswa Jurusan KPI: Upaya Mencetak Da’i yang Rahmatan Lil ‘alamin,” *Orasi Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10, No. 1, 2019), h. 7-9.

#### 2.3.3.3.4 Penjiwaan (*Inspiring*)

Yakni sikap kita terhadap audiens dan bagaimana kita menyampaikan pesan dihadapan audiens dengan penuh penjiwaan sesuai dengan tema yang kita sampaikan. Misalnya, tema yang berkaitan tentang kesedihan yang ditunjukkan dengan ekspresi dan penjiwaan yang sedih.

#### 2.3.3.3.5 Artikulasi

Artikulasi adalah kejelasan pengucapan huruf demi huruf, kata demi kata, dan kalimat demi kalimat. Artikulasi bisa juga diartikan sebagai pemberian perlakuan khusus pada kata-kata terpenting dalam suatu kalimat atau paragraf.

#### 2.3.3.3.6 Perbendaharaan kata

Untuk menjadi seorang *public speaker* yang baik perlu penggunaan perbendaharaan kata yang baik dengan menggunakan kata yang tepat saat berbicara.

#### 2.3.3.3.7 Improvisasi

Seorang *public speaker* yang baik harus selalu meningkatkan kalimat atau kata yang ingin disampaikan agar terlihat seperti seorang *public speaker* yang handal di depan audiens dan tidak terkesan terpaut pada teks.<sup>29</sup>

#### 2.3.3.4 Tahapan-tahapan penyampaian pidato/ceramah

Dalam menyampaikan materi/isi ceramah setidaknya ada tiga tahap yang harus diperhatikan:

1. Pertimbangkan selalu khalayak/*audience*

Sebelum memulai pidato/ceramah telusurilah selalu khalayak/*audience*, sehingga dalam menyampaikan pidato/ceramah kita bisa menyesuaikan

<sup>29</sup>Sedarmayanti, *Pengembangan Kepribadian Pegawai* (Bandung: Mandar Maju, 2010) h.



2. Menyusun isi materi pidato/ceramah dengan lugas dan logis

Jika latarbelakang khalayak/*audience* sudah diketahui, maka langkah selanjutnya ialah menyiapkan materi apa saja yang akan disampaikan dan bagaimana mengorganisasikan atau mengolah pesan itu sehingga mudah dipahami dan menarik.

3. Wujudkan peningkatan pidato/ceramah

Pidato/ceramah yang disampaikan harus menunjukkan adanya peningkatan dalam artian pidato/ceramah yang disampaikan tidak monoton, akan tetapi tidak juga mengharuskan berpidato menjadi terlalu meledak-ledak dan menggebu-gebu. Perhatikan dan rasakan bagaimana pergantian intonasi dan tekanan kata atau suara, dan bagaimana reaksi atau respons khalayak pendengar.<sup>30</sup>

2.3.3.5 Teknik Penyampaian bahasa oleh seorang Juru dakwah

Menurut Amin Syamsul Munir yang dikutip dalam buku khitabah (*Public Speaking*) dalam retorika, bahwa dalam mengaplikasikan kegiatan retorika khususnya dalam hal berdakwah melalui khutbah maupun pidato harus memperhatikan urgensi penggunaan bahasa yang aplikatif agar dapat menyentuh hati nurani *mad'u* atau *audience*. Penyampaian bahasa oleh seorang juru dakwah harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Informatif, untuk memberikan penerangan dan kejelasan kepada orang lain. dalam hal ini bahasa yang digunakan ialah jelas, mudah dipahami,

---

<sup>30</sup>Idi Subandi Ibrahim *kecerdasan berkomunikasi, Kecerdasan Komunikasi: Seni Berkomunikasi kepada Publik*, h. 101-102.

- disesuaikan dengan tingkat kecerdasan (daya tangkap) *mad'u* nya terutama dalam pemilihan kata, dialek, pribahasa dan sebagainya.
2. Dinamis, untuk mengemukakan tanggapan, pendapat atau ide. Bahasa yang digunakan biasanya muluk-muluk, mampu menarik perhatian dan terkadang bombastis.
  3. Emotif, dimaksudkan untuk memengaruhi sikap dan perilaku *mad'u* nya atau *audience*, sehingga *mad'u* dapat terdorong untuk berbuat dan bertindak sesuai dengan apa yang dianjurkan atau dikatan oleh pembicara. Bahasa yang digunakan tidak terlalu menunjukkan kesan yang bergelora tetapi cukup untuk menimbulkan emosi *mad'u* atau *audience*.
  4. Astesis, dipakai oleh sastrawan-sastrawan dengan maksud menunjukkan keindahan dan hal-hal yang bersifat seni. Bahasa lebih mementingkan bentuk daripada isi. Memilih kata-kata yang baik, bahkan dapat juga disertai dengan sajak.<sup>31</sup>

#### 2.3.3.6 Prinsip-Prinsip dasar Penyampaian yang efektif

Dalam buku *Private and Public Speaking* setidaknya ada tujuh buah prinsip dasar penyampaian sebagaimana yang diberikan oleh White dan Henderlider dalam *Practical Public Speaking* yaitu:

1. Penyampaian yang efektif menggunakan sepenuhnya baik kode yang tampak maupu kode yang terdengar.

Kode yang tampak yang dimaksud disini ialah berupa postur tubuh, gerakan (*body language*), dan ekspresi wajah sedangkan kode yang terdengar yakni berupa

---

<sup>31</sup>Abd. Rahim Arsyad, *Khitabah (Public Speaking): Sebagai Media Kontemporer Ilmu dan Seni Berpidato* (Parepare: Penerbit Buah Pena Publishing, 2014), h. 143-144.

suara. Suara-suara yang dikeluarkan oleh seorang komunikator dapat berupa tekanan-tekanan suara, berupa tinggi-rendahnya suara.

2. Penyampaian yang efektif disesuaikan dengan keseluruhan situasi berbicara

Untuk mengefektifkan sebuah pembicaraan, maka komunikator harus selalu mengingat empat komponen utama dari situasi berbicara yakni; para hadirin, acaranya, pokok pembicaraannya, dan pembicara itu sendiri. Agar komunikator dapat menyesuaikan dirinya dengan para hadirin maka seorang komunikator harus memiliki pengetahuan tentang jenis pendengar yang akan dihadapinya.

Begitupula dengan pokok pembahasan dari sebuah pidato juga mempengaruhi jenis penyampaiannya dikemas dalam bentuk yang sedemikian rupa, misalnya pidato yang memberikan informasi harus disampaikan secara jelas. Lain halnya apabila pidato yang menghibur dapat disampaikan dengan bentuk yang tidak formal dan dengan menggunakan aktivitas-aktivitas yang terlihat dan terdengar.

3. Penyampaian yang efektif adalah jujur

Komunikator yang jujur ialah komunikator yang mampu mempercayai apa yang diucapkannya, nilai-nilai pesan yang diucapkan oleh komunikator memainkan suatu peranan yang penting dalam interaksinya dengan para hadirin. Semakin dikenal komunikator tersebut maka semakin besar pula kredibilitas yang dimiliki oleh komunikator tersebut, yang terdapat antara komunikan dan komunikator.

4. Penyampaian yang efektif adalah sederhana dan tidak dibuat-buat

Seorang komunikator yang baik ialah komunikator yang terlihat sederhana, baik itu dalam tutur kata, tindakan maupun perilaku. Kesederhanaan adalah suatu

milik berharga bagi seorang komunikator. Seorang komunikator yang terlalu percaya diri hanya akan mengundang ketidakpedulian dan kebencian komunikannya. Oleh karena itu, diusahakan pembicara harus menghindari memperlihatkan keangkuhan intelektual dan merasa jauh lebih hebat dari para hadirin.

5. Penyampaian yang efektif harus yakin dan meyakinkan

Seringkali seorang komunikator merasa gugup pada saat akan melakukan ceramah maupun pidato di depan umum. Meskipun merasa gugup sangat penting untuk mendorong diri sendiri utamanya seorang komunikator agar melakukan semaksimal mungkin serta berupaya untuk mengendalikan perasaan tegang maupun rasa gugup itu sendiri. Hal ini dilakukan dengan cara melakukan persiapan yang sempurna, latihan fisik, dan seringkali melakukan pembicaraan di depan umum.

6. Penyampaian yang efektif tidak menarik perhatian kepada dirinya sendiri

Komunikator yang baik sebaiknya menghindari sikap maupun lagak yang mengalihkan perhatian, cara berpakaian yang aneh-aneh, suara yang dibesarkan, agar para hadirin atau *mad'u* hanya tertarik dengan apa yang disampaikan oleh komunikator bukan terhadap apa yang dilakukannya atau apa yang dipakainya.

7. Penyampaian yang baik haruslah bersemangat dan hidup

Komunikator yang efektif sebaiknya diiringi dengan penuh kehidupan dan bersemangat. Hal ini dapat terjadi ketika komunikator percaya pada apa yang

disampaikan oleh diri sendiri dan memiliki keinginan untuk berbagi ceramah maupun pidato dengan komunikan atau *mad'u*.<sup>32</sup>

Khitabah (*Public Speaking*) sebagai seni praktikal adalah kegiatan praktek di lapangan, yakni berupa menyajikan atau menyampaikan khutbah atau pidato di atas mimbar atau di depan massa sesuai dengan kaedah-kaedah dan teori berpidato.

Disisi lain khitabah (*public speaking*) sebagai media dakwah adalah suatu kegiatan berupa ajakan kebaikan yang dilakukan dalam bentuk lisan secara sadar dan terencana dalam usaha untuk mempengaruhi orang banyak agar timbul dalam diri dan jiwanya suatu pengertian berupa kesadaran sikap, penghayatan, serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai bentuk pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur paksaan di dalamnya.<sup>33</sup>

#### 2.3.4 Asrama

Pengertian asrama menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yakni bangunan tempat tinggal bagi orang untuk sementara waktu yang terdiri atas sejumlah kamar, dan dipimpin oleh kepala asrama.<sup>34</sup> Jadi, asrama ialah hunian bagi penghuni yang belum memiliki tempat tinggal untuk sementara waktu dalam hal ini Asrama Ma'had al-Jami'ah IAIN Parepare diperuntukkan bagi mahasiswa baru yakni peserta asrama itu sendiri dan juga pembina asrama.

---

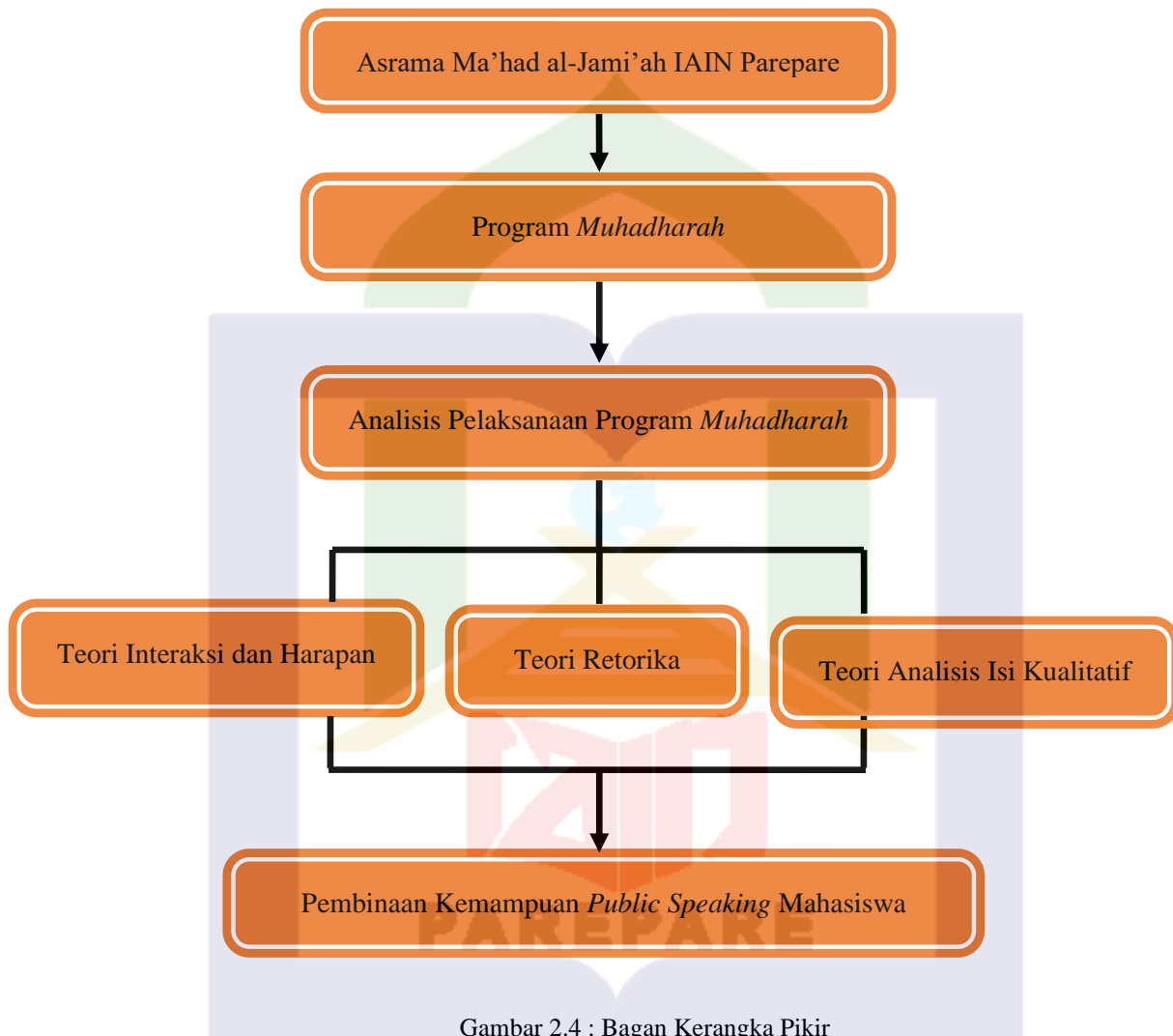
<sup>32</sup>Rustica C. Carpio dan Anacleto M. Encarnacion, *Private and Public Speaking*, ter. A. Rahman Zainuddin, *Private and Public Speaking* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), h. 50-54.

<sup>33</sup>Abd. Rahim Arsyad, *Khitabah (Public Speaking): Sebagai Media Kontemporer Ilmu dan Seni Berpidato*, h. 120.

<sup>34</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, h. 95.

## 2.4 Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir sebagai rujukan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:



Gambar 2.4 : Bagan Kerangka Pikir

Pada Penelitian ini penulis melakukan penelitian di Asrama Ma'had al-Jami'ah IAIN Parepare, dengan mengambil 3 rujukan teori yakni teori retorika, teori interaksi dan harapan, dan teori analisis isi kualitatif. Ketiga teori tersebut diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian, dan sesuai

dengan harapan Asrama terkait dengan pelaksanaan program *Muhadharah* dengan tujuan yang ingin dicapai.

Input dari penelitian ini ialah Mahasiswa (peserta asrama) melaksanakan kegiatan *Muhadharah* dibimbing dan diarahkan oleh pembina Asrama Ma'had al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan harapan agar nantinya mampu menghasilkan output berupa mahasiswa (peserta asrama) dapat melakukan *Public Speaking* dengan baik dan lancar. Di sini penulis melakukan penelitian dengan menganalisis pelaksanaan dari kegiatan *Muhadharah* sebagai bentuk pembinaan kemampuan *public speaking* bagi mahasiswa yang berada di ruang lingkup Asrama Ma'had al-Jami'ah IAIN Parepare.

