

# **RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI MEDIA YOUTUBE**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat  
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**Albet Apriansah**

**Npm :1741010107**

**Jurusan: Komunikasi Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2023 M**

# **RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI MEDIA YOUTUBE**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat  
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**Albet Apriansah**

**Npm :1741010107**

**Jurusan: Komunikasi Penyiaran Islam**

**Pembimbing I : Dr. Jasmadi, M.Ag**

**Pembimbing II : Bambang Budi W.,M.Ag, P.h.D**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2023 M**

## ABSTRAK

Dakwah mempunyai arti yaitu mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah SWT, para Nabi dan Rosul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal sholeh. Dakwah juga merupakan aktifitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Agar aktivitas dakwah cepat tersampaikan maka dibutuhkan retorika. Retorika berasal dari bahasa inggris *rethoric* yang artinya ilmu bicara. Dalam perkembangannya, retotika disebut dengan seni bicara dihadapan umum atau ucapan untuk menciptakan kesan yang diinginkan. Ada banyak da'i yang memiliki gaya retorika sendiri, sehingga dapat menarik perhatian mad'u. Miftah Habiburrahman atau sering dikenal Gus Miftah adalah salah satu pendakwah yang terkenal berdakwah di klub malam dan memiliki gaya bicara yang khas, sekaligus mempunyai channel youtube khusus yang berisi konten-konten ceramah beliau. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana hasilnya berupa data deskripsi berupa pernyataan analisis yang diamati. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari video youtube ceramah Gus Miftah. Sumber data sekunder di dapat dari internet, artikel, dokumen dan literature lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dari dakwah Gus Miftah. Ia menggunakan unsur-unsur dari retorika seperti, kontak visual dan kontak mental dengan khalayak, vokal, gerak tubuh. Pada saat berdakwah, kontak visual dan kental mental yang dilakukan Gus Miftah dengan mad'u melihat langsung dan menyapu pandangan kesemua khalayak dengan penuh perhatian. Vokal yang dilakukan Gus Miftah sangat memperhatikan irama atau nada suara, serta Gus Miftah mampu memberikan jeda-jeda pada bagian tertentu kalimat yang disampaikan, sehingga dapat mempermudah mad'u dalam

memahami isi materi. Gerak tubuh Gus Miftah dalam berdakwah dengan sikap badan duduk diatas kursi dengan posisi badan tegap dengan tenang. Saat berdiripun Gus Miftah dengan posisi badan tegap tenang. Dengan ekspresi wajah tersenyum untuk memberikan suasana tenang. Berjalan ke kiri dan ke kanan untuk menguasai panggung dan untuk memperkuat bunti dan vokal. Menggerakkan tangannya supaya memperkuat isi materi yang disampaikan. Menggunakan pakaian kemeja rapi dan santai sesuai dengan mad'u saat menyampaikan dakwahnya.



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Albet Apriansah  
Npm : 1741010107  
Jurusan/Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media Youtube” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak ada unsur plagiat, kecuali beberapa bagian yang disebutkan sebagai rujukan didalamnya. Apabila dikemudian hari dalam skripsi ini ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan tersebut, maka seluruhnya menjadi tanggung jawab saya dan saya menerima segala sanksi sebagai akibatnya.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Bandar Lampung,  
Penulis,

2022



Albet Apriansah  
1741010107

## PERSETUJUAN

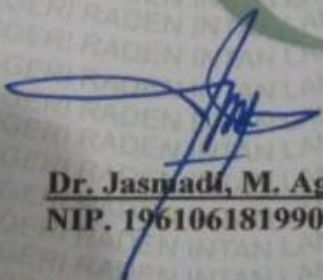
**Judul Skripsi** : RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH  
MELALUI MEDIA YOUTUBE  
**Nama** : ALBET APRIANSAH  
**NPM** : 1741010107  
**Jurusan** : KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
**Fakultas** : DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

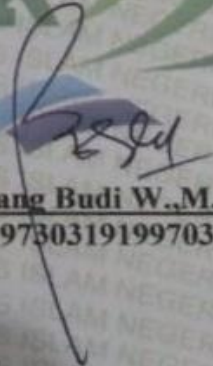
## MENYETUJUI

Untuk Dimunaqosyahkan dan Dipertahankan dalam Sidang  
Munaqosyah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden  
Intan Lampung


Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dr. Jasmadi, M. Ag  
NIP. 196106181990031003

  
Bambang Budi W., M. Ag, P.h.D  
NIP. 197303191997031001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,

  
Dr. Khairullah, S. Ag., MA.  
NIP. 197303052000031002



## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI MEDIA YOUTUBE” disusun oleh Albet Apriansah, NPM: 1741010107, program studi Komunikasi Penyiaran Islam, telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan. Pada Hari/Tanggal: Senin, 14 November 2022

### TIM PENGUJI

Ketua	: Dr. Khairullah, S. Ag., MA	(.....)
Sekretaris	: Umi Rojiati, M., Kom.I	(.....)
Penguji I	: Dr. Hasan Mukmin, MA	(.....)
Penguji II	: Dr. Jasmadi, M. Ag	(.....)
Penguji Pendamping	: Bambang Budiwiranto, Ph.D.	(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,



Abdul Syukur, M.Ag  
NIP. 1955031001

## MOTTO

وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُحْسِنِينَ ۱۹۵

“Dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

(QS. Al-Baqarah; 195)





## PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa mendukung, membantu, mendo'akan dengan ikhlas setiap langkah proses perjuangan saya menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT, sebagai bentuk rasa syukur atas ilmu yang telah saya dapatkan.
2. Ayahandaku tercinta Ilmansyah dan Ibundaku tercinta Nur Asni, dua insan tersayangku, sebagai orangtua kandungku yang senantiasa selalu menyayangiku, mendidik, membimbingku tanpa ada kata lelah mengajariku makna kehidupan, memperjuangkan hak dan kebahagiaanku tanpa mengenal putus asa.
3. Adikku tercinta Ariska Saputra yang selalu membuatku untuk tetap semangat dan tidak mudah menyerah.
4. Almamaterku tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dimana tempat penulis mendapatkan ilmu dan pengalaman yang tak terhingga, mendewasakan diri dalam berfikir dan bersikap, memperkaya intelektual dan pengetahuan.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Albet Apriansah, dilahirkan pada 17 April 1999 di Liwa, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak dan Ibu.

Riwayat pendidikan penulis meliputi:

1. SDN 1 Bahway
2. SMPN 1 Pesisir Selatan
3. SMAN 1 Pesisir Selatan

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan puji syukur kepada Allah SWT serta berkat doa dan dorongan dari ayah dan ibu, akhirnya penulis mempunyai kesempatan untuk melanjutkan jenjang pendidikan perguruan tinggi di UIN Raden Intan Lampung dan mengambil program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tahun 2017.

Bandar Lampung,  
Penulis,

2022



Albet Apriansah  
1741010107

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT, karena berkat Rahmat serta Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir. Semoga keberkahan senantiasa tercurahkan kepada kita semua sebagai Hamba-Nya. Sholawat teriring Salam semoga selalu kita sanjungkan kepada sang tokoh revolusioner, tauladan sejati bagi Umat-Nya, pembawa risalah yaitu Rasulullah Nabi Muhammad SAW. Semoga kita kelak mendapat syafaatnya dihari kiamat.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah bentuk aplikasi Tri Darma Perguruan Tinggi dibidang penelitian untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN RadenIntan Lampung dan Alhamdulillah penulis telah menyelesaikannya sesuai dengan ketentuan yang ada.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M. Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag, MA sebagai Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam serta Ibu Ade Nur Istiani, M.I Kom selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Jasmadi, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Bambang Budi W., M.Ag, P.h.D selaku Pembimbing II yang telah sabarr memberikan arahan, bantuan, serta bimbingan demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh Pegawai Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Seluruh Dosen yang membekali ilmu kepada penulis, dan para staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pelayanan akademik dalam pelaksanaan kuliah.

6. Ayahanda Ilmansyah dan Ibunda Nur Asni yang telah bersusah payah mengasuh, mendidik, sertat memberikan do'a restu kepada penulis.
7. Adik saya Ariska Saputra yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Pihak Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah menyediakan buku-buku referensi pada penulis.
9. Keluarga Besar KPI angkatan 2017 yang telah berjuang bersama dari awal hingga mencapai kesuksesan masing-masing.
10. Keluarga Besar PMII Rayon Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih dan hanya dapat berdo'a semoga mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik penulis memohon maaf bila terdapat banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Dan penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca.



Bandar Lampung,  
Penulis,

2022

Albet Apriansah  
1741010107

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Fokus dan Sub-Fokus.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Masalah.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
H. Metode Penelitian.....	11

### **BAB II TEORI RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI MEDIA YOUTUBE**

A. Retorika Dakwah.....	19
1. Pengertian Retorika.....	19
2. Tujuan Retorika.....	21
3. Fungsi Retorika .....	22
4. Lima Hukum Retorika.....	23
5. Prinsip-Prinsip Penyampaian Pidato.....	24
B. Gaya Bahasa.....	26

1. Pengertian Bahasa .....	26
C. Gestur Tubuh .....	28
1. Pengertian Gestur .....	28
D. Dakwah .....	28
1. Pengertian Dakwah.....	28
2. Unsur-Unsur Dakwah.....	29
3. Objek Dakwah (Mad'u).....	29
4. Metode Dakwah .....	30
5. Tujuan Dakwah .....	31
6. Materi Dakwah. ....	32
7. Media Dakwah. ....	33
8. Bentuk-Bentuk Dakwah. ....	33
E. Media Dakwah (Youtube) .....	34
1. Pengertian Media Sosial.....	34
2. Karakteristik Media Sosial.....	35
3. Manfaat Media Sosial.....	37
4. Pengertian Youtube.....	38
5. Kelebihan dan Kekurangan Youtube.....	39
6. Pengaruh Positif dan Negatif Youtube.....	40
7. Youtube Sebagai Media Sosial.....	41

### **BAB III RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI MEDIA YOUTUBE**

A. Biografi Dan Riwayat Hidup Gus Miftah.....	43
1. Biografi Gus Miftah .....	43
2. Pengalaman Organisasi. ....	44
3. Perjalanan Dakwah Gus Miftah.....	44
4. Aktivitas Dakwah Gus Miftah.....	45
5. Gambaran Dakwah Gus Miftah.....	45
6. Kegiatan Dakwah di Youtube. ....	47
B. Retorika Dakwah Gus Miftah Dalam Prinsip Retorika .....	47
1. Kontak Visual dan Kontak Mental Gus Miftah Dengan Penonton .....	47
2. Vokal Gus Miftah.....	51
3. Gerak Tubuh Gus Miftah. ....	56

4. Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube. .... 60

**BAB IV ANALISIS RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH  
MELALUI MEDIA YOUTUBE**

A. Analisis Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui  
Media Youtube ..... 63

1. Penyampaian Dakwah Gus Miftah..... 64

2. Gerak Tubuh..... 64

3. Vokal..... 64

B. Penerapan Retorika Dakwah Gus Miftah ..... 65

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan..... 67

B. Rekomendasi..... 68

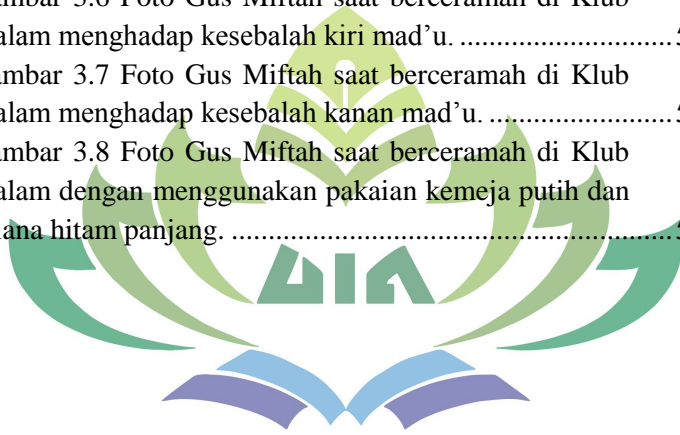
**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Gambar 3.1 Foto Gus Miftah dengan sikap badan duduk saat berceramah di Klub malam.....	56
2. Gambar 3.2 Foto Gus Miftah dengan sikap badan berdiri saat berceramah di Klub malam.....	57
3. Gambar 3.3 Foto Gus Miftah saat berceramah di Klub malam dengan ekspresi wajah tersenyum.....	57
4. Gambar 3.4 Foto Gus Miftah saat berdakwah di Klub malam dengan gerakan mengangkat kedua tangan.....	58
5. Gambar 3.5 Foto Gus Miftah saat menggerakkan tangan.....	58
6. Gambar 3.6 Foto Gus Miftah saat berceramah di Klub Malam menghadap sebelah kiri mad'u. ....	59
7. Gambar 3.7 Foto Gus Miftah saat berceramah di Klub Malam menghadap sebelah kanan mad'u. ....	59
8. Gambar 3.8 Foto Gus Miftah saat berceramah di Klub Malam dengan menggunakan pakaian kemeja putih dan celana hitam panjang. ....	59



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Penegasan judul ini gunanya agar tidak terjadi kesalahpahaman dan memahami isi skripsi, maka secara singkat penulis akan menguraikan beberapa kata terkait dengan maksud dari judul ini. Judul skripsi ini adalah “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media *Youtube*”.

Retorika berasal dari bahasa Inggris *rethoric* yang artinya ilmu bicara. Dalam perkembangannya, retorika disebut dengan seni bicara dihadapan umum atau ucapan untuk menciptakan kesan yang diinginkan.<sup>1</sup>

Ditinjau dari segi bahasa “Da’wah” berarti: panggilan, ajakan, atau seruan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *masdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*)nya adalah berarti: memanggil, menyeru, atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*).<sup>2</sup> Dakwah menurut Abu Bakar Dzakarria merupakan kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka. Dan secara umum dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik.<sup>3</sup>

Dari pengertian retorika dan dakwah diatas dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah adalah seni menyampaikan pesan keagamaan kepada pendengar. Dalam skripsi ininya Anwar Aziz menjelaskan bahwa, berdakwah dengan menggunakan retorika adalah menyampaikan suatu masalah keagamaan dengan melibatkan emosi dan rasio khalayak agar merasa terlibat dengan masalah atau persoalan yang disajikan. Dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia agar lebih baik sesuai dengan Al-Qur’an dan Hadits, untuk tujuan dakwah tersebut.

---

<sup>1</sup>Ahmad Warson Munawir, Kamus al-Munawir. (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), h. 406-407.

<sup>2</sup>*Ibid.*, h. 406-407.

<sup>3</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 16.

Gus Miftah adalah salah satu pendakwah yang terkenal berdakwah di kelab malam dan mempunyai akun youtube pribadi yaitu Miftah Habiburrahman atau sering dikenal Gus Miftah, lahir 5 Agustus 1981 di Lampung. Beliau tinggal di Yogyakarta dan memiliki jalan hidupnya sebagai penceramah agama. Sejak lima tahun terakhir langkahnya di dukung oleh Maulana Habib Luthfi bin Yahya asal Pekalongan. Setelah berdakwah keluar masuk di tempat kelab-kelab malam, beliau mendirikan Pondok Pesantren Ora Aji di Tundan, Purwomartani, Kalasan, Sleman, Yogyakarta pada tahun 2011.<sup>4</sup>

Media *youtube* adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan paypal pada february 2005. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.<sup>5</sup>

Berdasarkan pengertian dari istilah-istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini yakni Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media *Youtube* maka yang dimaksud dalam penelitian ini adalah studi yang dilaksanakan untuk mengkaji tentang empat aspek yaitu struktur materi, gaya bahasa, interaksi dengan audiens, dan ciri khas pengucapan.

## **B. Latar Belakang**

Era teknologi informasi, berbagai bentuk media informasi mampu mempermudah manusia dalam melakukan interaksi social terhadap lingkungannya. Melalui media informasi berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan suatu pemberitaan kepada khalayak ramai, sangat mudah dikomunikasikan secara massal, disamping itu manusia juga tidak dapat dipisahkan dengan teknologi.<sup>6</sup> Salah satu media informasi yang memberikan peran penting dalam penyebaran informasi atas suatu pemberitaan adalah media social *youtube*.

---

<sup>4</sup>Online, tersedia di: <https://m.viva.co.id/amp/siapa/read/953-gus-miftah> (diakses 27 September 2021)

<sup>5</sup>Online, tersedia di: <http://id.m.wikipedia.org/wiki/youtube> (diakses pada 27 September 2021)

<sup>6</sup>Rustono Farady Marta, Denise Monica William, *Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumobo*, (2017), 67-68.

Tahun 2010 *youtube* pertama kalinya berpengaruh dalam arus utama dengan jurnalistik teater dan sinema yang berkantor di LA (*Variety*).<sup>7</sup> Sebagai salah satu media yang memiliki andil besar terhadap industry hiburan, mulanya *Variety* memiliki sifat restriktif terhadap digital konten. Akan tetapi akhirnya *Variety* mulai membahas *channel Youtube* dan mensponsori acara, namun hanya memasukan konten atau pengguna yang berdomisili di A.S, seperti Anna Akana, Ray William Johnson.

Akan tetapi pada tahun 2015 akhirnya *Variety* mulai meluaskan bahasan *Youtube* secara global. Felix Arvid Ulf Kjellberg atau lebih dikenal dengan “pewdiepie”, pengguna *Youtube* asal Swedia diakui sebagai orang yang sangat berpengaruh di dunia hiburan oleh *Variety*. Melalui system *monetizing* dengan *AdSense*, *Youtube* adalah media penyiaran alternatif yang menyajikan konten visual. *Monetizing* media ini pun mulai digunakan oleh para pengguna *Youtube* di Indonesia.<sup>8</sup>

Islam adalah agama dakwah yang menegaskan umatnya untuk menyebar dan menyiarkan Islam pada umat manusia untuk meraih kesejahteraan hidup. Adapun tujuan program dakwah dan penerangan agama, tidak lain adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengalaman ajaran agama yang dibawa oleh para da’I atau penerang agama.<sup>9</sup>

Dakwah dapat dikatakan suatu strategi penyampaian nilai-nilai ajaran Islam pada umat manusia demi terwujudnya tata kehidupan yang imani dan realitas hidup yang Islami. Dakwah juga dikatakan sebagai agen yang mengubah manusia kearah kehidupan yang lebih baik bila diterapkan sesuai kondisi mad’unya. Meski memiliki tujuan yang besar namun dakwah tidak menghalalkan segala cara demi mencapai tujuannya. Dakwah akan lebih baik jika disampaikan dengan jujur, terbuka, dan bebas.

Jujur dalam dakwah sama dengan *Al-Ballagh* pada Al-Qur'an adalah menyampaikan dengan transparan tanpa kebohongan dan

---

<sup>7</sup>Fitria Ayuningtyas, Ahmad Zakki Abdullah, *Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online*, (2017), 137.

<sup>8</sup>Z Hidayat, „*Asian Youth Cultural Expression, Creativity, and Innovation on Youtube*’, 14.1 (2017), hal. 5-6

<sup>9</sup>H. Muh. Arifin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hal.43

manipulasi . kemudian terbuka dalam dakwah, berarti rendah hati atau tawadlu yaitu mengakui keterbatasan, menerima kritik dan menerima perbaikan dari luar.<sup>10</sup> Kehadiran media sosial *youtube* memberikan kemudahan untuk mahasiswa Komukasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Lampung dalam menambahkan ilmu dakwah karna mahasiswa dapat dengan mudah mengakses dakwah Gus Miftah ,tidak perlu jauh- jauh keluar kota hanya melalui media sosial *youtube*, mahasiswa sudah dapat mendengarkan dakwah Gus Miftah.

Dari Abdullah bin Amr radhiyallahu ta'ala 'anhu, bahwa Nabi shallallahu'alaihi wa sallam bersabda“Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat”<sup>11</sup>

**Seputar perawi hadits:** *Hadits ini diriwayatkan oleh shahabat Abdullah bin 'Amr bin Al Ash bin Wa'il bin Hasyim bin Su'aid bin Sa'ad bin Sahn As Sahmiy. Nama kunyah beliau Abu Muhammad, atau Abu Abdirrahman menurut pendapat lain. Beliau adalah salah satu diantara Al 'Abaadilah (para shahabat yang bernama Abdullah, seperti 'Abdullah Ibn Umar, 'Abdullah ibn Abbas, dan sebagainya – pent) yang pertama kali memeluk Islam, dan seorang di antara fuqaha' dari kalangan shahabat. Beliau meninggal pada bulan Dzulhijjah pada peperangan Al Harrah, atau menurut pendapat yang lebih kuat, beliau meninggal di Tha'if.*

Poin kandungan Hadits diatas adalah sebagai berikut:

**Pertama** adalah Nabi shallallahu'alaihi wa sallam memerintahkan untuk menyampaikan perkara agama dari beliau, karena Allah *subhanahu wa ta'ala* telah menjadikan agama ini sebagai satu-satunya agama bagi manusia dan jin (yang artinya), “*Pada hari ini telah kusempurnakan bagimu agamamu dantelah kusempurnakan bagimu nikmat-Ku dan telah aku ridhai Islam sebagaiaagama bagimu*” (QS. Al Maidah : 3). Tentang sabda beliau, “*Sampaikan darikuwalau hanya satu ayat*”, Al Ma’afi An Nahrawani mengatakan, “Hal ini agarsetiap orang yang mendengar suatu perkara dari Nabi shallallahu'alaihi wasallam bersegera untuk menyampaikannya, meskipun hanya sedikit. Tujuannyaagar nukilan dari Nabi

---

<sup>10</sup>Ismail, Ilyas dan Hotman, Prio.*Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dalam Peradaban Islam.*Jakarta : Kencana 2011. hal 156-158.

<sup>11</sup>HR. Bukhari

*shallallaahu'alaihi wa sallam* dapat segera tersambung dan tersampaikan seluruhnya.” Hal ini sebagaimana sabda beliau *shallallaahu'alaihiwasallam*, “Hendaklah yang hadir menyampaikan pada yang tidak hadir”. Bentuk perintah dalam hadits ini menunjukkan hukum fardhu kifayah.

**Kedua** adalah *Tabligh*, atau menyampaikan ilmu dari Rasulullah *shallallahu'alaihi wa sallam* terbagi dalam dua bentuk :

1. Menyampaikan dalil dari Al Qur'an atau sebagiannya dan dari As Sunnah, baik sunnah yang berupa perkataan (*qauliyah*), perbuatan (*amaliyah*), maupun persetujuan (*taqririyah*), dan segala hal yang terkait dengan sifat dan akhlak mulia Nabi *shallallahu'alaihi wa sallam*. Cara penyampaian seperti ini membutuhkan hafalan yang bagus dan mantap. Juga cara dakwah seperti ini haruslah disampaikan dari orang yang jelas Islamnya, baligh (dewasa) dan memiliki sikap (sholeh, tidak sering melakukan dosa besar, menjauhi dosa kecil dan menjauhi hal-hal yang mengurangi harga diri/ muru'ah, ed).
2. Menyampaikan secara makna dan pemahaman terhadap nash-nash yang ada. Orang yang menyampaikan ilmu seperti ini butuh capabilitas dan legalitas tersendiri yang diperoleh dari banyak menggali ilmu dan bisa pula dengan mendapatkan persaksian atau izin dari para ulama. Hal ini dikarenakan memahami nash-nash membutuhkan ilmu-ilmu lainnya, di antaranya bahasa, *ilmunahwu* (tatabahasa Arab), ilmu-ilmu *ushul*, *musthala* dan membutuhkan penelaahan terhadap perkataan-perkataan ahli ilmu, mengetahui *ikhtilaf* (perbedaan) maupun kesepakatan yang terjadi dikalangan mereka, hingga ia mengetahui mana pendapat yang paling mendekati dalil dalam suatu masalah *khilafiyah*. Dengan bekal-bekal ilmu tersebut akhirnya ia tidak terjerumus menganut pendapat yang 'nyleneh'.

**Ketiga** Sebagian orang yang mengaku sebagai *da'i*, pemberi wejangan, dan pengisi *ta'lim*, padahal nyatanya ia tidak memiliki pemahaman (ilmu mumpuni) dalam agama, berdalil dengan hadits “*Sampaikan dariku walau hanya satu ayat*”. Mereka beranggapan bahwasanya tidak dibutuhkan ilmu yang banyak untuk berdakwah (asalkan hafal ayat atau hadits, boleh menyampaikan semau pemahamannya, ed). Bahkan mereka berkata bahwasanya barangsiapa

yang memiliki satu ayat maka ia telah disebut sebagai pendakwah, dengan dalil hadits Nabi *shallallaahu 'alaihi wa sallam* tersebut. Menurut mereka, tentu yang memiliki hafalan lebih banyak dari satu ayat atau satu hadits lebih layak jadi pendakwah.<sup>12</sup>

Pada teori komunikasi agar bergantung pada pesan dan isi pikiran maka harus di sampaikan secara efektif dakwah kurang memberikan manfaat jikatidak ada perubahan pada objek dakwah. untuk mengetahui ada nya perubahanmaka di perlukan indikator untuk mengukur keberhasilan dakwah. Indikatorbersifat kuantitatif dan kualitatif pada kuantitatif yang pertama jumlah pemelukIslam harus bertambah pada lokal , nasional maupun internasional. Keduaorganisasi pergerakan dan peranta social pada masyarakat jumlah nya harusbertambah. Ketiga partisipasi masyarakat dalam menunjang keberhasilandakwah harus bertambah. Adapun secarakualitatif, perubahan pada individu harus di amati dalam indikator dalam keberhasilan dakwah . Ukuran keberhasilan dakwah dalam individu bukan hanya di lihat dari penampilan fisik, tetapi di amati berdasarkan komprehensif pada kehidupan bermasyarakat dan bernegara.<sup>13</sup>

Dunia maya, khususnya media sosial merupakan media terbesar pada masa ini.Hal ini karena setiap harinya telah banyak masyarakat yang menggunakannya.Oleh sebab itu, tidak heran jika dalam arus globalisasi informasi,dakwah bisa masuk di dalamnya.Salah satu fenomena yang menjadi tren saat ini adalah dakwah melalui *youtube*.Dakwah yang satu ini dipandangcukup efektif, mengingat bisa dilakukan di mana saja, kapan saja dan biayanyayang sesuai. Selain itu, pertumbuhanpenggunaanyoutube yang cukupmeningkat, khusus nya dikalangan para remaja menjadi salah satu media pembelajaran sekaligus sebagai dakwah antar sesama remaja.

Menurut pendapat naveed shanem, dakwah Islam adalah satuprosesyangberterusan yang tidak pernah berhenti dari zaman Rasulullah MuhammadSAW. Kini, media sosial telah menjadi alat yang paling berkesan untukmenyampaikan pesan (dakwah)

---

<sup>12</sup>Ta'liqat 'ala Arba'ina Haditsan fi Manhajis Salaf

<sup>13</sup>BasitAbdul, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo2013)161-163.



karena hampir setiap rumah kini mempunyai akses internet. Oleh karena itu, media seperti TV dan radio dilihat telah hilang popularitinya yang kini ramai orang lebih menghabiskan masa menggunakan internet sebagai sumber maklumat dan hiburan. Tambahan lagi, banyak laman web rangkaian sosial semakin banyak penggunaannya.

Peningkatan dakwah Islam di laman media sosial sudah bermula sejak lama. Terdapat dua pandangan mengenai dakwah di media sosial. Kelompok yang pertama mengatakan bahwa ia tidak baik karena di internet, ada antaramereka yang berdakwah kurang berpengetahuan tetapi kuat pengaruh dan ramai pengikutnya. Kelompok seperti ini dikhawatirkan menyampaikan ajaran Islam yang salah atau menyimpang dari syariat Islam.<sup>14</sup>

Kelompok yang kedua pula mengatakan bahwa dakwah pada media sosial adalah salah satu alat yang paling berkesan dan berguna karena dakwah melalui media sosial adalah cara yang termudah dan senang untuk disampaikan menerusi alam maya. Untuk menarik orang ramai ke arah Islam, ia akan menjadi lebih mudah dan dapat dilihat oleh orang yang terdiri daripada berbilang bangsa dan agama. Sejak lama web digunakan setiap hari, penggunaan sosial tak kira orang Islam dan orang bukan Islam, kedua-duanya mendapatkan pesan harian dakwah yang akhirnya berguna untuk mereka. Dakwah juga memerlukan pengetahuan, keikhlasan dan semangat yang berterusan. Pengetahuan yang luas, keberanian dan semangat boleh menjadi pemicu oleh pendakwah internet untuk terus berdakwah. Niat baik mereka mestilah dihargai. Dakwah di media sosial bukan saja boleh dilakukan oleh ustadz dan ulama saja bahkan kita sebagai orang biasa juga wajib berdakwah. Kita boleh berdakwah dengan menyeru manusia mengingati Allah dan untuk berbuat kebaikan. Antara cara lain yang boleh dilakukan ialah dengan menyebarkan dan berkongsi pesan dakwah yang sedia ada di media sosial.<sup>15</sup> Tetapi kita sebagai pendakwah biasa yang kurang ilmu agama perlulah berhati-hati dalam memilih dan menyebarkan pesan yang

---

<sup>14</sup> Abdul Rauf Ridzuan, *Islamisasi Media* (Kuala Lumpur: Medina, 2014) 5.

<sup>15</sup> *Ibid.*,

hendak disampaikan. Antara media sosial yang digemari saat ini untuk berdakwah adalah media sosial *youtube*.

Salah satu *Da'i* yang menggunakan media sosial *youtube* sebagai wadah untuk berdakwah ialah Gus Miftah. Beliau mempunyai akun *youtube* pribadi yaitu Miftah Habiburrahman atau sering dikenal Gus Miftah, lahir 5 Agustus 1981 di Lampung. Beliau tinggal di Yogyakarta dan memiliki jalan hidupnya sebagai penceramah agama. Dalam berdakwah beliau memiliki cara sendiri. Beliau mulai menyasar ke tempat-tempat yang di anggap kotor atau maksiat. Disanalah beliau mulai berdakwah, awalnya Gus Miftah mendapatkan curhat pekerja malam di diskotik yang ingin mengaji. Ketika hendak mengaji diluar mereka mengaku menjadi bahan pergunjungan dan dipandang sebelah mata. Akhirnya, Gus Miftah memberanikan diri menghadap manajemen untuk mengadakan pengajian ditempat tersebut. Kini banyak pekerja malam yang membutuhkan kajian agama. Beberapa pekerja malam kemudian berhijrah menjadi lebih baik. Sejak lima tahun terakhir langkahnya didukung oleh Maulana Habib Luthfi bin Yahya asal Pekalongan. Setelah berdakwah keluar masuk di tempat kelab-kelab malam, beliau mendirikan Pondok Pesantren Ora Aji di Tundan, Purwomartani, Sleman, Yogyakarta pada 2011.<sup>16</sup>

Gus Miftah juga mempunyai channel *youtube* dengan nama Gus Miftah Official dengan subscriber 464rb. Dalam cuplikan di channel *youtube* tv amatir 01, Gus Miftah Berdakwah di kelab malam *“Rekan-rekan sekalian yang berbahagia, yang belum memakai kerudung sekarang pakai kerudung, mudah-mudahan pakai kerudung selama-lamanya. Saya khawatir dengan bapak yang pakai masker,jangan-jangan msc., apa itu msc? Merokok sak cangkemme. Ini mas-masnya sebagai umat Allah SWT, karna apa, yang berhak memberikan penghakiman itu cuma dia. Aku tau dengan segala kekuranganku, aku gak punya kelebihan. Dulu saja ketika saya melamar istri saya, saya dilarang sama orang tua saya, saya pernah dibilang kafir, dajjal, iblis, gapapa. Pokok e aku wani, sing ora wani mung siji, tombok. Dengan segala kekuranganku, bolehkan berbagi*

---

<sup>16</sup>On-Line, <https://m.viva.co.id/amp/siapa/read/953-gus-miftah>, diakses 27 September 2021

*seperti ini, maka saya bilang kalian boleh menghujat aku, mengatakan aku kafir, mengatakan aku setan, aku iblis, demit, dajjal sekalipun, tapi ingat jangan pernah ganggu kawan-kawan saya di dunia malam, seperti untuk kembali bermesraan dengan Allah SWT”.*<sup>17</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas, retorika begitu sangat penting bagi para da'i dalam proses pelaksanaan penyampaian dakwahnya agar apa yang menjadi tujuan dakwahnya dapat tercapai dan data *Youtube* yang penulis pilih ada 3 akun *Youtube* yaitu Tv Amatir 01, Radar Jogja Channel, dan Gus Miftah Official yang berisi video mengenai retorika dakwah Gus Miftah. Sehingga penulis mengangkat skripsi yang berjudul “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media *Youtube*”.

### **C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian**

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan penelitian yang tidak terfokus, maka peneliti membatasi dan memfokuskan pada hal yang ditemukan yaitu tentang Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media *Youtube* Mengenai 3 Aspek Yaitu Interaksi Dengan Audiens, Ciri Khas Pengucapan, dan Gerak Tubuh.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah yang dapat di identifikasikan adalah : “Bagaimana Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media *Youtube* Mengenai 3 Aspek Yaitu Interaksi Dengan Audiens, Ciri Khas Pengucapan, dan Gerak Tubuh?”

### **E. Tujuan Masalah**

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah : “Mendeskripsikan Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media *Youtube* Mengenai 3 Aspek Yaitu Interaksi Dengan Audiens, Ciri Khas Pengucapan, dan Gerak Tubuh.”

---

<sup>17</sup>Youtube Tv Amatir 01, diakses pada 27 September 2021

## F. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan bagi semua pihak, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan tentang retorika dakwah gus miftah melalui media *youtube*.
2. Untuk meningkatkan cara retorika dakwah gus miftah melalui media *youtube*, khususnya untuk para da'i dalam melakukan dakwahnya sehingga dapat diterima dengan baik bagi mad'unya.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk menghindari terjadinya plagiarisme dalam suatu hal yang akan diteliti berdasarkan fakta dan bukti yang ada tentang penelitian yang berjudul “Efektivitas Media *Youtube* Dalam Penyiaran Dakwah Gus Miftah” dari beberapa penelitian-penelitian mengungkap tentang efektivitas media *youtube*, ditemukan beberapa penelitian yang seperti diantaranya:

1. Fungsi Media Online Dan Manfaatnya Bagi Pengembangan Pesan Dakwah Kepada Publik (Studi Media Online Di Lampung). Yang di teliti oleh Riski Purwo Darminto (1341010094) Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Raden Intan Lampung, Persamaan sama-sama memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyiaran dakwah. Perbedaannya yaitu membahas tentang retorika dakwah gus miftah melalui media *youtube*.
2. Pesan Dakwah Dalam Tayangan Talkshow di Televisi (Analisis Pesan Dakwah Gus Miftah Dalam Acara Hitam Putih Trans 7 Edisi 26 September 2018). Yang diteliti oleh Dwi Setio Purnomo Mahasiswa UIN Sunan Ampel 2018. Persamaan dengan penelitian ini yaitu pada objek dan metode penelitiannya sama yaitu Gus Miftah dan menggunakan metode penelitian penelitian pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Setio Purnomo dengan penelitian ini adalah, jika Dwi Setio Purnomo meneliti pesan dakwah Gus Miftah pada acara Hitam Putih Trans 7 Edisi 26 September 2018 sedangkan penelitian ini meneliti tentang retorika dakwah Gus Miftah pada masyarakat marjinal.

3. Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video *Youtube* (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh Dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”). Yang diteliti oleh Aisatul Cholifah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya 2018. Persamaan dengan penelitian ini yaitu meneliti gaya bahasa dan bahasa tubuh dari da’i melalui media *youtube*. Perbedaan pada penelitian Aisatul Cholifah meneliti tentang hal-hal yang tersembunyi dari gaya bahasa dan bahasa tubuh dari Ustadzah Haneen Akira sedangkan peneliti melakukan penelitian retorika dakwah secara umum.
4. Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauw (Studi Pada Program Acara Pengajian Inspirasi Iman Di TVRI). Yang diteliti oleh Ahmad Arif Khakim Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Persamaan pada penelitian ini yaitu meneliti tentang retorika dakwah secara umum. Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada medianya.
5. Konten Kreatif Berbasis Pendidikan Islam di *Youtube Channel* Shift Pemuda Hijrah. Yang diteliti oleh Aisyah Khoirunni’mah Al Mufarriju Jurusan Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Malang. Persamaan pada penelitian ini yaitu melalui media *youtube*. Perbedaannya yaitu Penulis meneliti tentang retorika dakwah sedangkan pada penelitian Aisyah Khoirunni’mah Al Mufarriju meneliti tentang konten kreatif berbasis pendidikan islam.

## H. Metode Penelitian

Untuk mempermudah dalam proses penelitian dan memperoleh hasil data dan informasi yang valid, maka dalam tulisan ini peneliti akan mengurai metode penelitian yang digunakan:

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif (*Qualitative Research*). Karena dilihat dari tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dari interaksi

lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.<sup>18</sup>

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalis.<sup>19</sup>

Penelitian ini bersifat “Deskripsi Analisis” yaitu penelitian untuk melukiskan, memaparkan dan melaporkan suatu objek atau gejala tertentu dengan cara melakukan penyelidikan yang kritis serta kehati-hatian dan menganalisa sebuah persoalan yang sedang dihadapi.<sup>20</sup>

## 2. Desain Penelitian

Desain penelitian ini yaitu desain penelitian Studi Kasus. Dalam penelitian studi kasus menurut A. Muri Yusuf unit yang akan diteliti lebih sempit tetapi mendalam.<sup>21</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi dan peran yang dilakukan oleh guru bimbingan dan konseling dalam meningkatkan konsep diri pada santri yang ada pada Pondok Pesantren Safinatudaarain Teluk Betung Timur Bandar Lampung.

Pendekatan studi kasus dipilih dalam melakukan penelitian ini. Menurut Burhan Bungin studi kasus bertujuan untuk menelaah lebih jauh berkenaan dengan masalah penelitian berdasarkan atas berbagai pertimbangan, yaitu sebagai berikut:

- a. Masalah yang diteliti memerlukan suatu pengungkapan yang bersifat deskriptif dan komperhensif.
- b. Pendekatan studi kasus lebih peka dan sanggup menyesuaikan diri bila digunakan untuk meneliti pengaruh

---

<sup>18</sup>Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali pers, 2010), h. 81.

<sup>19</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 182.

<sup>20</sup>Kartini Kartono, *Metodologi Penelitian*, (Bandung, Mandar Maju, 1996), h. 33

<sup>21</sup>A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian (Dasar-Dasar Penyelidikan Ilmiah)*, (Padang: UNP Press, 2010), h.343.

dan pola-pola nilai yang dihadapi oleh informan dalam kondisi alamiah.

- c. Data studi kasus mampu untuk mengungkapkan berbagai peristiwa secara kronologis, mengevaluasi sebab akibat, mampu menemukan sesuatu yang tidak terduga, serta mampu memberikan penjelasan yang banyak dan bermanfaat untuk membangun kerangka baru.
- d. Temuan penelitian mampu memberikan kesan yang lebih mendalam, nyata, penuh arti dan lebih meyakinkan dan dapat diterima.<sup>22</sup>

A.Muri menjelaskan bahwa ciri-ciri utama yang terdapat dalam penelitian studi kasus adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

- a. Penelitian studi kasus merupakan suatu tipe penelitian yang mengkaji secara mendalam mengenai suatu unit seperti unit sosial dan lain-lain.
- b. Penelitian studi kasus membutuhkan waktu yang relative lama dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan eksploratif. Tohirin menjelaskan bahwa penelitian studi kasus bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai berbagai peristiwa komunikasi kontemporer yang nyata dalam konteksnya. Penelitian studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang detail, mencakup dimensi-dimensi sebuah kasus tertentu atau beberapa kasus kecil dalam rentang yang luas.<sup>24</sup>

Langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam penelitian studi kasus menurut A. Muri adalah sebagai berikut:

- a. Rumuskan tujuan yang akan dicapai secara jelas.
- b. Kumpulkan data yang diperlukan sesuai dengan rancangan yang telah disediakan.

---

<sup>22</sup>Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2012), h. 23.

<sup>23</sup>A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian (Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah)*...., h. 56.

<sup>24</sup>Tohirin, *Metode Penelitian kualitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Pustaka, 2012), h. 21.



- c. Data-data yang telah dikumpulkan diorganisasikan menjadi rekonstruksi unit studi yang koheren dan terpatu secara baik dan utuh.
- d. Susun laporan penelitian dengan menghindari efek bias dari pribadi peneliti.<sup>25</sup>

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan buku-buku yang kemudian diklasifikasikan berdasarkan ciri khas objek yang diteliti. Adapun peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer ialah data yang diperoleh dari sumber pertama dan sumber sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau yang dibutuhkan.<sup>26</sup>

#### a. Sumber Primer

Sumber data primer adalah suatu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, yaitu channel *youtube* Gus Miftah Official. Contoh ceramah dengan judul "*cuplikan pengajian gus miftah di sarkem / mbak-mbak ini menangis ketika mendengar nasihat gus miftah*". Ceramah ini diproduksi pada 17 April 2018, dengan jumlah penayang sebanyak 1.294.170 dan 9,5 ribu penyuka. Dan masih banyak episode lainnya.

#### b. Sumber sekunder

Data sumber sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Youtube Gus Miftah Official,
- 2) Instagram @Gusmiftah,
- 3) Twitter @gusmiftah
- 4) Facebook Gus Miftah
- 5) Dan lain sebagainya.

---

<sup>25</sup>A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian (Dasar-dasar Penyelidikan Ilmiah)*...., h. 56.

<sup>26</sup> Bungin, Burhan, *Metodologi penelitian Kuantitatif*, cet-9 (Jakarta: Kencana, 2017), h. 132

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Observasi

Istilah observasi berasal dari bahasa latin yang berarti melihat atau memperhatikan. Secara luas observasi diarahkan pada kegiatan mengamati atau memperhatikan fenomena secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. Pengamatan yang dilakukan harus secara alami (*naturalistic*) dimana pengamat harus selalu larut dalam situasi realistis dan alami yang sedang terjadi dan dengan memperhatikan kejadian, gejala atau sesuatu secara fokus.<sup>27</sup>

Observasi atau pengamatan merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (*partisipatif*) ataupun *nonpartisipatif*. Maksudnya, pengamatan terlibat merupakan jenis yang melibatkan peneliti dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian, tanpa mengakibatkan perubahan pada kegiatan atau aktivitas yang bersangkutan dan tentu saja dalam hal ini peneliti tidak menutupi dirinya selaku peneliti. Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan *partisipatif* ini, peneliti harus mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan informan dalam waktu tertentu, memperhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakannya, menanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang dimiliki.<sup>28</sup>

##### b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Pada dasarnya, dokumen digunakan untuk memperkuat penelitian kualitatif agar dapat lebih dipercaya.

---

<sup>27</sup>Ni'matuzahroh, *Teori dan Aplikasi dalam Psikologi* (Malang: Press UMM, 2018), h. 3.

<sup>28</sup>Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta: Gelora Aksa Pratama, 2009), Cet. Ke-II, h. 101.

Didalam melaksanakan dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, masalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.<sup>29</sup>

## 5. Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>30</sup>

analisis data kualitatif adalah “ upaya yang dilakukan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah memilihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memusatkan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.”<sup>31</sup>

Analisis data kualitatif ini dapat dilakukan dalam tiga cara berikut:

### a. Reduksi data

Miles dan Hurmen mengemukakan, reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan, transformasi data kasar, yang muncul dari catatan lapangan. Dalam proses reduksi data ini data yang diperoleh dilapangan disusun dalam bentuk uraian yang lengkap. Data yang didapat dirangkum yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting dan berkaitan dengan masalah. Data yang telah

---

<sup>29</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D....*, h. 137-138.

<sup>30</sup>*Ibid.* h. 244.

<sup>31</sup>Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 248.

melewati proses reduksi ini memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan wawancara.<sup>32</sup>

b. Penyajian Data

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang terus memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Analisis ini dilakukan mengingat data yang terkumpul sangat banyak. Data yang menumpuk akan menimbulkan kesulitan dalam menggambarkan rincian secara keseluruhan dan pengambilan kesimpulan. Kesulitan ini dapat diatasi dengan membuat model matriks atau grafik sehingga keseluruhan data dapat dipetakan dengan jelas.<sup>33</sup>

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Melalui induksi data tersebut disimpulkan, kesimpulan yang dihasilkan itu bersifat sementara dan masih bersifat umum. Supaya nantinya kesimpulan yang dihasilkan dapat diperoleh secara lebih mendalam, maka perlu dicari data lain yang baru data ini berfungsi untuk melakukan pengujian terhadap berbagai kesimpulan. Setelah tahapan-tahapan tersebut dilalui tahapan selanjutnya adalah menganalisis data dengan cara berfikir induktif, yaitu dari rangkaian yang bersifat khusus yang diambil dari individu kemudian ditarik kepada kesimpulan yang bersifat umum.<sup>34</sup>

## 6. Metode Analisis Data

Setelah data terhimpun kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik atau metode-metode sebagai berikut:

- a. *Content analysis*, menurut Berg, *content analysis* digunakan untuk memahami isi yang terkandung pada struktur teks yang terlihat. Disisi lain pada analisis kualitatif, *content*

---

<sup>32</sup>*Ibid*, h. 193.

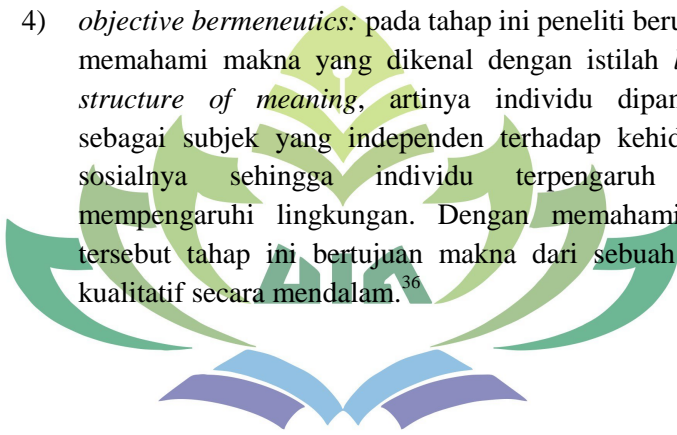
<sup>33</sup>*Ibid*, h. 137.

<sup>34</sup>*Ibid*, h. 140.

*analysis* digunakan untuk melihat makna mendalam yang terstruktur pada sebuah teks.<sup>35</sup>

Beberapa poin yang peneliti lakukan dalam proses *content analysis* dengan paradigma kualitatif menurut Sarantakos yaitu sebagai berikut:

- 1) *Summary*: Pada tahap ini peneliti melakukan reduksi, integrasi, generalisasi dan klasifikasi data dalam beberapa kategori tertentu.
- 2) *Explication*: tahap ini peneliti menjelaskan hasil ringkasan (*summary*) yang telah peneliti lakukan.
- 3) *Structuration*: pada tahap ini peneliti melakukan restrukturisasi data berdasarkan kriteria-kriteria yang ada untuk membentuk makna.
- 4) *objective hermeneutics*: pada tahap ini peneliti berupaya memahami makna yang dikenal dengan istilah *latent structure of meaning*, artinya individu dipandang sebagai subjek yang independen terhadap kehidupan sosialnya sehingga individu terpengaruh dan mempengaruhi lingkungan. Dengan memahami hal tersebut tahap ini bertujuan makna dari sebuah data kualitatif secara mendalam.<sup>36</sup>



---

<sup>35</sup>Asfi Manzilati, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*, (Malang: UB Press, 2017), h.91

<sup>36</sup>Ibid, h. 91

## BAB II

### RETORIKA DAKWAH GUS MIFTAH MELALUI MEDIA YOUTUBE

#### A. Retorika Dakwah

##### 1. Pengertian Retorika

Retorika berasal dari bahasa Yunani, *rhetor, orator, teacher*. Retorika juga dikenal dalam bahasa arab sebagai khutbah dan muhadhoroh. Dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah pidato. Secara umum retorika adalah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis. Dalam pemaknaannya, retorika diambil dalam bahasa inggris *rhetoric* bersumber dari perkataan latin *rhetorica* yang berarti ilmu bicara.<sup>37</sup>

Retorika juga dikenal dengan istilah *the art of speaking* yang artinya seni di dalam berbicara atau bercakap. Retorika adalah suatu ilmu yang mempelajari atau mempersoalkan tentang bagaimana cara berbicara yang mempunyai daya tarik yang mempesona sehingga orang yang mendengarkannya dapat mengerti dan tergugah perasaannya.<sup>38</sup>

Dalam konteks ini, bahwa kesenian berbicara bukan berarti asal bicara lancar tanpa pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan sesuatu kemampuan berbicara secara singkat, jelas, padat dan mengesankan. Tujuan retorika dimaksudkan untuk menyampaikan ide pikiran dan perasaan kepada orang lain agar mereka mengerti dan memahami apa yang kita sampaikan. Adapun istilah retorika menurut para ahli, yaitu :

- a. Jalaludin Rakhmat, berpendapat bahwa retorika adalah pemekaran bakat-bakat tertinggi manusia, yaitu rasio dan cita rasa lewat bahasa selaku kemampuan untuk berkomunikasi dalam medan pikiran.<sup>39</sup>
- b. Saputra, berpendapat bahwa retorika adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana bertutur kata dihadapan orang

---

<sup>37</sup>Fitriani Utami Dewi, *Public Speaking : Kunci Sukses Berbicara didepan Publik*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2018), 59.

<sup>38</sup>*Ibid.*, 60.

<sup>39</sup>Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern : Pendekatan Praktis*, (Bandung, PT Remaja Rosda Karya), 5.

- c. lain dengan sistematis, logis, untuk memberikan pemahaman dan menyakinkan orang lain.<sup>40</sup>
- d. Socrates, berpendapat bahwa retorika adalah demi kebenaran dialog sebagai tekniknyanya. Karena dengan dialog kebenaran akan timbul dengan sendirinya.<sup>41</sup>
- e. Plato, mendefinisikan bahwa retorika bertujuan memberikan kemampuan bahasa yang sempurna dan merupakan jalan bagi seseorang untuk memperoleh pengetahuan yang luas dan dalam terutama politik.<sup>42</sup>
- f. Aristoteles, berpendapat bahwa retorika adalah seni persuasi, suatu uraian yang harus di singkat, jelas, dan menyakinkan, dengan keindahan bahasa yang disusun untuk hal-hal yang bersifat memperbaiki, memerintah, mendorong, dan mempertahankan.<sup>43</sup>

Dari beberapa pengertian retorika diatas dapat disimpulkan bahwa, peran retorika sangat penting dalam dakwah dan bagi para da'i bagaimana cara menyampaikan dakwah dan kemudian audiens merasa terdorong untuk melaksanakannya. Didalam proses retorika usaha untuk melibatkan emosi dan rasio pihak audiens agar merasa terlibat dengan materi yang disampaikan merupakan inti dari sebuah retorika.

Retorika merupakan teknik penyampaian pesan yang paling banyak digunakan oleh seorang da'i dalam berdakwah, karena telah memiliki sejarah yang panjang Nabi Muhammad SAW ketika memulai dakwah secara terang-terangan, dan menyampaikan pesan dakwahnya dengan seni retorika. Retorika pada kemampuan berbicara sudah ada dan menjadi talenta sejak lahir.

Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa (*lingustik*), khususnya ilmu bina bicara (*Specherziehung*). Retorika sebagai bagian dari ilmu bicara yang mencakup:

---

<sup>40</sup>Wahidin Saputra, *Retorika Dakwah Lisan, (Teknik Khutbah)*, (Buku Ajar Fakultas Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Dakwah Pres, 2006), 2.

<sup>41</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 1990), 54.

<sup>42</sup>Hasanudin, *Retorika Da'wah dan Publisistik Dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), 16.

<sup>43</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung:Citra Aditya Bakti, 2003), 4.

## Monologika

Monologika adalah ilmu tentang seni bicara secara monolog, dimana hanya seorang yang bicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika ini adalah pidato, kata sambutan, ceramah, dan deklarasi.

### 1. Dialogika

Dialogika adalah ilmu tentang seni bicara secara dialog, dimana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam dialogika ini adalah diskusi, Tanya jawab, percakapan dan debat.

### 2. Pembinaan Teknik Bicara

Teknik bicara adalah syarat bagi retorika. Oleh karena itu, pembinaan teknik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Pada teknik ini lebih fokus pada teknik bernafas, menucapkan, bina suara dan membaca.<sup>44</sup>

## 2. Tujuan Retorika

Retorika pada awalnya berkaitan dengan persuasi, sehingga retorika adalah seni penyusunan argumentasi dan pembuatan naskah pidato. Persuasi dapat diartikan sebagai metode komunikasi berupa ajakan, permohonan, atau bujukan yang lebih menyentuh emosi, yaitu aspek afeksi dari manusia.<sup>45</sup>

Sedangkan menurut Erwin P. Bettinghaus (1973), persuasi merupakan suatu usaha yang disadari untuk mengubah sikap, kepercayaan atau perilaku orang melalui transmisi pesan.<sup>46</sup> Meskipun demikian persuasi dapat dipahami bahwa selain mengajak atau membujuk khalayak dengan menggugah emosi, tetapi juga dapat dilakukan dengan cara logis dengan menyentuh aspek kognitif individu, yaitu dengan menggugah khalayak berdasarkan kondisi dan situasi kepribadian khalayak.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup>P. Dori Wuwur Hendriko, *Retorika : Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi* (Yogyakarta: Kanisius, 1991).

<sup>45</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), cet-1, 261

<sup>46</sup>I Gusti Ngurah Oka, *Op. Cit*, 63

<sup>47</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), cet-1, 263.



Secara massa retorika bertujuan sebagai berikut:

1. *To inform*, memberikan penerangan dan pengertian kepada massa, guna memberikan penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.
2. *To Convince*, meyakinkan dan menginsafkan
3. *To Inspire*, menimbulkan inspirasi dengan teknik dan system penyampaian yang baik dan bijaksana.
4. *To Entertain*, menggembirakan, menghibur, atau menyenangkan, dan memuaskan.
5. *To Ectuate (to put into action)*, menggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak menetralsir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator dihadapan massa.<sup>48</sup>

### 3. Fungsi Retorika

I Gusti Ngurah Okta menjelaskan bahwa retorika adalah:

- a. Menyediakan gambaran yang jelas tentang manusia terutama dalam hubungan kegiatan bertuturnya, termasuk ke dalam gambaran ini antara lain gambaran proses kejiwaan ketika ia terdorong untuk bertutur dan ketika ia mengidentifikasi pokok persoalan dan retorika bertutur ditampilkan.
- b. Menampilkan gambaran yang jelas tentang bahasa atau benda yang biasa diangkat menjadi topic tutur. Misalnya saja gambaran tentang hakikatnya, strukturnya, fungsi dan sebagainya.
- c. Mengemukakan gambaran terperinci tentang masalah tutur misalnya dikemukakan gambaran tentang hakikatnya, strukturnya, bagian-bagiannya dan sebagainya.

Berdasarkan dengan penampilan gambaran ketiga hal tersebut di atas, disiapkan pula bimbingan tentang:

- a. Cara-cara memilih topik
- b. Cara-cara memandang dan menganalisa topik tutur untuk menentukan sasaran ulasan yang persuasive dan edukatif.
- c. Penulisan jenis tutur yang disesuaikan dan tujuan yang hendak dicapai.
- d. Pemilihan materi bahasa serta penyusunan menjadi kalimat-

---

<sup>48</sup>Toto Asmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, t.t), 156.

kalimat yang padat, utuh, dan bervariasi. Pemilihan gaya bahasa dan tutur dalam penampilan bertuturkata.<sup>49</sup>

#### 4. Lima Hukum Retorika

Dari Aristoteles dan ahli retorika klasik, memperoleh lima tahap penyusunan pidato: terkenal sebagai Lima Hukum Retorika (*The five Canons of Rhetoric*). Lima Hukum tersebut adalah:

1. *Invention* (penemuan bahan). Pada tahap ini, pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Bagi Aristoteles, retorika tidak lain daripada “kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu, metode persuasi yang ada”. Dalam tahap ini pembicara merumuskan tujuan dan khalayak. Aristoteles menyebutkan tiga cara untuk mempengaruhi manusia. Pertama, anda harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (*ethos*). Kedua, anda harus menyentuh hati khalayak: perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang mereka (*pathos*). Ketiga, anda meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti, disini anda mendekati khalayak lewat otaknya (*logos*).
2. *Dispositio* (*penyusunan bahan/materi*). Pada tahap ini, pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan. Pesan harus dibagi ke dalam beberapa bagian yang berkaitan secara logis. Seperti: pendahuluan, pembahasan, dan penutup.
3. *Elocutio* (*gaya/pemilihan bahasa yang indah*). Pada tahap ini, pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk “mengemas” pesannya. Gunakan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima; pilih kata-kata yang yang jelas dan langsung, sampaikan kalimat yang indah dan mulia dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak dan pembicara.
4. *Memoria* (*mengingat materi*). Pada tahap ini, pembicara harus mengingat apa yang ingin disampaikannya, dengan mengatur bahan-bahan pembicaraannya.
5. *Pronuntiatio* (*penyampaian*). Pada tahap ini, pembicara

---

<sup>49</sup>I Gusti Ngurah Oka, *Retorika Sebuah Tinjauan Pengantar*, hal. 65

menyampaikan pesannya secara lisan. Disini, acting sangat

6. berperan. Pembicara harus memperhatikan olah suara (*vocis*) dan gerakan-gerakan anggota badan (*gestus moderatio cumvenustate*).<sup>50</sup>

## 5. Prinsip-Prinsip Penyampaian Pidato

Dalam menyampaikan sebuah pesan atau berpidato ada suatu seni berbicara atau retorika. Didalam retorika mencakup daya ingat yang kuat, kreatif dan teknik pengungkapan yang tepat atau daya pembuktian serta penilaian yang tepat.<sup>51</sup> Untuk mengatasi itu semua, maka perlu adanya prinsip-prinsip dalam penyampaian pesan atau berpidato yang dikutip dari buku Retorika Modern Pendekatan Praktis, diantaranya yaitu:

- a. Pelihara kontak visual dan kontak mental dengan khalayak atau audiens.

Menjalin hubungan baik dengan pendengar atau audiens yaitu dengan cara melihat langsung, menyapu pandangan kesemua pendengar dengan perhatian terbagi, seperti melihat ke kanan, ke kiri dan ke tengah. Kegiatan inilah yang disebut dengan kontak visual.

Kemudian selanjutnya melakukan kontak mental yaitu dengan cara memperhatikan *feedback* atau umpan balik dari para pendengar.

Jika melihat audiens ada yang mengantuk atau tidak fokus, maka masukkan bahan-bahan materi yang menarik perhatian dengan memberikan analogi atau ilustrasi yang lucu.

- b. Gunakan lambang-lambang auditif atau olah vokal(*Paralanguage*)yang baik.

Olah vokal mengubah bunyi menjadi kata, ungkapan atau kalimat-kalimat.<sup>52</sup> Mengeluarkan suara merupakan tambahan makna atau bahkan membelokkan makna kata, ungkapan atau

---

<sup>50</sup>Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya)

<sup>51</sup>Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking, Kunci Sukses Bicara diDepan Publik: Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Puataka pelajar:2014), 17.

<sup>52</sup>Jalaludin Rahmat, *Rhetorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya: 1998), 79.

kalimat- kalimat. Ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam mengolah vokal, yaitu: *Pertama*, kejelasan (*intelligibility*), dalam hal ini dalam olah vokal harus diperhatikan. Artikulasi menunjukkan proses pembentukan bunyi oleh mekanisme vokal cara mengucapkan pada setiap bunyi.<sup>53</sup> *Kedua*, keragaman (*variety*). Keragaman terdiri dari nada atau tingkat tinggi rendahnya suara, durasi atau waktu yang diperlukan dalam mengucapkan kalimat-kalimat, kecepatan berbicara. Kecepatan berbicara dikontrol oleh hentian (*pause*). Karena disaat hentian tersebut menjadi peluang untuk berfikir kata apa yang tepat untuk disampaikan. *Ketiga*, ritma (*rhythm*) melakukan tekanan pada bunyi atau vokal, suku kata atau kalimat-kalimat dengan teratur. Beberapa Olah vokal (*Paralanguage*) :

#### 1) Pitch

Pitch dalam suara selagi berbicara tidak boleh terlalu tinggi maupun rendah, tetapi enak digunakan pembicara harus mempelajari berbagai variasi dalam pitch untuk menghasilkannya. Seseorang atau pembicara menggunakan pitch dalam suaranya untuk menekankan arti dalam pesan atau menunjukkan bahwa sesuatu yang bermakna yang umumnya terkait dengan kata tertentu harus diabaikan atau diinterpretasikan sebagai ironi atau sarkasme.<sup>54</sup>

Dalam bahasa-bahasa tonal biasanya dikenal lima macam pitch, yaitu :

- a) Nada naik atau tinggi yang diberi tanda garis keatas ↑
- b) Nada datar diberi tanda garis lurus mendatar
- c) Nada turun atau merendah diberi tandagaris menurun
- d) Nada turun naik, yakni nada yang merendah lalu meninggi diberi tanda
- e) Nada naik turun, yakni nada yang meninggi lalu merendah diberi tanda

---

<sup>53</sup>Artikulasi: kata-kata yang jelas: pengucapan: gerak alat ucap. Lihat, Tim Prima Pena, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Gitamedia Press, 2006), 45.

<sup>54</sup>Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, (Jakarta: Erlangga, 1989), 65.

2) *Pause* atau jeda

Jeda dapat diartikan sebagai bagian rate atau kecepatan saat berbicara yang berfungsi sebagai penguasa lisan. Umumnya jeda berguna untuk titik pemisah. Sebagai pemisah satu kesatuan pikiran atau memodifikasi ide, dalam penulisan berfungsi sebagai koma. Jeda panjang biasanya berguna untuk memisahkan pemikiran yang lengkap seperti kalimat, tanda tanya, tanda seru dalam sebuah kalimat didalam tulisan.<sup>55</sup> Bagi pembicara, hentian memberinya peluang untuk berfikir, mencari ide, kata yang tepat dan merencanakan gagasan yang akan disampaikan. Hentian juga digunakan untuk mrngatur satuan-satuan pikiran.<sup>56</sup>

## 3) Berbicara dengan seluruh kepribadian diri, dengan wajah, tangan dan tubuh atau visual.

Gerak tubuh (*body action*) sangat penting dalam menyampaikan pesan atau beretorika, karena hal digunakan untuk menyampaikan makna yang ada didalam pesan saat pesan tersebut disampaikan dan memberikan semangat atau perhatian menarik dalam menyampaikan pesan. Dengan tambahan gerak tubuh, pendengar atau audiens dapat merasakan apa yang da'i sampaikan dan bisa menyalurkan energi dalam tubuhnya. Ada beberapa gerakan tubuh dalam penyampaian pesan, diantaranya : gerak berjalan dari tempat satu ke tempat yang lainnya. Kemudian ada beberapa gerakan sebagian tubuh, diantaranya: gerakan tangan, gerakan kepala dan lain sebagainya.

## B. Gaya Bahasa

### 1. Pengertian Bahasa

Bahasa adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya dengan menggunakan tanda, misalnya kata dan gerakan.

---

<sup>55</sup>Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu* (Jakarta: Erlangga, 1989), 66.

<sup>56</sup>Jalalluddin Rakhmat, *Retorika Modern* (Bandung: PT Remaja rosdakarya, 2012), 83.

Perkiraan jumlah bahasa di dunia beragam antara 6.000–7.000 bahasa. Namun, perkiraan tepatnya bergantung pada suatu perubahan sembarang yang mungkin terjadi antara bahasa dan dialek. Bahasa alami adalah berbicara atau bahasa isyarat, tetapi setiap bahasa dapat disandikan ke dalam media kedua menggunakan stimulus audio, visual, atau taktil, sebagai contohnya, tulisan grafis, braille, atau siulan. Hal ini karena bahasa manusia bersifat independen terhadap modalitas. Sebagai konsep umum, "bahasa" bisa mengacu pada kemampuan kognitif untuk dapat mempelajari dan menggunakan sistem komunikasi yang kompleks, atau untuk menjelaskan sekumpulan aturan yang membentuk sistem tersebut atau sekumpulan pengucapan yang dapat dihasilkan dari aturan-aturan tersebut. Semua bahasa bergantung pada proses semiosis untuk menghubungkan isyarat dengan makna tertentu.

Pengertian bahasa menurut ahli:

- a. Menurut **Kridalaksana** dan **Djoko Kentjono**, bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri.
- b. **William A. Haviland**: Bahasa adalah suatu sistem bunyi yang jika digabungkan menurut aturan tertentu menimbulkan arti yang dapat ditangkap oleh semua orang yang berbicara dalam bahasa itu.
- c. **Sudaryono**: Bahasa adalah sarana komunikasi yang efektif walaupun tidak sempurna sehingga ketidaksempurnaan bahasa sebagai sarana komunikasi menjadi salah satu sumber terjadinya kesalahpahaman
- d. **Keraf** dalam Smarapradhipa memberikan dua pengertian bahasa. Pengertian pertama menyatakan bahasa sebagai alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Kedua, bahasa adalah sistem komunikasi yang mempergunakan simbol-simbol vokal (bunyi ujaran) yang bersifat arbitrer.
- e. **Wibowo** (2001), bahasa adalah sistem simbol bunyi yang bermakna dan berartikulasi (dihasilkan oleh alat ucap) yang bersifat arbitrer dan konvensional, yang dipakai sebagai alat

berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan perasaan dan pikiran.

- f. Dari beberapa pengertian diatas, bahasa dapat disimpulkan sebagai alat komunikasi yang dimiliki manusia secara individu untuk berinteraksi dengan manusia lainnya, dalam artian bahasa merupakan alat komunikasi yang dimiliki manusia secara alami. Kemampuan manusia berbahasa dapat diperoleh dari lingkungan sehingga disebut gaya bahasa, sedangkan jenis bahasa yang dimiliki berpengaruh pada usaha manusia untuk mempelajari bahasa tertentu. Bisa dikatakan bahwa bahasa merupakan alat komunikasi secara alami untuk menyampaikan pesan kepada orang lain.

### **C. Gestur Tubuh**

#### **1. Pengertian gestur**

Gestur atau gerak tubuh sangat penting dalam menyampaikan pesan atau beretorika, karena hal ini digunakan untuk menyampaikan makna yang ada didalam pesan saat pesan tersebut disampaikan dan memberi semangat atau perhatian menarik dalam menyampaikan pesan. Dengan tambahan gerak tubuh, pendengar atau audiens dapat merasakan apa yang da'i sampaikan dan bisa menyalurkan energi dalam tubuhnya. Gerak tubuh juga dapat memperkuat bunyi, vokal saat menyampaikan pesan dakwah.

### **D. Dakwah**

#### **1. Pengertian Dakwah**

Dakwah merupakan suatu profesi, dimana profesi itu membutuhkan suatu skill, planing, dan manajemen yang handal. Kegiatan dakwah sendiri sering dipahami sebagai kegiatan yang menyerukan atau mengajak umat islam untuk mencari atau memberikan solusi terhadap masalah hidup.

Pengertian dakwah. Dakwah berasal dari bahasa arab yang mempunyai arti menyeru, memanggil. Orang yang berdakwah disebut da'i (orang yang berdakwah)

## 2. Unsur-Unsur Dakwah

Da'i secara epistemologis berasal dari bahasa Arab, bentuk isim fail (kata menunjukkan pelaku) dan asal kata dakwah artinya orang yang melakukan dakwah, atau dapat diartikan sebagai orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain (mad'u).<sup>57</sup>

Secara umum dapat dikatakan bahwa setiap muslim yang mukallaf (dewasa) secara otomatis dapat berperan sebagai da'i/mubaligh (komunikator) yang mempunyai kewajiban untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam kepada seluruh umat manusia.<sup>58</sup>

Adapun syarat atau kemampuan yang harus dimiliki seorang da'i adalah:

- 1) Memiliki pemahaman agama Islam secara tepat dan benar
- 2) Memiliki pemahaman hakekat gerakan dan tujuandakwah
- 3) Memiliki akhlakulkarimah
- 4) Mengetahui perkembangan pengetahuan yang relatif luas
- 5) Mencintai audiens atau mad'u dengan luas
- 6) Mengenal kondisi dengan baik.<sup>59</sup>

Setiap muslim yang hendak menyampaikan dakwah, khususnya da'i seyogianya memiliki kepribadian yang baik untuk menunjang keberhasilan dakwah, baik kepribadian yang bersifat rohaniah (psikologis) atau kepribadian yang bersifat jasmaniah (fisik).<sup>60</sup>

## 3. Objek Dakwah (Mad'u)

Secara etimologi kata *mad'ud* dari bahasa Arab, diambil dari bentuk isim *maf'ul* (kata yang menunjukkan objek atau sasaran). Menurut terminologi mad'u adalah orang atau kelompok yang lazim disebut dengan jama'ah yang sedang menuntut ajaran agama dari seorang da'i.<sup>61</sup>

Dengan klasifikasi penerimaan dakwah, maka dakwah lebih

<sup>57</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada), 261.

<sup>58</sup>Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah), 146.

<sup>59</sup>Abdul Munir Mulkham, *Idiologi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta: Sippres, 1996), 237-239.

<sup>60</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada), 262.

<sup>61</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada), 279.



terarah karena disampaikan secara serampangan tetapi mengarah kepada profesionalisme. Makamad'u sebagai sasaran atau objek dakwah akan dengan mudah menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh subjek (da'i) saat berdakwah.<sup>62</sup>

Sehubungan dengan kenyataan yang berkembang dalam masyarakat, jika dilihat dari aspek kehidupan psikologis, maka pelaksanaan program kegiatan dakwah, sasaran dakwahnya terbagi menjadi:

- a. Saran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari segi sosiologis berupa masyarakat di daerah marginal dan kotabesar.
- b. Sasaran berupa kelompok-kelompok masyarakat dilihat dari segi struktur kelembagaan berupa masyarakat pemerintah dan keluarga.
- c. Sasaran yang berupa kelompok masyarakat dilihat dari segi social budaya berupa golongan priyayi, abangan dan santri. Klasifikasi ini terutama terdapat dalam masyarakat Jawa.
- d. Sasaran yang berhubungan dengan golongan dilihat dari segi tingkat usia berupa golongan anak-anak, remaja dan orangtua.
- e. Sasaran yang menyangkut golongan dilihat dari segi tingkat hidup social ekonomi berupa golongan orang kaya, menengah dan miskin.
- f. Sasaran yang menyangkut golongan masyarakat dilihat dari pekerjaan berupa golongan petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri, dan sebagainya.
- g. Sasaran yang menyangkut kelompok masyarakat dilihat dari jenis kelamin berupa golongan pria, wanita, dan sebagainya.<sup>63</sup>

#### 4. Metode Dakwah

Metode berasal dari bahasa Jerman *methodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani, metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*. Metode yaitu cara yang telah teratur dan terpikir baik-baik untuk mencapai sesuatu maksud (dalam ilmu pengetahuan dan

---

<sup>62</sup>Samsul Munir Amin, *rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: AMZAH, Januari 2008), 28-29.

<sup>63</sup>Muzayin Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara), 30.

sebagainya).<sup>64</sup>

Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah.<sup>65</sup> Adapun dalam metode dalam melaksanakan dakwah tercantum dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125, yang menunjukkan bahwa metode dakwah itu ada 3 cara, yaitu:

- a. *Al-Hikmah*
- b. *Al-mauidzatilHasanah*
- c. *Al-Mujadalah Allati HiyaAhsan*.<sup>66</sup>

Menurut Prof. Toha Jahja Omar MA, *al-hikmah* artinya meletakkan sesuatu pada tempatnya dan kitalah yang harus berfikir, berusaha menyusun dan mengatur cara-cara dengan menyesuaikan kepada keadaan dan zaman, asal tidak bertentangan dengan hal-hal yang dilarang oleh Tuhan.<sup>67</sup>

*Al-Mauidzatil Hasanah* yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.<sup>68</sup>

*Al-Mujadalah Allati Hiya Ahsan* adalah merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.<sup>69</sup>

## 5. Tujuan Dakwah

Nilai idealis atau cita-cita mulia yang hendak dicapai dalam aktifitas dakwah adalah tujuan dakwah. Tujuan dakwah, harus diketahui oleh setiap juru dakwah atau da'i. Karena seseorang yang melakukan aktifitas dakwah pada dasarnya harus mengetahui tujuan apa yang dilakukannya itu. Tanpa mengetahui tujuan dari aktivitas

<sup>64</sup>Hasanuddin, *Hukum Dakwah: Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya), 35.

<sup>65</sup>Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Ciputat: Logos, 1997), hal. 34

<sup>66</sup>Hasanuddin, *Hukum Dakwah: Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya), 36.

<sup>67</sup>Ibid, 36.

<sup>68</sup>Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta dan Prenada Media Kencana), 34.

<sup>69</sup>Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 255.

dakwah tersebut, maka dakwah tidak mempunyai makna apa-apa.<sup>70</sup>

Secara umum tujuan dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah SWT. Adapun tujuan dakwah dibedakan dalam dua macam tujuan, yaitu:

- a. Tujuan Umum Dakwah (Mayor Objektive). Tujuan umum dakwah merupakan suatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Ini berarti bertujuan dakwah yang masih bersifat umum dan utama, dimana seluruh gerak langkahnya proses dakwah harus ditunjukkan dan diarahkan kepadanya.
- b. Tujuan Khusus Dakwah (Minor Objektive). Tujuan ini merupakan perumusan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas dan diketahui kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa, bagaimana dan sebagainya secara terperinci.<sup>71</sup>

## 6. Materi Dakwah

Materi dakwah (Maddah Ad-Da'wah) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya.<sup>72</sup>

Secara konseptual materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun pada dasarnya secara global materi dakwah ada tiga pokok, yaitu:

1. Masalah keimanan (*aqidah*)
2. Masalah keIslaman (*syariat*)
3. Masalah budi pekerti (*akhlakulkarimah*).<sup>73</sup>

Pada dasarnya materi dakwah dapat disesuaikan ketika seorang da'i menyampaikan materi dakwahnya kepada mad'u. Pokok-

<sup>70</sup>Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah), 58.

<sup>71</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 51-53.

<sup>72</sup>Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), 140.

<sup>73</sup>Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah), 89.

pokok materi dakwah yang disampaikan, juga harus melihat situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima dakwah. Dengan demikian materi dakwah yang berisi pesan-pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh penerima dakwah.

## 7. Media Dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.<sup>74</sup>

Seorang da'i atau juru dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia tidak akan lepas dari sarana atau media. Kepandaian untuk memilih media atau sarana yang tepat merupakan salah satu unsur keberhasilan dakwah.

Terlebih dalam mengantisipasi perkembangan zaman saat ini dimana ilmu pengetahuan berkembang dengan pesat yang ditandai dengan kemajuan kecanggihan teknologi. Ketertinggalan umat Islam dan ketertutupan dari dunia luar, sedikit banyak menjadi salah satu penyebab ketidak berhasilan dakwah.<sup>75</sup>

Adapun yang yang dimaksud dengan media dakwah, adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar. Oleh karena itu seorang mubaligh hendaknya dapat memanfaatkan berbagai media tersebut untuk melaksanakan kegiatan dakwahnya.<sup>76</sup>

## 8. Bentuk-Bentuk Dakwah

Secara umum dakwah Islam itu dapat dikategorikan kedalam tiga macam bentuk, yaitu:

- a. *Dakwah bi Al-Lisan* yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik

---

<sup>74</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya:Al-Ikhlash),163.

<sup>75</sup>Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), 35.

<sup>76</sup>*Ibid.*, h.35.

ceramah di majelis taklim, khutbah Jum'at di masjid-masjid atau ceramah-ceramapengajian.

- b. *Dakwah bi Al-Hal* yaitu dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata, yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.
- c. *Dakwah bi Al-Qalam* yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan oleh keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh *dakwah bi Al-qalam* ini lebih luas dari pada melalui media lisan, demikian pula dengan metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya, kapan saja mad'u dapat menikmati sajian *dakwah bi Al- qalamini*.<sup>77</sup>

Sementara menurut M. Masyhur Amin, membagi dakwah Islam ke dalam tiga macam bentuk dakwah, yaitu:

- a. *Dakwah bi al-lisan al-maqal*, seperti yang selama ini dipahami, melalui pengajian, kelompok majlis taklim, dimana ajaran Islam disampaikan oleh da'i secara langsung. Biasanya dakwah yang demikian ini dikaitkan dengan perayaan hari-hari besar Islam, seperti maulid Nabi Muhammad SAW, Nuzulul Qur'an, Isra Mi'raj, kultum menjelang shalat terawih dan sebagainya.
- b. *Dakwah bi al-lisan al-hal*, melalui proyek-proyek pengembangan masyarakat atau pengabdian masyarakat.
- c. *Dakwah melalui social reconstruction*, yang bersifat multidimensional. Contoh dakwah ini dakwah Rasulullah SAW, yang membangun kembali masyarakat Arab, dari masyarakat jahiliyah.

## E. Media Dakwah (Youtube)

### 1. Pengertian Media Sosial

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian :

- a. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewedahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).

---

<sup>77</sup>Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah), hal. 11

- b. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*toco-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut bahwa definisi media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berkerjasama, berbagai berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”.<sup>78</sup>

## 2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial di banding media lainnya.<sup>79</sup> Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

- a. Jaringan (*network*) antar pengguna  
Kata “jaringan” (*network*) bisa dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan anatara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. media sosial terbangundari struktur social yang terbentuk dalam jaringan atau internet.<sup>80</sup> Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai kepada struktur sosial secara *online*.
- b. Informasi (*Information*)  
Informasi diproduksi dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru kapitalisme yang dalam pembahasannya sering disebut dengan berbagai istilah, seperti informational, serta pengetahuan atau knowing. Di media

---

<sup>78</sup>Musthofa, Prinsip Dakwah Via Media Sosial. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, XVI.2016.

<sup>79</sup>Abdullah, Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah), (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018), 159.

<sup>80</sup>*Ibid.*, 161.

social, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.<sup>81</sup>

c. Arsip (archive)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa di akses kapanpundan melalui perangkat apa pun.<sup>82</sup> dengan munculnya teknologi komunikasi, ada perubahan terhadap arsip, yakni: kemampuan dari setiap arsip dan melakukan perubahan terhadapnya. Serta arsip menjadi lebih berkembang.

d. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antara penggunaterssebut.<sup>83</sup>

e. Simulasi (*simulation*) sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial didekati oleh teori-teori sosial, media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real. Misalnya, penggunaan media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital (*digital citizenship*) yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.<sup>84</sup>

f. Penyebaran (*share/sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media social. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan oleh penggunannya, tetapi

---

<sup>81</sup>Online, tersedia di <https://ppidkemkominfo.files.wordpress.com/2012/11/uu-no-11-tahun-2008-tentang-ite.pdf> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2021)

<sup>82</sup>Murniaty Sirajuddin, Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan), (Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 1, No.1, Desember 2014), 12.

<sup>83</sup>*Ibid.*, 14.

<sup>84</sup>Abdullah, Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah), (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018),175



didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis.

*Pertama*, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain.<sup>85</sup> *Kedua*, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol “*share*” di *YouTube* yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.<sup>86</sup> Kekuatan dari penyebaran secara perangkat juga dimanfaatkan oleh banyak medium di internet. Mulai dari media berita *online*, situs perusahaan, sampai pada media pendidikan di internet pun menggunakan/menyematkan tombol “*share*” di laman mereka.

### 3. Manfaat Media Sosial

- a. Jangkauan koneksi keseluruhdunia  
Tidak ada cara yang lebih mudah untuk menemukan seseorang selain menggunakan media sosial. Teman, sahabat pena dari luar negeri, bahkan rekan kerja bisa dengan cepat anda temukan dengan sosial media.
- b. Mempertemukan orang dengan ketertarikan yang sama  
Ketika anda memilih untuk berpartisipasi dalam sebuah komunitas di jejaring sosial anda dapat memilih komunitas yang sesuai dan anda inginkan. Misalnya anda ikut buku, olahraga dan lain-lainnya.
- c. Berbagi informasi secara real time  
Banyak sosial media yang dilengkapi dengan fitur untuk melakukan chat sehingga antara anda dan orang lain bisa berkomunikasi dan bertukar informasi secara real time. Mungkin ini merupakan fungsi awal sosial media pertama kali diciptkan, untuk berkomunikasi.
- d. Menjangkau target pasar

---

<sup>85</sup>*Ibid.*, 176.

<sup>86</sup>*Ibid.*, 177.



Jika anda memiliki organisasi non-profit ataupun pemilik sebuah perusahaan produk atau jasa, sosial media akan sangat membantu anda untuk mencapai jutaan orang kapanpun anda mau. Sosial media memungkinkan anda untuk menyebarkan konten produk atau jasa ke para target anda.

e. Peningkatan sirkulasi informasi

Tidak diragukan lagi sosial media telah merevolusi kecepatan sirkulasi informasi atau berita. Banyak organisasi atau kantor berita yang bergantung pada sosial media untuk mengumpulkan dan membagikan informasi. Kini youtube telah menjadi sumber utama bagi masyarakat dan juga anda untuk mendapatkan berita. Siapapun dapat mengetahui apa saja.

#### 4. Pengertian Youtube

Youtube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna youtube sendiri. Youtube juga digunakan untuk memasarkan sebuah produk dengan cara memasukan sebuah video tersebut ke youtube sehingga bisa dibilang sebagai sarana iklan yang gratis, juga bermanfaat berbagai ilmu.

Sebagai contohnya mengunggah video dakwah. Namun sebagai pengguna harus cerdas dan dapat memilih website yang benar dikarenakan banyak informasi yang menyesatkan dan harus membaca sumbernya terlebih dahulu.<sup>87</sup>

Untuk mengakses video yang ada di youtube dengan menggunakan jaringan internet dengan adanya jaringan internet dapat membantu mengakses situs web yang ada di youtube, internet sendiri berasal dari kata *interconnected networking*. *Networking* dalam bahasa Indonesia bermakna jaringan, sementara *interconnected* berarti saling berkaitan sehingga internet berarti jaringan komputer yang saling berkaitan.<sup>88</sup> Internet juga dikenal dengan “NET” saja yang merupakan jaringan terbesar didunia, dengan internet kita bisa menghubungkan

---

<sup>87</sup>Online, tersedia di:<http://mantuidaman.blogspot.co.id/2012/11> (di akses pada tanggal 30 Oktober 2021)

<sup>88</sup>Ali Akbar, *Cepat dan mudah membuat situs internet*, (Semarang: Neomedia Press, 2006), 24.

antara jaringan komputer.<sup>89</sup>

Youtube merupakan salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Media sendiri memiliki kegunaan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.<sup>90</sup> Sebagai media pengantar informasi *youtube* banyak digunakan oleh kalangan para remaja yang mencari informasi. Berdasarkan data Alexa.com dibulan Mei 2016, *youtube* merupakan situs terpopuler nomor dua di dunia. Bahkan di Indonesia, *youtube* menempati peringkat tiga sebagai situs terpopuler di Indonesia.<sup>91</sup>

### 5. Kelebihan dan Kekurangan *Youtube*

Sekarang ini *youtube* sangat populer sekali karena memiliki banyak sekali manfaat dan kemudahan bagi pengunjungnya. Meskipun demikian sebuah web tidak mungkin tidak memiliki kekurangan. Tetapi disamping memiliki kekurangan web juga memiliki kelebihan. Berikut kekurangan dan kelebihan dari *youtube*.

Kelebihan dari *youtube* adalah sebagai berikut:

- a. Dengan *youtube* kita bisa melihat dan mengambil beberapa video yang belum kita lihat di TV sebelumnya, sehingga kita tidak melewatkan informasi maupun infotainment.
- b. Didalam *youtube* terdapat menu “*search*” sehingga apabila kita masukan nama atau jenis video yang mau diambil maka secara otomatis dan cepat akan muncul video yang kita inginkan.
- c. Di *youtube* terdapat berbagai jenis format video yang bisa kita pilih sesuai dengan aplikasi pemutar video yang kita punya.
- d. Gambar video di *youtube* sudah bagus sehingga kita nyaman dan jelas apabila kita menontonnya.<sup>92</sup>

Kekurangan dari *youtube* adalah sebagai berikut:

- a. Apabila koneksi internet kita lagi lama atau lemot, maka dalam mengambil video di *youtube* pun akan terganggu dan mungkin kita akan menunggu terlalu lama.

---

<sup>89</sup>Khoe Yao Tung, Dan Markus Isan Limas, *Cara Menjadi Kaya Dan Pintar Melalui Internet*, (Jakarta: PT Dynast Indo adiperkasa Internasional), 14.

<sup>90</sup>Azhar Asyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 3.

<sup>91</sup>Jefferly Herlianthusonfri, *Youtube Marketing* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2016), 5.

<sup>92</sup>Deny Setyawan, *Rahasia Mendapat Dolar Dari Youtube* (Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2016), 68.

- b. Video didalam *youtube* umumnya memiliki ukuran atau kapasitas sangat besar.
- c. *Youtube* tidak menyediakan aplikasi pengambilan video di website, sehingga kita harus mencari aplikasi lain seperti *keepvid* dan *youtube downloader*.
- d. *Youtube* menyediakan fasilitas upload video bagi siapa saja, sehingga disini dapat disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya saja upload video porno dan video tentang penghinaan terhadap golongan tertentu.
- e. Perkembangan teknologi yang semakin pesat semakin mudah pula seseorang bisa mengakses berbagai macam video, gambar, *ebook*, ataupun artikel.

Akibatnya banyak yang menggunakan media internet sebagai tempat pelarian untuk mencari hal-hal baru, Contohnya seperti di *youtube* semua orang bisa mengakses berbagai macam video yang telah di unggah oleh orang banyak. Pemanfaatan *youtube* ini dapat berdampak positif bagi penggunanya bila digunakan untuk mencari berbagai macam tutorial ataupun mengunggah video yang kita punya. Bila *youtube* hanya digunakan untuk mencari video yang tidak etis maka hal tersebut dapat berdampak negatif bagi pengguna.<sup>93</sup>

## **6. Pengaruh Positif dan Negative Youtube**

*Youtube* adalah salah satu media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video clip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna *youtube* itu sendiri. Dimana kita bisa menikmati media sosial *youtube* ini dengan cara melihat video atau gambar yang bergerak. Dan kita mengetahui bahwa *youtube* ini sangat mudah untuk digunakan dan kini hadir di aplikasi ponsel seluler.

*Youtube* merupakan salah satu media sosial yang sangat populer sekarang. Dimana sekarang banyak orang yang menggunakan *youtube* sebagai tempat berkarya terutama untuk anak muda. Rata-rata anak muda yang menggunakan *youtube* sebagai tempat berkarya adalah dengan membuat video-video mulai dari video yang lucu, romantis dan lain sebagainya. Orang-orang yang menggunakan *youtube* sebagai tempat mereka untuk berkarya mereka biasa disebut *youtubers*. Oleh

---

<sup>93</sup>*Ibid.*, 70.

karena itu tidak sedikit orang-orang menjadi terkenal hanya dengan mengunggah video mereka di *youtube*. *Youtube* juga bisa menjadi wadah untuk memiliki penghasilan. Dimana jika video yang diupload memiliki *viewers* yang sangat banyak maka itu akan menjadi royalti untuk si pengupload. Maka dari itu sekarang *youtube* sangat diminati oleh berbagai kalangan. Dan juga *youtube* ini menjadi media sosial yang sangat populer karena pengguna dan penikmatnya bisa menggunakan secara gratis entah untuk mengupload video atau sekedar menikmati video di *youtube*.

Namun dari semua keuntungan dalam menggunakan atau menikmati *youtube* ada dampak yang ditimbulkan yaitu Dampak Positif dan dampak negatif. Itu semua tergantung dari pemanfaatan *youtube* ini sendiri bagi penggunanya berikut dampak positifnya yaitu:

- a. Dapat mencari videodakwah
- b. Dapat mencari videotutorial
- c. Bisa menjadi artis dadakan
- d. Bisa berbagi video kecerian dengan berbagai video yang kita miliki

Selain daripada dampak positif *youtube* ini juga mempunyai dampak negatif. Dampak negatifnya yaitu :

- a. Dapat dipakai untuk mencari videoporno
- b. Video-videokekerasan
- c. Video yang dapat menjelek-jelekkan seseorang.<sup>94</sup>

## 7. Youtube Sebagai Media Sosial

Media sosial memang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari untuk mencari sebuah informasi ataupun berkomunikasi dengan teman melalui media sosial, media sendiri dapat memberikan manfaat bagi pembangunan karena dengan informasi yang akurat juga mempercepat pemecahan masalah, kemajuan teknologi informasi akan dapat memperlancar dan mempermudah proses pembangunan terutama dalam kaitannya dengan penyiaran informasi yang ada di *youtube* agar terbetuknya situasi psikologis dan kesadaran pada remaja tentang manfaat dari rencana pembangunan.

Media yang sehat dapat memberikan berbagai pendidikan dan ilmu pengetahuan yang berguna untuk menumbuhkan bakat dan

---

<sup>94</sup>Jeffrerly Helianthusonfri, *Youtube Marketing*, 10.

wawasan penalaran kepada semua khalayak ramai, meskipun usiannya berbeda-beda, alhasil jika media dipegang oleh tangan seseorang yang terpercaya dan dikelola dengan siasat yang sehat dan membangun sesuai dengan prinsip dan akhlak umat maka akan memberikan dampak positif dan peran aktif dalam membina kehidupan yang adil, makmur, seimbang, jasmani danrohani.<sup>95</sup>



---

<sup>95</sup>Muna Hada Yakan, *Hati-hati Terhadap Media Yang Merusak Anak*, (Jakarta: Gema Insani Pers,2000) Cet 9, 17.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian (Dasar-Dasar Penyelidikan Ilmiah)*, Padang: UNP Press, 2010.
- Abdul Munir Mulkham, *Idiologi Gerakan Dakwah*, Yogyakarta: Sypress, 1996.
- Abdul Rauf Ridzuan, *Islamisasi Media*, Kuala Lumpur: Medina, 2014.
- Abdullah, *Ilmu Dakwah (Kajian Ontologi, Epistimologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah)*, Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2018.
- Ahmad Warson Munawir, *Kamus al-Munawir*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Ali Akbar, *Cepat dan mudah membuat situs internet*, Semarang: Neomedia Press, 2006.
- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Asfi Manzilati, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*, Malang: UB Press, 2017.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1983.
- Atwar Bajari, *Metode Penelitian Komunikasi (Prosedur, Terend, dan Etika)*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Azhar Asyad, *Media Pembelajaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basit Abdul, *Filsafat Dakwah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo 2013.
- Burhan Bungin, *Metodologi penelitian Kuantitatif*, cet-9, Jakarta: Kencana, 2017.
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2012.
- Deny Setyawan, *Rahasia mendapat Dolar Dari Youtube*, Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2016.
- Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, *Retorika Suatu Pendekatan Terpadu*, Jakarta: Erlangga. 1989.

- Fitria Ayuningtyas, Ahmad Zakki Abdullah, *Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online*, (2017).
- Fitriani Utami Dewi, *Public Speaking : Kunci Sukses Berbicara didepan Publik*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2018.
- H. Muh. Arifin, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Bumi Aksara, 1991.
- Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlash, 1993.
- Hasanuddin, *Hukum Dakwah: Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia* Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Hasanudin, *Retorika Da'wah dan Publisistik Dalam Kepemimpinan*, Surabaya: Usaha Nasional, 1982.
- Ismail, Ilyas dan Hotman, Prio. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dalam Peradaban Islam*, Jakarta : Kencana, 2011
- Jalalluddin Rakhmat, *Retorika Modern*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Jefferly Herlianthusonfri, *Youtube Marketing*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2016.
- Kartini Kartono, *Metodologi Penelitian*, Bandung, Mandar Maju, 1996.
- Khoe Yao Tung, Dan Markus Isan Limas, *Cara Menjadi Kaya Dan Pintar Melalui Internet*, Jakarta: PT Dynast Indoadiperkasa Internasional.
- Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Muhammad Idrus, *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta: Gelora Aksa Pratama, 2009.
- Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Rahmat Semesta dan Prenada Media Kencana.
- Muna Hada Yakan, *Hati-hati Terhadap Media Yang Merusak Anak*, Jakarta: Gema Insani Pers, 2000.
- Murniaty Sirajuddin, Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan), *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 1, No.1, Desember 2014.
- Musthofa, Prinsip Dakwah Via Media Sosial. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, XVI. 2016.

- Muzayin Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, (Jakarta: Bumi Aksara)
- Ni'matuzahroh, *Teori dan Aplikasi dalam Psikologi* (Malang: Press UMM, 2018)
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- P. Dori Wuwur Hendriko, *Retorika : Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi* Yogyakarta: Kanisius, 1991.
- Rustono Farady Marta, Denise Monica William, *Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumobo*, (2017), 67-68.
- , *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah)
- Samsul Munir Amin, *rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: AMZAH, Januari 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali pers, 2010.
- Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Pustaka, 2012.
- Toto Asmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, t.t)
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada).
- Wahidin Saputra, *Retorika Dakwah Lisan, (Teknik Khutbah)*, Buku Ajar Fakultas Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Dakwah Pres, 2006
- Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Ciputat: Logos, 1997.
- Z Hidayat, *„Asian Youth Cultural Expression, Creativity, and Innovation on Youtube’*, 14.1 (2017), hal. 5-6



**B. INTERNET**

On-Line, <https://m.viva.co.id/amp/siapa/read/953-gus-miftah>, diakses 27 September 2021

Online, tersedia di <https://ppidkemkominfo.files.wordpress.com/2012/11/uu-no-11-tahun-2008-tentang-ite.pdf> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2021)

Online, tersedia di: <http://id.m.wikipedia.org/wiki/youtube> (diakses pada 27 September 2021)

Online, tersedia di: <http://mantuidaman.blogspot.co.id/2012/11> (di akses pada tanggal 30 Oktober 2021)

Online, tersedia di: <https://m.viva.co.id/amp/siapa/read/953-gus-miftah> (diakses 27 September 2021)

Online, tersedia di: <https://m.viva.co.id/amp/siapa/read/953-gus-miftah> (diakses 27 September 2021)

Youtube Tv Amatir 01, diakses pada 27 September 2021

