PERSATUAN LINGUISTIK MALAYSIA
Bahasa Sendi Tamadun Bangsa

www.plm.org.my

JURNAL LINGUISTIK Vol. 22 (2) Disember 2018 (054-067)

Penerapan Retorik dalam Penyampaian Ceramah Agama

Nor AzuwanYaakob, Zaitul Azma Zainon Hamzah, Normaizura Md Zain
& Syed Nurulakla Syed Abdullah
azuwan@upm.edu.my, zazh@upm.edu.my, nmzmz85@gmail.com & syedakla@upm.edu.my

Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia

Abstrak

Retorik merupakan seni bahasa estetik yang menarik dan digunakan untuk menekankan aspek kesantunan dan keterampilan dengan mengaplikasikan bahasa yang halus dalam berkomunikasi secara lisan ataupun tulisan. Justeru, peranan penceramah agama bukan sahaja untuk membincangkan isu-isu semasa yang dihadapi oleh umat Islam, malahan memberikan penyelesaian yang terbaik untuk setiap masalah yang timbul. Melalui kemahiran berkomunikasi yang berkesan dan penerapan retorik dalam ceramah agama dapat memotivasikan audiens untuk menerima dan mengamalkan nasihat yang disarankan. Kajian ini dilakukan untuk mengenal pasti jenis retorik yang digunakan dalam ceramah agama yang disampaikan oleh tiga orang penceramah popular negara, iaitu Ustaz Azhar Idrus, Ustaz Kazim Elias dan Ustaz Don Daniyal Don Biyajid. Kajian ini juga bertujuan untuk menganalisis jenis retorik yang digunakan oleh ketiga-tiga penceramah tersebut dengan menggunakan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993) sebagai landasannya. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa retorik penceritaan adalah yang paling dominan digunakan, diikuti jenis retorik lain seperti penghujahan, pendedahan, pemujukan, pemerian dan penerangan. Kajian ini juga membuktikan bahawa kesemua penceramah agama tersebut menggunakan unsur retorik yang mencerminkan kemahiran mereka untuk menarik minat orang ramai supaya kekal fokus dan mengikuti ceramah mereka dari mula sehingga akhir.

Kata kunci : Retorik, ceramah agama, kesantunan, keterampilan, landasan

The Application of Rhetorical in Delivery Religious Talk

Abstract

Rhetoric is the interesting art of the use of aesthetic language which can be used to emphasize politeness and self-portray by applying subtle language while communicating verbally or in writing. The role of religious speakers is not only to discuss current issues faced by Muslims, but also to provide the best possible solutions to any problems that may arise. Through effective communication skills and the application of rhetorical devices in religious talks there may be a possibility that the audience are motivated to accept and practice the suggested advices given. This study was conducted to identify the types of rhetoric used in religious talks presented by three popular national speakers; Ustaz Azhar Idrus, Ustaz Kazim Elias and Ustaz Don Daniyal Don Biyajid. This study also aims to analyze the types of rhetoric elements used by the three speakers by applying the Modern Rhetoric Theory proposed by Enos and Brown (1993) as its foundation. The findings of this study indicate that narrative rhetoric is the most dominantly used, followed by other rhetorical types such as submissions, disclosures, sequences, descriptions and explanations. This study also proves that all religious speakers use rhetorical elements that reflect their skills and intelligence to attract people to stay focused and follow their lectures from start to finish.

Keywords: Rhetoric, religious talk, politeness, skill, foundation

---

Pengenalan

Retorik telah menjadi satu alat komunikasi yang penting sejak zaman Yunani lagi. Perkembangan retorik ini terus tersebar sehingga ke zaman Rom, zaman pertengahan, zaman pembaharuan dan zaman moden (Amida Abdulhamid, 2015). Menurut Amida (2015), intipati retorik ialah bahasa. Bahasa pula bermaksud sistem lambang bunyi suara yang digunakan sebagai alat perhubungan dalam lingkungan satu kelompok manusia antara individu dengan individu yang lain, dan sebagainya. Bahasa jugalah yang menjadi medium untuk pemberi atau penyampai maklumat itu untuk menyempurnakan proses retorik (Amida Abdulhamid, 2015).

Perbincangan mengenai retorik ini sebenarnya sudah lama berlangsung, iaitu ketika zaman Plato dan Aristotle lagi. Menurut Plato, retorik ialah seni mempersonakan jiwa, iaitu seni memenangi hati dan jiwa melalui wacana. Aristotle pula menjelaskan retorik sebagai seni memujuk dan berhujah (Raja Masittah Raja Ariffin, 2007). Retorik ini merupakan kemahiran berucap yang lahir secara semula jadi dalam diri seseorang. Hal demikian, kemahiran berucap ini boleh juga dipelajari agar dapat menarik minat dan perhatian khalayak yang mendengar. Tambahan pula, kemahiran berkomunikasi adalah sangat penting kepada seseorang pengucap untuk mempengaruhi orang lain, terutama kepada pendakwah. Ab Aziz Mohd Zin, et al., dalam bukunya yang berjudul '*Dakwah Islam di Malaysia*' (2006) menjelaskan bahawa dakwah adalah usaha perpindahan paradigma umat manusia kepada suatu tahap yang sesuai dengan tabiat semula jadi manusia sebagai hamba ciptaan Allah S.W.T. . Menurut Abdullah dan Ainon (2003:7), "komunikasi yang berjaya adalah komunikasi yang berkualiti". Justeru, penceramah agama perlulah mempunyai kemahiran retorik yang tinggi untuk menarik minat khalayak.

Hal ini seiring dengan kemajuan teknologi maklumat dan komunikasi, yang membolehkan kegiatan dakwah disebarkan melalui media elektronik seperti radio, televisyen dan filem (Amida Abdulhamid, 2015). Selain itu, video dakwah juga turut dimuat naik di laman sosial seperti *YouTube* sehingga melahirkan tokoh penceramah agama popular seperti Ustaz Azhar Idrus, Ustaz Kazim Elias, Ustaz Don Daniyal Don Biyajid, Ustaz Haslin Baharim (Ustaz Bollywood) dan Ustaz Mohd Asri Zainul Abidin. Video ceramah mereka juga telah berjya mencecah satu juta penonton (*Themalaymailonline*, 2015). Menyedari hakikat ini, kajian ini dibuat untuk mengupas keberkesanan elemen retorik yang digunakan oleh tokoh penceramah popular tersebut memandangkan retorik merupakan elemen penting dalam ceramah, lebih-lebih lagi berbentuk keagamaan kerana berkaitan dengan pemujukan dan mampu mempengaruhi pendengar yang seterusnya membantu pula audiens dalam menghayati ilmu yang disampaikan serta berkeupayaan meninggalkan kesan yang mendalam.

Sorotan Literatur

Kajian retorik terhadap ceramah agama giat dilakukan oleh pengkaji tempatan. Antaranya, kajian yang dilakukan oleh Zoriati binti Osman (2005), bertajuk "*Retorik Pujukan : Kajian Kes Ceramah Haji Hadi Awang*". Beliau telah menjadikan lima buah teks ucapan politik Abdul Hadi Awang sebagai bahan kajian. Kajian ini bertujuan untuk mengupas keberkesanan penggunaan bahasa dan kepelbagaian teknik pemujukan yang digunakan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Gary T.Hunt (1987). Antara teknik pemujukan yang digunakan oleh Abdul Hadi Awang adalah seperti teknik pengukuhan, teknik mengumpan sokongan, teknik permintaan tindakan, teknik menakut-nakutkan, teknik membangkitkan semangat, teknik beranalogi sebagai sindiran, teknik humor, teknik penonjolan kesopanan dan teknik penyisian. Hasil kajian menunjukkan bahawa Abdul Hadi Awang telah mengadun pelbagai teknik pemujukan dan aspek kebahasaan dalam ucapan pemujukannya untuk menghasilkan sebuah ucapan politik yang berkesan dan menarik.

Seterusnya, kajian yang dilakukan oleh Norrodzoh Hj. Siren atau Nor Raudah Hj. Siren (2010) pada peringkat pengajian PhD yang berjudul, "*Penulisan Dakwah: Kajian Retorik Terhadap Teks Ucapan Dasar ABIM dan PAS.*" Objektif kajian ini adalah untuk menerangkan mesej dakwah dan penggunaan retorik pembujukan dakwah dalam teks ucapan dasar tokoh pemimpin ABIM dan PAS. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dan kuantitatif. Hasil kajian menunjukkan kedua-dua sampel kajian, iaitu Ustadz Siddiq Fadzil menggunakan pendekatan *Manhaj Malizy* manakala Ustadz Fadzil Noor menggunakan pendekatan *tahalluf Syiasi*. Kajian juga mendapati kedua-dua tokoh agama

ini menggunakan gaya *al-hikmah, maw'izah al-hasanah* dan *al-mujadalah* dalam pembujukan mereka. Terdapat juga kecenderungan penggunaan teknik pembujukan secara *al-mujadalah* oleh kedua-dua tokoh tetapi Siddiq Fadzil cenderung menggunakan pendalilan akli dengan melakukan pentasdikan dalam penghujahannya. Hasil keseluruhan kajian memperlihatkan kemantapan kedua-dua tokoh dalam menghurai permasalahan umat dari perspektif Islam.

Nor Raudah Hj Siren dan rakan-rakan juga pernah membuat kajian terhadap ceramah agama dalam *YouTube,* iaitu "*Penggunaan Retorik Dakwah dalam Ceramah Tuan Guru Nik Abdul Aziz Nik Mat di YouTube*". Kajian ini telah memilih empat buah ceramah secara rawak daripada 10 buah ceramah yang disampaikan oleh Tuan Guru Nik Aziz dalam *YouTube* iaitu pada tahun 2012. Tajuk ceramah yang dipilih adalah "*Zuriat Kita Tanggungjawab Kita*", "*Ceramah Mega-Sempena Konvoi Royalti ke Putrajaya*", "*Ceramah Umum-Sambutan Hari Raya 11 September 2012*" dan "*TGNA-Ceramah Perdana.*" Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif, iaitu menganalisis kandungan terhadap ceramah yang dipilih untuk mengenal pasti retorik pembujukan dakwah yang digunakan oleh Tuan Guru Nik Aziz (TGNA). Dapatan kajian menunjukkan TGNA telah menggunakan retorik *Uslub Bil-Hikmah*, iaitu lembut (ajakan, galakan) dan keras (amaran). Seterusnya, TGNA juga menggunakan retorik *Uslub Bil Maw'izah Al-Hasanah*, iaitu halus (kiasan, penceritaan) dan terus-terang serta pathos (hujah berbentuk emosi)).

Terdahulu, terdapat sebuah kajian lain yang telah ditulis dalam jurnal yang dilakukan oleh Nor Raudah Hj Siren pada tahun 2000. Jurnal ini turut mengaitkan retorik dalam ceramah agama (ucapan dakwah), iaitu bertajuk, "*Retorik Pengucapan Dakwah Ustaz Ismail Kamus*". Dalam kajian ini, konstituen-konstituen asas retorik, iaitu *ethos*, *pathos* dan *logos* yang terdapat dalam ceramah yang disampaikan oleh Ustaz Ismail Kamus telah dibincangkan. Pendekatan yang digunakan oleh Nor Raudah ialah kualitatif, iaitu pengkaji menganalisis kandungan ceramah. Hasil kajian menunjukkan bahawa pengucapan dakwah Ustaz Ismail Kamus mampu memenuhi konsep asas komunikasi retorik yang diperlukan dalam menghasilkan pengucapan yang berkesan dan mantap. Beliau berupaya memanipulasikan ilmu retorik serta menghasilkan impak dalam usaha dakwahnya terhadap masyarakat Islam.

Objektif Kajian

Kajian retorik dalam ceramah agama ini dijalankan bertujuan untuk mengenal pasti jenis retorik yang digunakan dalam ceramah agama dan menganalisis jenis retorik yang digunakan dalam ceramah agama

Bagi menjawab objektif kajian, terdapat dua persoalan kajian, iaitu:

i. Apakah jenis retorik yang terdapat dalam ceramah agama?
ii. Bagaimanakah jenis retorik tersebut digunakan dalam ceramah agama berdasarkan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993)?

Metodologi

Kajian ini menggunakan kaedah penyelidikan kualitatif. Penyelididkan kualitatif membolehkan sesuatu data dianalisis secara deksriptif untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang keadaan tertentu (Creswell, 2002). Analisis kandungan telah digunakan dalam kajian ini untuk memerikan teks secara tekstual dan kontekstual (Asrul & Azuwan, 2015).Sebanyak enam buah ceramah agama telah dipilih berdasarkan persampelan bertujuan. Pensampelan bertujuan adalah teknik yang digunakan secara meluas dalam penyelidikan kualitatif untuk pengenalpastian dan pemilihan kes yang kaya dengan maklumat untuk penggunaan sumber yang terhad (Patton, 2002). Hal ini melibatkan proses mengenal pasti dan memilih individu atau kumpulan individu yang sangat berpengetahuan atau berpengalaman dalam sesuatu bidang Cresswell & Plano Clark, 2011).

Kesemua video ceramah agama ini telah dimuat turun daripada *YouTube* dan ditranskripsi. Kesemua ceramah agama tersebut merupakan ceramah agama yang disampaikan oleh penceramah agama Islam negara yang popular, iaitu Ustaz Azhar Idrus, Ustaz Kazim Elias dan Ustaz Don Daniyal

Don Biyajid. Video ini berdurasi antara 40 hingga 50 minit dan disiarkan antara tahun 2012 sehingga 2013. Berdasarkan matlamat kualitatif kajian ini, video ini dianggap memadai untuk memberi gambaran yang bermakna tentang strategi dan jenis retorik yang digunakan. Hal ini sesuai dengan Norida Berhan & Zulkifley Hamid(2012) yang menyatakan bahawa analisis perbandingan dalam ceramah politik dan agama menggunakan jumlah data yang agak kecil kerana objektifnya bukanlah untuk membuat gambaran umum atau ekstrapolasi, tetapi untuk memahami dan mentafsir. Analisis terhadap transkripsi video dalam kajian ini bergantung kepada Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993).

Prosedur Kajian

Kajian ini dijalankan mengikut tatacara yang terancang, iaitu memberi gambaran tentang proses keseluruhan kajian dan seterusnya dapat membantu melancarkan kajian. Sebelum memulakan kajian, skop kajian ditetapkan terlebih dahulu supaya kajian yang dilakukan mempunyai hala tuju. Teori retorik terdahulu dan kajian lepas dikaji untuk memahami dengan lebih mendalam tentang kajian retorik serta trend terkini selaras dengan perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi. Proses ini telah membantu pengkaji mengenal pasti lompang kajian retorik yang wujud sepanjang proses pembacaan. Hal ini telah menimbulkan beberapa persoalan kajian yang sesuai dan dua objektif telah ditetapkan untuk menjawab persoalan kajian yang wujud.

Pemilihan video yang dimuat turun daripada *YouTube* tidak mengambil masa yang agak lama kerana dalam *YouTube* terdapat penapis (*filter).* Penapis ini berfungsi untuk mendapatkan video yang diinginkan, iaitu video dari tahun 2012 sehingga 2013. Penapis atau penyaring dalam *YouTube* ini juga boleh membantu dalam menetapkan durasi video yang diperlukan. Sebanyak enam buah video berdurasi antara 40 minit hingga 50 minit telah dipilih berdasarkan persampelan bertujuan. Video-video ini mengambil masa yang agak lama untuk ditranskripsikan kerana pelbagai faktor seperti kejelasan sebutan disebabkan oleh faktor dialek yang berbeza, audio yang perlahan, penggunaan bahasa Inggeris dan bahasa Melayu berselang-seli dan jeda percakapan yang laju dan perlahan tidak tentu masa. Namun begitu, hal ini tidak menjadi masalah kerana data yang diperoleh mencukupi apabila sebarang kecelaruan dirujuk kepada penutur dialek tersebut dan kecelaruan yang tidak sahih tidak akan dijadikan sebagai data kajian.

Hasil transkripsi berbentuk teks ini dianalisis dengan teknik analisis kandungan, iaitu mengenal pasti jenis retorik dan menganalisis gaya retorik yang terdapat dalam ceramah agama tersebut. Kemudian, jenis dan gaya retorik yang ditemui akan dimasukkan ke dalam jadual untuk mendapatkan peratusan kekerapan penggunaan jenis dan gaya retorik dalam kajian. Seterusnya, analisis dilakukan secara keseluruhan untuk merumuskan jenis dan gaya berdasarkan Teori Retorik Moden yang telah digunakan.

Kerangka Teori

Kerangka teori akan memperlihatkan satu penjelasan yang luas dan umum tentang perkaitan antara perkara yang dikaji (Sabitha Marican, 2005:50). Menurut Sabitha lagi, ia berdasarkan penjelasan teori sedia ada, iaitu menggunakan kerangka teori untuk menjelaskan teori tentang sesuatu hal yang dikaji. Teori Retorik Moden dijadikan asas untuk kajian ini. Teori ini diperkenalkan oleh Enos dan Brown (1993), iaitu merupakan hasil perkembangan daripada retorik klasik yang dikatakan bermula pada zaman Yunani-Rom.

Terdapat dua bidang retorik seperti yang diperkenalkan oleh Enos dan Brown (1993), iaitu retorik pengucapan dan retorik penulisan. Wacana lisan atau retorik pengucapan ini lebih memfokuskan keterampilan berkomunikasi seperti dalam pengucapan awam. Contoh penggunaanya adalah dalam ucapan, pidato dan syarahan. Matlamat akhir retorik pengucapan ini adalah untuk memberi keyakinan dan mempengaruhi khalayak atau pendengar. Hal ini sedikit berbeza dalam wacana penulisan. Retorik penulisan merupakan penggunaan bahasa yang mempunyai seni atau nilai estetika yang tinggi dalam pelbagai bentuk wacana atau genre tulisan sama ada dalam penulisan kreatif seperti novel, cerpen dan puisi, atau dalam penulisan bukan kreatif seperti esei, teks ucapan, iklan, rencana dan sebagainya.

Retorik sebagai seni dalam penggunaan bahasa telah menggariskan beberapa prinsip berdasarkan Teori Retorik Moden, iaitu:

i. Retorik mempunyai kelainan atau penyimpangan bentuk bahasa. Bahasa retorik tidak berbentuk lurus dan langsung seperti bentuk bahasa biasa. Bahasa retorik itu berwarna-warni dan berbunga-bunga.

ii. Retorik mempunyai kelainan atau penyimpangan dari sudut makna. Gaya retorik tidak mengusulkan makna langsung atau makna literal, atau makna luaran, tetapi lebih mengusulkan makna pragmatik, makna tersirat atau makna sebenar sesuatu ujaran yang difahami berdasarkan jalinan ayat, konteks dan kontekstual.

iii. Retorik bertujuan untuk memberikan kesan yang lebih mendalam. Penggunaan retorik dalam lisan dan tulisan adalah disengajakan dengan tujuan yang lebih mendalam seperti untuk menghaluskan makna, menajamkan rasa dan mempengaruhi khalayak atau pembaca.

iv. Retorik mementingkan estetika terutama dalam pemilihan kata dan penyusunan ayat. Retorik cenderung menggunakan diksi yang bersifat artistik, iaitu mempunyai kehalusan makna dan memperlihatkan elemen kebijaksanaan, kejelasan, keanggunan, kelancaran (fasih) dan keadilan (keyakinan).

v. Pemahaman dan penginterpretasian petanda atau ungkapan retorik memerlukan keupayaan kognitif (berfikir), psikologis, pemahaman sosial dan persekitaran bahasa yang terlibat. Untuk memahami dan menginterpretasikan makna sesuatu ungkapan retorik itu memerlukan pemahaman terhadap set konteks atau semua unsur yang mempengaruhi sesuatu ungkapan atau ujaran. Jika sesuatu makna yang diperoleh berupa makna logik atau makna literal semata-mata, titik kebenaran semantik tidak akan diperoleh.

Teori Retorik Moden digunakan dalam kajian ini untuk menganalisis data retorik yang terdapat dalam ceramah agama.Untuk menjelaskan garis panduan atau struktur yang menghubungkan semua pemboleh ubah atau idea utama yang terlibat dalam kajian ini, maka kerangka konseptual telah dibentuk. Kerangka konseptual ialah satu bentuk kerangka konsep yang menerangkan secara ringkas bentuk kajian, hala tuju kajian, format kajian dan peringkat atau fasa dalam kajian.

Dapatan Kajian dan Perbincangan

Setelah kajian dijalankan terhadap ceramah agama, terdapat enam jenis retorik digunakan dalam ceramah agama, iaitu retorik penceritaan, retorik pendedahan, retorik penerangan, retorik pemujukan, retorik pemerian dan retorik penghujahan.

Jenis retorik yang digunakan dalam ceramah agama

Jadual yang berikut menunjukkan peratusan penggunaan jenis retorik dalam ceramah agama berdasarkan penggunaan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993).

Jadual 1: Peratusan Penggunaan Jenis Retorik dalam Ceramah Agama

Kod Video	UAI 1	UAI 2	UKE 1	UKE 2	UDD 1	UDD 2	**Jumlah**
JenisRetorik							
Pemujukan	8	2	3	7	3	2	25 (14%)
Pemerian	4	3	3	4	3	2	19 (10%)
Penghujahan	2	1	3	3	1	2	12 (7%)
Pendedahan	5	8	12	7	5	6	43 (24%)

Penerangan	5	5	6	6	3	3	28 (16%)
Penceritaan	7	7	13	14	4	6	51 (29%)
Jumlah	31	26	40	41	19	21	**178 (100%)**

Dalam Jadual 1 di atas, keenam-enam video yang telah ditranskripsikan menunjukkan terdapat penggunaan jenis retorik pemujukan, pemerian, penghujahan, pendedahan, penerangan dan penceritaan. Jenis retorik penceritaan merupakan unsur retorik yang paling dominan, iaitu digunakan sebanyak (178) 29% dalam kajian ini. Penceramah menggunakan retorik penceritaan untuk menarik perhatian audiens dengan cara lebih santai dan selesa. Hal ini sesuai dengan Nik Hassan Basri (2007: 145), yang menyatakan bahawa retorik naratif ialah teknik untuk mempersembahkan jalan cerita yang lebih menarik.

Seterusnya, diikuti dengan jenis retorik pendedahan, iaitu (43) 24%. Keraf (1982: 3) menyatakan bahawa retorik pendedahan ialah salah satu bentuk tulisan atau retorik yang berusaha untuk menerangkan dan menghuraikan suatu perkara, yang dapat memperluas pandangan atau pengetahuan seseorang yang membaca huraian itu. Penceramah agama menggunakan retorik pendedahan untuk mendedahkan sesuatu perkara yang berkaitan dengan keagamaan supaya dapat menambahkan dan memperluas pengetahuan audiensnya.

Retorik penerangan dan retorik pemujukan mewakili sebanyak (28)16% dan (25)14% dalam kajian ini. Keraf (2007:3) menyatakan bahawa retorik penerangan ialah suatu bentuk wacana yang menerangkan dengan jelas tentang sesuatu perkara secara lebih mendalam dan terperinci. Retorik penerangan berfungsi untuk memberi penjelasan tentang sesuatu perkara dengan terperinci daripada satu langkah kepada satu langkah yang lain.Retorik pemujukan pula merangkumi bahan-bahan murni dan hakiki yang berpotensi mempengaruhi orang lain (Taquini, 2016: 11).

Kajian ini juga menunjukkan bahawa retorik pemerian digunakan oleh penceramah agama sebanyak (19)10%. Keraf Gorys (1989) mengatakan bahawa retorik pemerian bersifat memberi gambaran tentang suatu hal, keadaan, tempat, peristiwa, atau tingkah laku seseorang dengan jelas sehinggakan audiens seakan-akan merasai sendiri hal yang telah digambarkan. Dalam kajian ini, jenis pemerian biasanya digunakan dalam jenis penceritaan, iaitu memerikan hal atau keadaan sesuatu cerita supaya dapat dirasai sendiri oleh audiens.

Jenis retorik yang terakhir ialah retorik penghujahan, iaitu sebanyak (12) 7%. Retorik penghujahan dapat dijelaskan sebagai penggunaan bahasa yang ringkas, padat serta bernas. Menurut Keraf Gorys (1989), retorik penghujahan merupakan retorik yang berusaha untuk mempengaruhi sikap dan pendapat audiens supaya mereka percaya dan yakin akan kebenaran objek yang dijadikan topik. Semakin banyak fakta yang digunakan, semakin kuat kebenaran akan dicapai.

Analisis jenis retorik yang digunakan dalam ceramah agama berdasarkan Teori Retorik Moden (1993)

Retorik Penceritaan (Naratif)

Retorik penceritaan merupakan sebuah retorik yang menceritakan kisah dan peristiwa. Retorik jenis ini disampaikan dalam dua persona, iaitu secara peribadi dan oleh orang ketiga, iaitu peribadi menggunakan ganti nama diri seperti saya, kami atau aku. Manakala orang ketiga menggunakan ganti nama diri seperti dia, mereka atau Ali. Ada juga yang menjadikan retorik jenis penceritaan sebagai kandungan utama. Penceritaan merupakan satu bentuk penyampaian dalam bentuk tulisan dan lisan serta mempunyai ciri bahasa tersendiri dan kronologi peristiwa. Menurut Nik Hassan Basri Nik Ab. Kadir (2007 : 145), retorik penceritaan merupakan satu teknik atau cara yang dipilih oleh pencerita atau penulis untuk membina atau menyampaikan sesuatu cerita agar cerita atau kisah dikemukakan itu lebih menarik dan tidak membosankan audiens. Antaranya strategi penceritaan adalah seperti dialog, monolog dan pemerian.

Jadual 2: Penggunaan Retorik Penceritaan

VIDEO	RETORIK PENCERITAAN
UAI 1 (a)	*Masa imam Haramain masa kecik. Masa kecik lagi imam Haramain ni, tok guru imam Ghazali. Anak murid hebat dah, tok guru lagi hebat tapi imam Haramain ni, tok guru imam Ghazali masih baru masih kecik lagi, dia telah disusukan oleh ibu dia. Satu hari dengan susu jiran dia. Jiran dia ni dia punya makan, laki dia ternak lembu. Lembu ini pergi makan rumput orang. Jadi lembu makan rumput orang, lembu ni dijual beli oleh suami dia dapat duit bagi kat bini makan. Bini dia ni sudah ada susu sebab ada anak kecik bagi jugak susu kat imam Haramain. Bila ayah imam Haramain balik dia mengamuk dengar imam Haramain telah minum susu jiran dia. Dia punya suami bela lembu tapi lembu makan rumput orang. Nampak? Dia punya jaga. Ayah dia ambik imam Haramin, pegang kaki angkat kepala ke bawah jolok budak tu sampai muntah keluar habis isi perut. Dia tak nak benda yang syubhah padahal bukan haram, syubhah sahaja sebab tu jadi imam Haramin.*
UKE 1 (a)	*Cuba tuan-tuan tengok Abdullah bin Mas'ud, orangnya kurus. Bila Nabi kata siapa yang boleh panjat pokok kurma tu? Boleh kita sama-sama makan. Berebut orang nak panjat pokok kurma. Sebab nak bawa kurma turun nak bagi Nabi makan. Yang panjatnya siapa? Abdullah bin Mas'ud. Bila Abdullah panjat, diselaknya kain dia. Bila selak kain nampak ketingnya halus sahaja. Yang di bawah ini pakat gelak. "Kecil gila." "Kurus gila". Digelak-gelaknya Abdullah bin Mas'ud. Nabi kata walaupun kakinya kecil dan kurus, tetapi kakinya itu di hari kiamat lebih berat daripada gunung Uhud kerana kaki itulah yang berjihad fisabilillah. Lebih berat daripada dua gunung Uhud. Ini namanya jiwa besar. Maknanya kita berkorban untuk agama mengikut kedudukan kita. Mengikut kedudukan.*

Jadual 2 di atas menunjukkan contoh petikan yang menggunakan retorik penceritaan. UAI 1 (a) menggunakan retorik penceritaan untuk menceritakan Imam Haramain sewaktu kecil telah diberi minum susu lembu oleh jirannya. Lembu itu pula dikatakan telah makan rumput milik orang lain tanpa kebenaran. Hal ini telah menimbulkan keraguan kepada ayah Imam Haramain lalu dia menjolok tekak anaknya sehingga muntah. Hal ini dapat diperlihatkan dalam petikan, iaitu:

> *"...Ayah dia ambik imam Haramin, pegang kaki angkat kepala ke bawah jolok budak tu sampai muntah keluar habis isi perut. Dia tak nak benda yang syubhah padahal bukan haram..."*

Terdapat unsur penegasan dalam penceritaan tersebut apabila, ayah Imam Haramain amat menjaga pemakanan anaknya walaupun hukumnya masih lagi samar-samar (*syubhah)*. Retorik jenis ini boleh memberikan kesedaran sekali gus menjadikan ceramah yang disampaikan menarik. Petikan ini selaras dengan prinsip retorik yang ketiga, iaitu telah memberikan kesan yang begitu mendalam kepada audiens. Audiens akan lebih peka dalam perkara halal dan haram.

Dalam UKE 1 (a), retorik penceritaan dapat dikesan dalam frasa, "...*Cuba tuan-tuan tengok Abdullah bin Mas'ud*, *orangnya kurus*...." Cerita ini adalah tentang Abdullah bin Mas'ud yang mempunyai fizikal yang kurus dan keting yang kecil tetapi berjiwa besar apabila membantu Nabi Muhammad S.A.W. mendapatkan buah kurma dengan memanjat pokok itu. Walaupun diketawakan oleh sahabat Nabi Muhammad S.A.W. yang lain, Abdullah bin Mas'ud tetap juga memanjat dan ditegur oleh Nabi bahawa, "...*walaupun kakinya kecil dan kurus, tetapi kakinya itu di hari kiamat lebih berat daripada gunung Uhud kerana kaki itulah yang berjihad fisabilillah*. *Lebih berat daripada dua gunung Uhud...."* Di sini, memerlukan keupayaan kognitif dan pemahaman sosial daripada audiens seperti dalam prinsip retorik penerangan, iaitu kisah tersebut boleh dijadikan inspirasi dan diteladani untuk membentuk jiwa yang besar. Audiens tidak boleh menjadikan kekurangan sebagai satu alasan untuk berkorban terhadap agama.

Retorik Pendedahan (Eksposisi)

Retorik pendedahan atau eksposisi bertujuan untuk memindahkan idea atau maklumat daripada seseorang kepada khalayak dengan berkesan. Selain itu, retorik pendedahan juga bertujuan untuk mendedahkan sesuatu isu dan sesuai digunakan untuk menjelaskan konsep, pandangan, cadangan, proses, menginterpretasi peristiwa, menganalisis masalah sosial dan isu politik; menghuraikan hasil kajian, menerangkan konsep dan definisi atau sejarah sesuatu dengan menggunakan mana-mana teknik seperti deduktif, induktif atau analogi. Tiga prinsip utama dalam retorik pendedahan adalah seperti, (i) penghasil wacana mesti pakar dalam subjek yang diperkatakan; (ii) khalayak tidak faham akan subjek; dan (iii) subjek yang dibicarakan tidak kontroversi iaitu tidak akan mencetuskan perbezaan pendapat. Retorik jenis ini dapat dijelaskan dalam Jadual 3 di bawah:

Jadual 3: Penggunaan Retorik Pendedahan

VIDEO	RETORIK PENDEDAHAN
UAI 1 (a)	*Allah S.W.T berfirman "Ku anfusakum Wa ah likum na ra" yang ertinya "Hendaklah kamu para suami atau orang yang nama ayah jaga diri kamu dan anak bini kamu daripada api neraka Allah". Ayat ini pendek sahaja, tapi ditafsirkan oleh ulama panjang lebar. Siapa sahaja pun yang bernama manusia dia kena jaga diri dia daripada api neraka. Cuma pada ayat ini lebih khusus 'Qu' ini kamu sekalian suami dan sekalian yang bernama ayah. Kamu jaga dirimu, anakmu, jaga binimu daripada api neraka. Maksudnya bukan jaga makan minum tapi mu jaga jangan bagi mu dan anak bini mu masuk neraka. Jawapan mudahnya tak mahu masuk neraka, taat pada agama. Pendek-pendek mudah cakap. Taat agama maka selamat akhirat. Yang kita nak pada tajuk malam ini bertuah. Bukan nak anak dan isteri sahaja bertuah, suami, ayah jugak bertuah.*
UDD 1 (b)	*Tadi Ustaz Anuar baca surah Mariam. Muka surat balik kiri tu. Dalam tu formula Allah bagi dah. Siti Mariam duduk seorang nak melahirkan anak, sakit. Dia kata sakit nak melahirkan anak ni. Pasal tu dia lari dia pi pegang pokok kurma. Allah kata goncang pokok kurma. Nanti jatuh kurma. Bawah kamu ada sungai. Makan kurma dan minum air bersih. Untuk apa? Memudahkan melahirkan anak.*

Dalam UAI 1 (a), retorik pendedahan digunakan untuk mendedahkan tanggungjawab seorang suami dan ayah kepada keluarganya, iaitu dalam frasa, "*..kamu sekalian suami dan sekalian yang bernama ayah...*". Perkara yang ditekankan ialah ketaatan kepada agama, iaitu dapat dikesan dalam frasa, "*...tak mahu masuk neraka, taat pada agama."* Hal ini sekali gus mengingatkan golongan suami supaya menitikberatkan soal agama dalam mendidik keluarga. Seterusnya, UDD 1 (b) menggunakan retorik pendedahan untuk mendedahkan cara mudah untuk melahirkan anak berdasarkan surah Mariam. Hal ini boleh dikesan dalam frasa, "*...Allah kata goncang pokok kurma. Nanti jatuh kurma. Bawah kamu ada sungai. Makan kurma dan minum air bersih..",* iaitu dengan memakan kurma dan minum air putih. Kedua-dua petikan tersebut amat bertepatan dengan prinsip retorik ketiga, iaitu memberi kesan yang lebih mendalamyang bertindak untuk mempengaruhi khalayak atau pembaca.

Retorik Penerangan

Retorik penerangan bertujuan untuk memberikan penerangan mengenai sesuatu perkara dengan terperinci dan tersusun daripada satu langkah kepada satu langkah yang lain. Hal ini disokong oleh Moeliono (1989:683) yang menyatakan bahawa retorik penerangan amat menekankan aspek pemilihan diksi yang tepat, bernas dan bermakna, iaitu dimulai dengan satu kaedah kepada satu kaedah yang lain. Terdapat beberapa maklumat yang sering disampaikan dengan menggunakan retorik jenis ini, iaitu maklumat mengenai cara memasak, memasang mesin dan mengendalikan peralatan komputer.

Jadual 4: Penggunaan Retorik Penerangan

VIDEO	RETORIK PENERANGAN
UAI 1	Jangan kata "kamu berat kamu kahwin, kamu tak tanggungjawab aku tak pa aku tak kahwin''. Tidak sedar kamu pun ramai jugak anak tangan, mata, mulut, telinga, kaki, kemaluan semua akan ditanya. Makna ada orang yang buat dosa tangan ada neraka, buat dosa mata ada neraka, dosa kaki ada neraka. Tujuh neraka, tapi kebanyakannya neraka dengan sebab tujuh anggota. Mata, lidah, perut, telinga, kemaluan, kaki, tangan. Kaki buat dosa, tangan buat dosa, mata buat dosa. Yang lain jarang buat dosa. Jarang kita buat dosa dengan ketiak. Atau buat dosa dengan lutut. Jarang buat dosa dengan lutut. Nak jamah orang perempuan biasa jamah dengan tapak tangan. Mata melihat, mata masuk neraka, nampak? Jadi walaupun kita sebatang tubuh tak ada anak bini, kita kena jaga jugak.

Jadual 4 menunjukkan contoh penggunaan retorik penceritaan dalam kedua-dua video Ustaz Azhar Idrus. UAI 1 menjelaskan penggunaan retorik penerangan, iaitu dalam frasa, "*...Mata, lidah, perut, telinga, kemaluan, kaki, tangan. Kaki buat dosa, tangan buat dosa, mata buat dosa...".* Turut diterangkan ialah sebab neraka ada tujuh, iaitu dengan adanya tujuh anggota seperti mata, lidah, perut, telinga, kemaluan, kaki dan tangan. Walaupun boleh ditafsirkan sebagai kiraan secara kebetulan, tetapi penerangan mengenai tanggungjawab manusia menjaga tujuh anggota tersebut dengan baik dapat memberikan impak yang berkesan. Apatah lagi tujuh anggota tersebut boleh mengheret manusia ke neraka jika tidak dijaga dengan baik. Hal ini memerlukan keupayaan kognitif audiens, pemahaman sosial dan persekitaran bahasa yang terlibat yang seterusnya memenuhi prinsip retorik kelima.

Retorik Pemujukan (Persuasif)

Retorik pemujukan atau persuasif menggunakan bahasa pujukan untuk mempengaruhi pemikiran dan keyakinan orang lain supaya mempercayai sesuatu yang diperkatakan. Adler dan Rodman (2000: 404) menyatakan bahawa retorik pemujukan menampilkan satu usaha pemujukan untuk memotivasikan seseorang melalui komunikasi untuk menukar kepercayaan, sikap dan tingkah laku. Hal ini bertepatan dengan Corbett (1971) yang menyatakan retorik pemujukan membawa kepada perubahan sikap dan tingkah laku dengan kerelaan sendiri.

Jadual 5: Penggunaan Retorik Pemujukan

VIDEO	RETORIK PEMUJUKAN
UAI 1	*Cuma bila tak pakai tudung beri pakai tudung, yang kain koyak kita tutup dengan benang biar tak nampak punggung dia, yang kain ketat biar jadi longgar, anak-anak yang suka benda-benda yang karut, kita larang dan sebagainya. Dan mula walau tak banyak seminggu sekali bawa anak bini paksa dia dalam majlis ilmu. Lama-lama dia akan terbiasa walaupun hati tidak suka tapi bila sudah terbiasa hati tidak suka tetap masuk dalam telinga. Tak dapat seribu patah perkataan ulamak satu sudah cukup umpamanya sebagai kekuatan yang akan memantapkan hidup anak isteri kita. Bila anak isteri kita bertuah maka kita pun bertuah. Insya-Allah.*
UKE 1	*Kita nak jadi hebat kita kena rasa kita adalah yang terbaik. Bila kita yang terbaik, kita akan jadi hebat. Inilah yang dibawa Islam. Al Islam mu ya'lu wala yu'la alaih. Islam adalah yang tertinggi dan tidak ada satu pun yang tertinggi lebih daripada Islam.*

Ustaz Azhar Idrus seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 5 di atas telah menggunakan retorik pemujukan untuk memujuk, mempengaruhi fikiran dan tingkah laku seorang suami supaya

memberikan pakaian yang menutup aurat kepada anak dan isteri, seperti yang dikesan dalam frasa UAI 1, "*...cuma bila tak pakai tudung beri pakai tudung, yang kain koyak kita tutup dengan benang biar tak nampak punggung dia*, *yang kain ketat biar jadi longgar...*". Seterusnya, frasa; "*...dan mula walau tak banyak seminggu sekali bawa anak bini paksa dia dalam majlis ilmu...*" menjelaskan bahawa penceramah menyeru golongan suami supaya membawa isteri dan anak-anak ke majlis ilmu agar dapat memantapkan kekeluargaan. Lebih menarik lagi, terdapat pemujukan bermotivasi apabila penceramah memberikan hasil daripada daripada perubahan tersebut akan membuatkan seseorang suami itu bertuah yang boleh dikesan melalui frasa, "*...Bila anak isteri kita bertuah maka kita pun bertuah insya-Allah...*". Berdasarkan petikan video UAI 1, prinsip retorik yang kedua, iaitu mempunyai kelainan atau penyimpangan dari sudut makna. Gaya retorik ini lebih mengusulkan makna pragmatik.

Seterusnya dalam UKE 1, frasa, "...kita *nak jadi hebat kita kena rasa kita adalah yang terbaik...*" memperlihatkan penggunaan retorik pemujukan untuk membangkitkan semangat dan memberikan motivasi kepada audiens agar sentiasa positif dan menganggap diri sendiri ialah yang terbaik jika mahu menjadi seorang insan yang hebat. Retorik pemujukan ini mampu mengubah emosi audiens dengan memberikan kata-kata semangat serta bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat yang menganggap Islam itu lemah kepada pemikiran yang lebih positif. Pemilihan diksi 'hebat' dan 'terbaik' merupakan satu elemen kebijaksanaan dan keyakinan seperti yang terdapat dalam prinsip retorik keempat.

Retorik Pemerian

Retorik pemerian atau deskriptif digunakan untuk menyampaikan dan mengukuhkan sesuatu maklumat atau ilmu baru yang sedia ada.Teknik ini ialah teknik mengolah sesuatu idea atau fakta secara jelas, terperinci dan tepat. Retorik pemerian digunakan untuk memberkan kefahaman kepada audiens dan secara tidak langsung memberikan audiens merasai atau mengalami sesuatu objek atau perkara yang dibincangkan. Contoh penggunaan retorik pemerian yang dikesan adalah seperti dalam Jadual yang berikut:

Jadual 6: Penggunaan Retorik Pemerian

VIDEO	RETORIK PEMERIAN
UAI 1 (a)	*Jadi kalau kahwin dapat anak ada bini kemudian tidak diberi apa yang sepatutnya nafkah maka orang ini susah di akhirat nanti, dia kata saya beri dah nafkah saya beri RM 2000 sebulan, awak gaji berapa? Saya gaji RM2300 sebulan, nampak? gaji 2300, 2000 bagi kat bini 300 tinggal. Itu Pegawai Tadbir, jadi dia kata saya beri nafkah, saya beri rumah, saya beli rumah RM18000, bayar cash dan sebagainya. Itu nafkah zahir, nafkah batin makanan jasmani makanan rohani, kamu bagi bini kamu makan nasi kamu tak bagi bini kamu makan akidah, mana makanannya? Bila lapar akidah tak dak, maka masuk akidah songsang masuk benda-benda syirik pasal mesti diisi rohani kita. Mulut makan capati dalam hati ni kita nak kepada akhlak nak kepada tauhid kepada aqidah dan seumpamanya.*
UKE 2	*Saya pergi rumah sahabat saya di Jeddah. Rumahnya kotak. Rumah orang Arab. Mananya bersegi-segi macam kita. Semuanya kotak belaka. Tapi bila masuk ke dalam rumahnya. Masya-Allah*. Subhanallah. Saya ambil *handphone* saya ambil gambar tuan-tuan. Minta izin ye Hajjah, saya nak ambil gambar.. Saya nak bawa balik kat rumah. Suruh isteri saya buat macam ini. Cantik *giler* tuan-tuan. Masyallah.. Tingkap bukannya ada orang Arab. Orang Arab tingkap *kurang. Orang putih tingkap banyak, orang Arab tingkap takde. Aircond saja-saja. Tapi hiasan Subhanallah. Masyaallah... cantiknya. Suami yang penat tuan-tuan bila masuk lagu tu memang hilang penat dia.*

Dalam UAI 1 (a), retorik pemerian telah digunakan untuk memerikan hal berkaitan dengan nafkah. Pemerian ini boleh didapati dalam frasa, "*...Saya gaji RM2300 sebulan, nampak*? *Gaji 2300, 2000 bagi kat bini 300 tinggal*. *Itu Pegawai Tadbir, jadi* dia *kata saya beri nafkah, saya beri rumah, saya beli rumah RM18000, bayar cash (tunai) dan sebagainya...",* iaitu memerikan perbelanjaan seorang suami yang mempunyai gaji RM 2 300 sebulan. Suami ini telah menunaikan tanggungjawab memberi nafkah kepada isterinya sebanyak RM 2 000 dan rumah yang bernilai RM 180 000. Pemerian angka atau nombor ini disanggah dengan satu persoalan, iaitu nafkah batin yang berkaitan dengan jasmani dan rohani seperti dalam petikan ini, *"...Itu nafkah zahir, nafkah batin makanan jasmani makanan rohani, kamu bagi bini kamu makan nasi; kamu tak bagi bini kamu makan akidah, mana makanannya?".* Penggunaan retorik pemerian ini sangat sesuai dengan budaya hidup masyarakat sekarang yang mementingkan hal duniawi semata-mata, iaitu walaupun ketua keluarga mempunyai keupayaan menyediakan nafkah zahir kepada isteri, tetapi belum tentu mampu menyediakan nafkah batin yang memenuhi keperluan jasmani dan rohani. Pemerian ini sangatlah diperlukan untuk menyedarkan dan memberikan kesan yang mendalam kepada audiens.

UKE 2 pula menggunakan retorik jenis ini untuk memerikan atau memberikan gambaran rumah temannya di Jeddah yang digambarkan sebagai sebuah rumah yang dihias dengan begitu cantik dan selesa seperti yang terdapat dalam petikan:

> *"...Rumahnya kotak. Rumah orang Arab. Mananya bersegi-segi macam kita. Semuanya kotak belaka. Tapi bila masuk ke dalam rumahnya. Masya-Allah. Subhanallah...".*

Berdasarkan makna pragmatik, retorik pemerian ini digunakan untuk memberikan kesan yang mendalam kepada kaum wanita yang hadir dalam ceramah tersebut supaya menjaga dan menghias rumah agar suami yang pulang berasa tenang dengan keadaan rumah tersebut. Teknik pemerian seperti ini sangat menarik perhatian golongan ibu yang gemar menghias rumah dan boleh mempengaruhi tindakan mereka. Hal ini memberikan kesan yang mendalam serta mampu membangkitkan perasaan untuk menjadi wanita yang hebat dalam rumah tangga sesuai dengan prinsip retorik ketiga.

Retorik Penghujahan

Retorik penghujahan mempunyai matlamat untuk meyakinkan pembaca terhadap kewajaran sesuatu perkara dan seterusnya bersetuju dengan perkara tersebut. Dua ciri utama retorik penghujahan ialah penulisan itu perlu mempunyai gagasan atau usul dan harus disertakan dengan bukti. Retorik ini kebiasaannya digunakan dalam perbahasan, perdebatan, pembicaraan, forum dan juga penulisan yang bersifat akademik. Retorik penghujahan merupakan salah satu cara untuk menunjukkan kebenaran pendapat sama ada menentang, menyokong atau menunjukkan sikap berkecuali. Kebenaran yang hendak ditunjukkan itu haruslah mempunyai fakta atau bukti yang konkrit dan tidak sekadar berasaskan emosi sahaja. Contoh retorik penghujahan yang ditemui dalam kajian adalah seperti yang berikut:

Jadual 7: Penggunaan Retorik Penghujahan oleh Ustaz Kazim Elias

VIDEO	RETORIK PENGHUJAHAN
UKE 2	*Di antara keajaiban, di antara keistimewaan, di antara kehebatan, di antara tanda-tanda kekuasaan Allah dijadikan kita ni berpasang-pasangan. Ada pasang kita. Dan pasangan kita tu kita tak pernah sangka yang dia tu pasangan kita. Kita lahir ke dunia dulu mana kita tau itu isteri kita. Kita tak pernah sangka itu isteri. Ya.. Padahal pergi sekolah naik basikal. Berselisih ya.. Pergi kerja naik lif turun lif sekali ja. Tiba-tiba boleh duduk life sekali pulak. Kehidupan manusia itu berbeza. Kadang-kadang ia menjadikan pasangan hidup kita adalah orang yang paling kita benci. Kita paling benci dekat dia. Geram ustaz oi, suka mengorat kita. Sembilan anak dah dengan orang yang geram tu. Padahal dia tu lah yang paling kita tak suka. Sebab tu la akak-akak jangan dok benci sangat dekat orang. Ya, kadang-kadang yang tu lah yang kita*

dok hambat kat dia. Yang kita dok kejar dekat dia. Kadang-kadang yang jadi suami kita yang jadi isteri kita ini ialah orang yang jauh. Yang tak pernah kita duga. Kita asalnya orang Gombak. Tak pernah langsung pergi ke Afrika.

Jadual 7 di atas menunjukkan penggunaan retorik penghujahan yang menggunakan teknik deduksi, iaitu dimulai dengan isi pokok, huraian dan contoh. Isi pokok dapat dikesan dalam frasa, *"...Di antara keajaiban, di antara keistimewaan, di antara kehebatan, di antara tanda-tanda kekuasaan Allah dijadikan kita ni berpasang-pasangan...."* Hal ini bermaksud manusia itu begitu istimewa apabila Allah menjadi mereka berpasang-pasangan. Isi pokok ini dihuraikan dengan pemerian kehidupan manusia yang tidak pernah tahu siapa yang menjadi pasangan hidup kita. Contohnya, dialog seorang wanita yang tidak suka diganggu yang akhirnya berkahwin dengan orang yang diganggu itu menjelaskan realiti kehidupan sekarang. Retorik penghujahan digunakan untuk mengukuhkan hujah supaya mempercayai keajaiban dan kekuasaan Tuhan yang seterusnya mengubah persepsi supaya tidak membenci orang dengan sewenang-wenangnya. Retorik penghujahan yang juga dikenali sebagai pemujukan rasional atau intelek ini boleh mempengaruhi audiens secara tidak langsung. Petikan ini juga merujuk kepada penggunaan prinsip retorik moden yang kelima, iaitu memerlukan keupayaan pemahaman kognitif, psikologis, sosial dan persekitaran.

Kesimpulan

Keseluruhannya, dapat disimpulkan bahawa retorik itu merupakan seni berbahasa yang mampu mempengaruhi audiens secara semula jadi mahupun dipelajari. Kajian ini telah membuktikan bahawa melalui analisis unsur retorik dalam ceramah agama telah memperlihatkan implikasi umum bahawa retorik harus dikuasai oleh pendakwah untuk melahirkan suatu kualiti ceramah atau dakwah yang mampu memberikan kesan dan impak yang besar kepada audiens. Analisis terhadap jenis retorik telah memperlihatkan implikasi kewujudan kepelbagaian dalam corak penyampaian ceramah agama. Ceramah ini menggunakan pelbagai jenis retorik seperti penceritaan (naratif), pendedahan (eksposisi), pemerian (deskriptif), pemujukan (persuasif), penghujahan dan penerangan. Jenis retorik yang paling banyak digunakan ialah retorik penceritaan dan diikuti oleh retorik pendedahan. Dalam sesebuah ceramah agama, sesuatu pendedahan itu kebiasaannya akan diikuti dengan sebuah cerita yang membantu audiens untuk lebih memahami berdasarkan contoh penceritaan tersebut. Jenis retorik penceritaan menampilkan dialog, monolog dan pemerian mengenai sesuatu watak, latar belakang, dan plot cerita. Jenis retorik yang paling sedikit digunakan adalah retorik penghujahan kerana dalam sesuatu ceramah agama yang popular, jenis retorik penghujahan tidak begitu perlu digunakan secara acap kali. Hal ini boleh mendatangkan kebosanan kepada audiens kerana penyampaiannya yang sarat dengan fakta dan berat untuk diterima dalam suatu jangka masa yang lama (40 hingga 50 minit). Namun begitu, kepelbagaian ini penting untuk melahirkan ceramah agama yang mampu menambat hati audiens dan seterusnya mengubah pemikiran mereka secara tidak langsung. Selain itu, kepelbagaian corak penyampaian ini juga sering dikaitkan dengan keupayaan, kredibiliti dan pengetahuan penceramah dalam menyampaikan ilmu agama atau dakwah kepada audiens berdasarkan pengalaman dan kebolehan untuk menerangkan sesuatu (*ethos*).

Rujukan

Ab Aziz Mohd Zin, Nor Raudah Hj.Siren, Yusmini Md Yusoff & Faridah Mohd Sairi. (2006). *Dakwah Islam di Malaysia*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.

Abdullah Hassan & Ainon Mohd. (2003). *Komunikasi untuk Pemimpin*. Bentong: PTS Publications & Distributor Sdn. Bhd.

Adler, Ronald B. & Rodman, George. (2000). *Understanding Human Communication Edisi-7*. New York: Harcourt College Publishers.

Amida Abdulhamid. (2015). *Retorik: Yang Indah Itu Bahasa*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Anton Moeliono. (1989). *Kembara Bahasa, Kumpulan Karangan Tersebar*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.

Asrul Azuan Mat Dehan & Nor Azuwan Yaakob. (2015). Teknik Retorik dalam Novel Salina Karya A. Samad Said. *International Journal Language Education and Applied Linguistic,* 49-59. Dicapai pada 20 Disember, 2015, daripada http://ijleal.ump.edu.my/

Asrul Azuan Mat Dehan, Nor Azuwan Yaakob & Nik Fazrul Azri Nik Azis. (2017). Penerapan Retorik Gaya Skema dalam Pengkaryaan Novel Salina. *Journal of Business and Social Development, Vol. 5 (1).* 60-78.

Corbett, Edward P.J. & Connors, R. J. (1999). *Classical Rhetoric for the Modern Student (4th ed.)*. New York: Oxford University Press.

Corbett, Edward P.J. (1971). *Classical Rhetoric for the Modern Student. Edisi 2*. New York: Oxford University Press.

Corbett, Edward P.J. (1982). *The Little Rhetoric and Handbook*. Glanview, Ill: Scott, Foresman.

Corbett, P. J. & Connors, R. J. (1998). *Classical Rhetoric for the Modern Student*. New York: Oxford University Press.

Cresswell JW, Plano Clark VL. (2011). Designing and Conducting Mixed Method Research. Thousand Oaks, United States : SAGE Publications Inc.

Creswell, J. W. & Maietta, R. C. (2002). Qualitative Research. *Handbook of Research Design and Social Measurement*, *6*, 143-184.

Creswell, J. W. (2005). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research.* Upper Saddle River, NJ: Pearson.
A*mong Five Approaches*. New York: Sage Publications.

Enos T. , Brown S. C. (1993). *Defining the New Rhetorics*. New York: Sage Publications.

Gary T. Hunt. (1987) *Perucapan Umum*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka. (terjemahan oleh Asiah Sarji, Mohd. Nordin Sarji).

Husna Hidayah Mansor, Nor Azuwan Yaakob & Zaitul Azma Zainon Hamzah. *(2018). Retorik Pemerian dalam Ceramah Agama. International Journal of the World and Civilisation*, 6 (2), 29-38.

Keraf Gorys. (1982). *Deskripsi dan Eksposisi*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.

Keraf Gorys. (1989). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.

Keraf Gorys. (2007). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Muhammad Mazlan Abu Bakar & Zaitul Azma Zainon Hamzah. (2016). Retorik Pembangunan Sosioekonomi Masyarakat Dalam Laporan Media Cetak. *Jurnal Linguistik, Vol.20 (1).* 10-25.

Nik Hassan Basri Nik Ab.Kadir. (2007). Kewajaran Pengajaran Komsas dalam Bahasa Melayu. *Jurnal Peradaban Melayu*. 5.

Noorodzoh Hj. Siren. (2010). PenulisanDakwah: Kajian Retorik TerhadapTeks Ucapan Dasar ABIM dan PAS. *Tesis PhD*. Universiti Malaya.

Nor AzuwanYaakob. (2005) *Penulisan kewartawanan Melayu: kajian retorik*

terhadap kandungan akhbar BeritaHarian (1957-1999). Tesis PhD. Universiti Malaya.

Nor Raudah Hj Siren, Badlihisham Mohd Nasir&Monika@ Munirah Abd Razzak. (2015). *Penggunaan Retorik Dakwah dalam Ceramah Tuan Guru Nik Abdul Aziz Nik Mat di YouTube* dlm. Yusmini Md Yusoff et.al (pnyt.) Isu- isu Semasa Media dan Dakwah, 73-88. Universiti Malaya: Akademi Pengajian Islam

Nor Raudah Siren. (2000). Retorik Pengucapan Dakwah Ustaz Ismail Kamus. *Jurnal Akidah dan Pemikiran Islam, 1(1),* 197-205.

Norida Berhan & Zulkifley Hamid. (2012). Retorik Gaya dalam Membentuk Karakter Bangsa. *Jurnal Linguistik*, *15,* 1-16.

Patton MQ. (2002). Qualitative research and evaluation methods. Thousand Oaks, United States : SAGE Publications Inc.

Raja Masittah Raja Ariffin. (2007). Retorik Politik Kata-kata Sakti Pemujukan. *Dewan Bahasa,* Januari, 24-26.

Sabitha Marican. (2005). *Kaedah Penyelidikan Sosial. Edisi Pertama.* Petaling Jaya: Prentice Hall Pearson Malaysia.

Siti Norasikin Mohd Khalidi & Nor Azuwan Yaakob. (2018). Bahasa Figuratif sebagai Wahana Penjelasan Unsur Emotif. *Journal of Management & Muamalah*, vol 8, (1), 3-19.

Taquini, R. G. (2016). The Consumer-to-Consumer Persuasion: Application of Rhetorical Appeals in Consumer's Reviews. *Tesis Master Sains*. University of Twente.

Video Lima Ustaz Popular di YouTube Mencecah lebih 1,000,000 Penonton. (2015). Dicapai pada Disember 26, 2016, daripada http://www.themalaymailonline.com/print/projekmmo/berita/video-ustaz-popular-di-youtube-mencecah-1000000-juta-penonton

Zoriati Osman. (2005). Retorik Pujukan : Kajian Kes Ceramah Haji Hadi Awang. *Tesis Sarjana Sastera*, Universiti Malaya.