

**RETORIKA DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT
DALAM AKUN YOUTUBE**

SKRIPSI

**Oleh :
RIKA RIZKI YAMADA SEPTIYANI
NPM. 1841010428**



Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/ 2023 M**

**RETORIKA DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT
DALAM AKUN YOUTUBE**

SKRIPSI

Oleh :
RIKA RIZKI YAMADA SEPTIYANI
NPM. 1841010428



Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof. Dr. H. M. Bahri Ghozali, M.A
Pembimbing II : Subhan Arif, S.Ag., M.Ag

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023 M

ABSTRAK

Retorika sangat penting bagi seorang dai dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada masyarakat/mad'u, terlepas dari latar belakang masing – masing setiap dai itu sendiri. bagi seorang dai, yang senantiasa menyampaikan dakwah kepada masyarakat/mad'u, Karena itu apa yang disampaikan harus bisa mengambil hati mad'u dan menyentuhnya. Ustadz Adi Hidayat memiliki kemampuan untuk menggunakan teknik-teknik retorika yang efektif. Misalnya, dia dapat menggunakan gaya berbicara yang emosional, seperti penggunaan intonasi suara yang kuat atau perubahan tempo dalam pidatonya untuk menarik perhatian dan menekankan poin-poin penting.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Gaya Retorika Dakwah Ust Adi Hidayat dalam video tentang “[Klik Adi] Menjawab Argumen Semua Agama sama di channel youtube Adi Hidayat Official”. Adapun jenis penelitian yang penelitian gunakan adalah penelitian kualitatif dan sifat penelitian bersifat penelitian deskriptif, Metode yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini digunakan metode dokumentasi dan observasi.

hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam video yang diamati penulis mulai bulan maret 2022 - Oktober 2023, retorika dakwah ustadz adi hidayat dalam akun youtube terdapat, Gaya bahasa yang terdiri dari gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yaitu gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, gaya bahasa percakapan, gaya bahasa berdasarkan nada, Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yaitu gaya bahasa klimaks, Paralelisme, Antitesis, gaya bahasa repetisi yaitu Tautotes. Gaya suara Ustadz Adi Hidayat dalam menyampaikan dakwahnya memperhatikan irama suara yakni pitch dan pause. Serta mampu meletakkan jeda pada bagian tertentu sehingga mad'u memahami isi ceramah apa saja yang disampaikan oleh Ustadz Adi Hidayat dengan tempo yang pas, santai. Tidak terlalu cepat dan tidak terlalu lambat. Dan Gaya gerak tubuh Ustadz Adi Hidayat selain menggunakan bahasa verbal, ustadz Adi Hidayat juga menggunakan bahasa non verbal, mulai dari pakaian berpakaian rapi dan sopan menggunakan baju batik lengkap dengan peci berwarna putih , Memberikan senyuman disaat menyampaikan ceramahnya. Dia mengerakkan tangan, jari, dan sorotan mata sebagai komunikasi non verbal yang mana untuk memperteguh, menekankan komunikasi verbalnya.

Kata kunci : Retorika Dakwah, Youtube, Ustadz Adi Hidayat

ABSTRACT

Rhetoric is very important for a preacher in conveying his da'wah message to the community / mad'u, regardless of the background of each preacher himself. For a preacher, who always delivers da'wah to the community / mad'u, therefore what is conveyed must be able to take mad'u heart and touch it. Ustadz Adi Hidayat had the ability to use effective rhetorical techniques. For example, he may use an emotional speaking style, such as the use of strong intonation of voice or a change in tempo in his speech to attract attention and emphasize key points.

This study aims to find out how Ust Adi Hidayat's Da'wah Rhetoric Style in the video about "[Klik Adi] Answering the Arguments of All Religions is the same on Adi Hidayat Official's youtube channel". The type of research that the research uses is qualitative research and the nature of the research is descriptive research, the method used to complement this research is used documentation and observation methods.

The results showed that in the video observed by the author from March 2022 - October 2023, Ustadz Adi Hidayat's da'wah rhetoric on the YouTube account contained, Language style consisting of language style based on word choice, namely official language style, unofficial language style, conversational language style, language style based on tone, Language style based on sentence structure, namely climax language style, Parallelism, Antithesis, repetition style i.e. Tautotes. Ustadz Adi Hidayat's voice style in delivering his da'wah pays attention to the rhythm of the sound, namely pitch and pause. As well as being able to put pauses in certain parts so that mad'u understand the content of any lecture delivered by Ustadz Adi Hidayat with the right tempo, relaxed. Not too fast and not too slow. And Ustadz Adi Hidayat's gestures style in addition to using verbal language, Ustadz Adi Hidayat also uses non-verbal language, ranging from neatly dressed and polite clothes using batik clothes complete with white peci, giving a smile when delivering his lecture. He moves his hands, fingers, and eyes as nonverbal communication which is to reinforce, emphasizing his verbal communication.

keywords: Retorika Dakwah, YouTube, Ustadz Adi Hidayat

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rika Rizki Yamada Septiyani
Npm : 1841010428
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “RETORIKA DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT DALAM AKUN YOUTUBE” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 16 November 2023
Penulis,



Rika Rizki Yamada Septiyani
NPM. 1841010428



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Bet. Kol. H. Endro Surwaini Sukarone, Bandar Lampung 35131 Telp: (071) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : "Retorika Dakwah Ustad Adi Hidayat Dalam Akun Youtube"
Nama : Rika Rizki Yamada Septiyani
NPM : 1841010428
Jurusan : Komunikasi dan 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

Prof. Dr. H. M. Bahri Ghozali, M.A.
NIP. 19561123 1985031002

Subhan Ariens S.Ag., M.Ag.
NIP. 196807201996031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

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







**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suraamin, Sukarame, Bandar Lampung 35131 Telp: 0720 703 2895

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **“Retorika Dakwah Ustad Adi Hidayat Dalam Akun Youtube”**, disusun oleh **Rika Rizki Yamada Septiyani, NPM: 1841010428**, Jurusan: **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal **Kamis, 16 November 2023**

TIM PENGUJI MUNAQOSAH

- Ketua Sidang : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si** 
- Sekretaris : Rahmad Purnama, M. Si** 
- Penguji I : Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag** 
- Penguji II : Prof. Dr. H. M. Bahri Ghozali, MA** 
- Penguji Pendamping : Subhan Arief, S.Ag., M.Ag**

Diketahui,
De **KEMENTERIAN AGAMA** dan **Ilmu Komunikasi**



Syukur, M.Ag
11011995031001

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah segala puji bagi Allah Subhannahu Wa Ta'ala. Atas berkat karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, dan kupersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa syukur serta terima kasih kepada orang-orang tersayang. Terkhusus kedua orang tuaku, bapak sunarto dan ibu sutini yang telah membesarkan, merawat, mendidik, mendoakan dengan penuh keikhlasan cinta serta senantiasa selalu mendukung dan menjadi penyemangat dalam setiap perjalanan hidup yang kutempuh selama mengejar gelar sarjana. Terima kasih bapak ibu atas semua jerih payah serta ridhomu sehingga dapat menghantarkanku sampai pada titik ini. Semoga senantiasa Allah Subhannahu Wa Ta'ala selalu melindungi. Memberikan panjang umur yang berkah, dan memberikan balasan pahala atas semua perjuangan yang telah kalian lakukan untuk anak-anakmu. Teruntuk diriku sendiri rika rizki yamada septiyani, terima kasih sudah mau bangkit dan berjuang dengan proses perjalanan yang rumit dan sangat tidak mudah, terima kasih sudah mau memaafkan setiap kesalahan yang ada, dan mampu belajar serta memperbaikinya dengan sangat baik. Teruntuk mas eko dan te Lydia serta kedua jagoannya yang insyaallah sholeh, terima kasih sudah menjadi kakak dan keluarga yang selalu ada, semoga segala hal baik selalu menyertai keluarga kalian. Untuk pakwo timan dan almarhumah makwo katmi, untuk makwo kasih dan pakwo sapari,serta almarhumah buyut saniyem. terima kasih sudah menjadi makwo, pakwo dan buyut terbaik disepanjang masa, memberikan kasih sayang dan kehangatan dari kecil hingga sekarang. dan untuk keluarga dan saudara-saudaraku yang selalu ada untukku, yang telah mendukung dan mendoakan agar aku segera menyelesaikan skripsi ini, juga untuk orang-orang hebat dan baik yang kutemui diperjalanan hidupku, semoga gelarku nanti bisa lebih bermanfaat lagi dan bisa menjadi salah satu orang hebat dan baik seperti kalian. Serta untuk almamaterku tercinta Universitas Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan banyak pengalaman hidup yang tak terlupakan.

RIWAYAT HIDUP

Rika rizki yamada septiyani lahir disebuah desa bernama tegal binangun yang berada dikecamatan sumberejo kabupaten tanggamus, pada tanggal 20 september 1999. Merupakan putri bungsu dari dua bersaudara, buah cinta dari ibu sutini dan bapak sunarto. Memulai pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 tegal binangun, berlanjut ke Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 sumberejo, Melanjutkan kembali di Sekolah Menengah Atas Islam Terpadu (SMA IT) sekaligus mondok dipesantren al munir al islami, tepatnya disukoharjo 3 barat pringsewu. Dan berlanjut sampai ke tingkat perguruan tinggi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung angkatan 2018 dengan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Aktif mengikuti berbagai kegiatan intra maupun ekstra kampus UIN Raden Intan Lampung, seperti seminar maupun webinar. Serta tergabung di Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII), kerelawanan dilembaga Wujud Aksi Nyata (WAN), serta tergabung dan menjadi salah satu founder berdirinya organisasi social Gerakan Mahasiswa Rajut Indonesia (GEMARI).

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, alhamdulillah atas sebaik-baiknya nikmat yang telah Allah Subhanahu wa Ta'ala berikan, dan juga berkat karunianya serta hidayahnya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi guna memenuhi syarat dalam penyelesaian studi pada tingkat strata satu (S1) dengan judul **“Retorika Dakwah Ustadz Adi hidayat dalam Akun Youtube”**

Adapun dalam proses penyusunannya, skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan serta dorongan berbagai pihak. Tanpa mengurangi rasa hormat. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abdul Syukur, M. Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S. Ag., MA selaku Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Ade Nur Istiani, M. I. Kom selaku sekretaris jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Prof. Dr. H. M. Bahri Ghozali, M. A selaku pembimbing 1 dan Bapak Subhan Arif, S.Ag.,M.Ag selaku pembimbing 2. Yang telah bersedia membimbing , memberikan masukan serta motivasi selama proses pengerjaan skripsi ini, , semoga apa yang telah diberikan menjadi sebuah ilmu yang bermanfaat untuk diterapkan.
5. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, terkhusus bapak ibu dosen program studi KPI yang telah memberikan banyak ilmu, pelajaran, serta nasehat selama proses perkuliahan berlangsung sampai dengan selesai.
6. Terima kasih Doni irawan teman spesial dalam bercerita dan berkeluh kesah dalam skripsian, yang selalu menyemangati dan selalu ada, selamat untuk gelar S.T nya
7. Mila Auliya teman seperjuangan dalam mendapatkan gelar, terima kasih sudah menemani dan selalu menyemangati, yang sama-sama berjuang dalam mendapatkan gelar S.Sos
8. Teman-Teman seperjuanganku di Kelas KPI G
9. Teman-teman seperjuangan di organisasi PMII dan GEMARI

10. Teman-teman kerelawanan di lembaga WAN
11. Para pembaca penelitian ini dan seluruh pihak yang terlibat baik langsung maupun tidak.
12. Almamater tercinta, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tempat penulis menimba ilmu dan pengalaman hidup
13. Segenap pihak yang belum disebutkan diatas yang juga telah memberikan sumbangan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya ungkapan do'a terucap dengan ikhlas, mudah- mudahan seluruh jasa baik moril maupun materil berbagai pihak, dinilai baik oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Dengan demikian, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 16 November 2023

Rika Rizki Yamada Septiyani
NPM : 1841010428

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
H. Metode Penelitian.....	15
I. Sistematika Pembahasan.....	17

BAB II RETORIKA DAKWAH DI MEDIA YOUTUBE

A. Retorika.....	19
1. Pengertian Retorika.....	19
2. Unsur Dasar Retorika.....	20
3. Tujuan dan Fungsi Retorika	21
4. Jenis-Jenis Retorika	23
5. Gaya Retorika	24
B. Retorika Dakwah	34
1. Pengertian Retorika Dakwah.....	34
2. Tujuan dan Fungsi Retorika Dakwah.....	37
3. Jenis – Jenis Retorika Dakwah.....	38
C. Media Youtube	39
1. Media Sosial Youtube.....	39
2. Youtube Sebagai Media Dakwah.....	40
3. Metode Dakwah di Youtube	41

BAB III KONTEN YOUTUBE USTADZ ADI HIDAYAT

A. Profil Umum Ustadz Adi Hidayat	43
1. Biografi Ustadz Adi Hidayat	43
2. Karya – Karya Ustadz Adi Hidayat	48
3. Dakwah Ustadz Adi Hidayat	49
4. Akun Channel Youtube Adi Hidayat Official.....	51
B. Penyajian Data dalam Konten Youtube	52
1. Data Isi Konten Video [Klik Adi] Menjawab Argument Semua Agama sama	52

BAB IV RETORIKA DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT DALAM AKUN YOTUBE

A. Deskripsi Video Ceramah Ustadz Adi Hidayat dalam Akun Youtube.....	69
B. Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat.....	71
1. Gaya Bahasa Retorika Ustadz Adi Hidayat	71
2. Gaya Suara Ustadz Adi Hidayat	80
3. Gaya Gerak Tubuh Ustadz Adi Hidayat	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	89
B. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penjelasan lebih lanjut, guna menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran serta mempermudah dalam memahami proposal judul skripsi ini. Maka terlebih dahulu penulis akan menjelaskan secara singkat beberapa istilah yang terkait dengan maksud judul skripsi tentang **"RETORIKA DAKWAH UST ADI HIDAYAT DALAM AKUN YOUTUBE"**

Retorika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *rhetorikos*. Yang artinya kecakapan berpidato. Sedangkan dakwah menurut bahasa adalah "Da'wah" berarti: panggilan, seruan atau ajakan.

Retorika dakwah adalah seni menyampaikan ajaran Islam dengan benar, mewujudkan kebenaran sesuai tuntunan Al-Qur'an dan Hadits¹. Retorika dakwah juga merupakan cabang ilmu komunikasi yang membahas tentang mengkomunikasikan informasi kepada orang lain melalui seni berbicara agar pesan kita dapat diterima. Retorika dakwah sendiri berkembang seiring dengan perkembangan dakwah Islam, dan dalam menjalankan fungsinya, Islam sebagai agama dakwah, Allah mengutus para nabi dan rasul sebagai orator yang akan mengatur, membimbing dan mengajak semua yang menganut agama tersebut taat dan takutlah kepada Allah.

Ketika retorika dakwah dapat tersusun dan dioptimalkan dengan baik Maka seseorang perlu memperhatikan media yang digunakan, pastikan media dakwah digunakan untuk menyampaikan isi dakwah yang dapat Mencakup semua orang dari remaja hingga dewasa. Menggunakan media sosial sebagai saluran dakwah dianggap sebagai cara yang efisien untuk menyampaikan retorika. Dakwah yang dilakukan melalui media sosial memungkinkan orang untuk dengan mudah menyampaikan informasi kepada khalayak yang besar. Ini merupakan perubahan penting yang dilakukan terhadap dakwah

¹ Abdullah, "Retorika Dan Dakwah Islam," *Jurnal Dakwah* X, No. 1 (2009), 11.

generasi milenial saat ini bahwa setiap orang harus memiliki akses informasi yang sama. Informasi dakwah dapat dengan mudah diakses oleh semua orang melalui media sosial. Dapat ditentukan bahwa retorika dakwah paling baik dicapai ketika menggunakan media yang tepat untuk situasi tersebut. Karena kehidupan pengguna internet milenial saat ini paling signifikan di dunia, pesan dakwah.

Ustadz Adi Hidayat merupakan salah satu pendakwah yang sangat disenangi masyarakat Indonesia, beliau juga merupakan pendakwah yang sangat menguasai materinya, bahkan beliau sampai hafal nomor hadist serta letak halaman suatu hadist atau ayat. Ketika Ustadz Adi Hidayat menyampaikan dakwahnya, dia terlihat tidak biasa. Suara yang unik dari Ustadz Adi Hidayat juga menambah keunikan dakwahnya. Salah satu ciri khas Ustadz Adi Hidayat adalah dia sering menyampaikan ceramahnya dengan papan tulis seperti seorang guru, dan dia selalu membawa kitab dengan pembahasan yang rinci saat berceramah. Selain itu, Ustadz Adi Hidayat adalah pendakwah yang hafal Al-Qur'an.

Lister dan kawan-kawan yang dikutip Rully Nasrullah menjelaskan bahwa YouTube adalah media sosial dengan berbagai konten video, dan semua pengguna dapat mencari informasi melalui saluran yang ada bahkan membuat saluran akun YouTube mereka sendiri. Melalui saluran-saluran inilah informasi disebarluaskan. Prosesnya seperti diperangkat televisi, tetapi dikemas dalam media sosial. Tentunya youtube kini menjadi media yang digunakan oleh semua kalangan di Indonesia, dari usia remaja hingga dewasa. ketika seorang bisa dengan mudah mengomunikasikan dakwah kepada masyarakat.

Media sosial adalah media di internet yang memungkinkan Pengguna menampilkan diri mereka sendiri dan berinteraksi serta bekerja. Hal ini sejalan dengan pendapat pengertian media sosial yang diberikan oleh Van Dijk (2013). Platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna, Memfasilitasi kegiatan dan kolaborasi mereka. Oleh karena itu, media sosial dapat dianggap sebagai media (fasilitator) online, secara instan memperkuat hubungan antar pengguna sebuah ikatan. Media yang penulis maksud disini adalah media sosial yang digunakan oleh banyak orang yaitu media Youtube.

Youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim².

Melalui media youtube tentunya lebih banyak audiens yang ditargetkan dengan Cakupan yang luas. Hal ini akan mendorong terciptanya penyebaran informasi yang efektif . Menggunakan media YouTube adalah salah satu cara baru untuk membuat dakwah lebih diterima oleh mad'u. Ini memungkinkan para mad'u mendapatkan ilmu dengan melihat atau mendengarkan (audio visual), yang membuat mereka mendengarkan dakwah. Masyarakat saat ini lebih sering mengakses YouTube, bahkan beberapa orang menggunakannya sebagai media berkreasi dan kemudian menghasilkan uang darinya.

B. Latar Belakang Masalah

Retorika sangat penting dalam kehidupan keseharian setiap individu dan masyarakat, terlepas dari latar belakang masing – masing. Dikarenakan setiap orang pasti berinteraksi dengan yang lain, hendaknya ia berperilaku baik dalam interaksi tersebut agar kehidupannya tidak sulit. Oleh sebab itu, ia harus memahami dan pandai berbicara serta bertindak dengan baik. Di situlah persuasi dan retorika menjadi penting. Retorika adalah bidang ilmiah yang mempelajari proses bicara yang menarik yang memungkinkan pendengar untuk memahami dan digerakkan oleh emosi mereka. Sederhananya, retorika adalah seni berbicara³.

Terlebih bagi seorang dai, yang senantiasa menyampaikan dakwah kepada umatnya, ia perlu mengetahui ilmu ini, karena ia berbicara bukan hanya untuk didengar semata, tetapi lebih dari itu, ia berbicara untuk mengajak obyek mad'u kepada jalan Allah yaitu Islam. Karena itu apa yang disampaikan harus bisa mengambil hati mad'u dan menyentuhnya. Memang hidayah adalah urusan Allah sedang tugas dai hanya menyampaikan, tetapi menyampaikan kalau

² Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi* (Bandung: Simbiosis rekatama media, 2017), 11

³ Maarif Zainul, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik* (jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 5

diperindah dengan retorika yang baik niscaya akan memberikan nilai plus dalam menarik dan menyentuh obyek dakwah⁴.

Setiap da'i memiliki karakter retorikanya sendiri dalam menyampaikan pesan kepada mad'u nya. Retorika adalah gaya bicara persuasif atau teknik untuk mempengaruhi orang lain. Penting juga bagi ustadz pandai berargumentasi, agar mad'u dapat memahami apa yang disampaikan oleh ustadz. Setiap pesan yang disampaikan harus disertai dengan bukti-bukti yang dimaksudkan untuk mendukung argumentasi utama yang dikemukakan. Argumen atau penalaran berasal dari kata argumentasi dan identik dengan menunjukkan sesuatu dengan bukti untuk mempengaruhi orang lain. Seperti contohnya Ustadz Abdul somad adalah seorang Ustadz yang menggunakan beberapa teknik retorika diantaranya yaitu : persuasive (mempengaruhi khalayak melalui psikologis), rekreatif (menghibur khalayak dengan humor-humor yang segar), dan logos (meyakinkan khalayak melalui logika).

Dan dari sekian banyak pendakwah di era modern ini, ustadz adi hidayat adalah salah satu pendakwah yang mempunyai retorika tersendiri dalam berdakwah. Serta Ust Adi Hidayat mempunyai media dakwah sendiri guna menyampaikan dakwah-dakwahnya agar lebih mudah dijangkau masyarakat luas yaitu youtube Adi Hidayat Official. Ustadz Adi Hidayat memiliki kemampuan untuk menggunakan teknik-teknik retorika yang efektif. Misalnya, dia dapat menggunakan gaya berbicara yang emosional, seperti penggunaan intonasi suara yang kuat atau perubahan tempo dalam pidatonya untuk menarik perhatian dan menekankan poin-poin penting. Ustadz Adi Hidayat sering membahas topik-topik yang sedang aktual atau penting dalam masyarakat. Hal ini membuat pesannya lebih relevan dan memungkinkan dia untuk mempengaruhi opini dan pandangan audiensnya. Salah satu daya tarik Ustadz Adi Hidayat adalah gaya penyampaian yang menarik dan menghibur. Ia menggunakan humor, contoh-contoh yang relevan, dan gaya bercerita yang efektif untuk menjelaskan konsep-konsep agama secara jelas dan mudah

⁴ Arif Wicaksana and Tahar Rachman, 'Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an', *Angewandte Chemie International*, 3.1 (2018), 10–27 <<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>.

dipahami. Gaya ini membantu menarik perhatian dan membuat audiens tetap terlibat dalam analisisnya.

Dakwah di YouTube menghadirkan paradigma komunikasi baru. Pendakwah harus mempertimbangkan cara mereka membangun koneksi emosional dengan audiens melalui layar. Mereka juga harus menyampaikan pesan-pesan mereka secara ringkas dan menarik perhatian dalam kompetisi perhatian yang tinggi di platform ini. Akun YouTube dan media sosial lainnya telah menjadi platform yang populer bagi para dai dan ulama untuk menyebarkan dakwah. YouTube memberikan akses yang luas kepada pengguna internet untuk menonton video dakwah, menciptakan kesempatan besar untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada audiens yang lebih luas. YouTube memberikan akses cepat dan mudah terhadap berbagai konten dakwah. Pendakwah dapat menyampaikan pesan-pesan mereka secara langsung kepada audiens tanpa melalui saluran tradisional seperti televisi atau radio. Hal ini memungkinkan mereka untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens dan mempengaruhi opini dan pandangan mereka.

Retorika di akun YouTube mengakui pentingnya media ini sebagai medium komunikasi dalam dakwah. Analisis retorika juga mencakup pemahaman tentang bagaimana audiens merespons dakwah di akun YouTube. Tanggapan, komentar, atau interaksi dari audiens dapat memberikan wawasan tambahan tentang efektivitas retorika yang digunakan oleh pendakwah dan bagaimana pesan tersebut diterima dan dipahami oleh audiens. Para pengkhotbah sering menggunakan berbagai teknik retorika, seperti metafora, analogi, repetisi, retorika emosional, humor, dan lain sebagainya, untuk meningkatkan daya tarik dan kekuatan pesan mereka. Retorika akan memperhatikan penggunaan teknik-teknik ini dan sejauh mana mereka efektif dalam mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Berangkat dari latar belakang diatas, agar penelitian ini tidak melebar sehingga sesuai dengan tujuan penelitian yang diharapkan penulis. Maka penelitian di fokuskan pada “Gaya Retorika Dakwah

Ust Adi Hidayat dalam Akun Youtube”. Dalam hal ini penulis berfokus pada pembahasan terkait gaya retorika dakwah ditinjau berdasarkan gaya bahasa, gaya suara ,dan gaya gerak tubuh Ustadz Adi Hidayat. Adapun dari hasil observasi, penulis memfokuskan penelitian pada 1 video dari 18 video di playlist Klik Adi di akun youtube Adi Hidayat Official⁵.

D. Rumusan Masalah

Untuk menjawab permasalahan yang penulis pertanyakan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gaya bahasa Ustadz Adi Hidayat dalam video ceramah Klik Adi menjawab argument semua agama sama?
2. Bagaimana gaya suara Ustadz Adi Hidayat dalam video Klik Adi menjawab argument semua agama sama?
3. Bagaimana gaya gerak tubuh Ustadz Adi Hidayat dalam video Klik Adi menjawab argument semua agama sama?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini sebagaimana rumusan masalah diatas yang diterapkan, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Gaya Retorika Dakwah Ust Adi Hidayat dalam Akun Youtube Adi Hidayat Officiall.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Secara teoritis

Yaitu dapat memberikan banyaknya teori tentang retorika dakwah untuk para ustadz dan ustadzah ataupun para calon da'i dan da'iyah agar bisa menyampaikan pesan dakwah dengan benar dan bisa diterima mad'u terutama remaja dengan menggunakan media social.

⁵ 'Klik Adi' <https://youtube.com/playlist?list=PL3iW_rlEoH5KsuTEUziFfyNf2zanEdas8>.

b. Secara praktis

Dalam hasil penelitian ini penulis berharap dapat menjadikan pembelajaran para calon da'I dan da'iyah tentang retorika dakwah ustadz adi hidayat di akun youtube.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian tentang “Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam akun youtube ” Penulis mengacu ke beberapa pemikiran dan pembahasan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, antara lain:

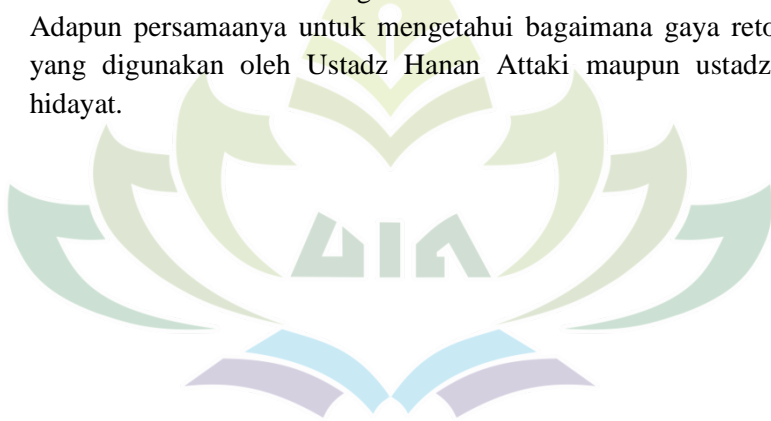
1. Skripsi Puspa Chika Steviasari Retorika Dakwah Ustad Muh. Nur Maulana dalam “Islam Itu Indah”⁶. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan mengenai retorika dakwah ustadz Abdul Somad di media YouTube, bahwasannya ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika, diantaranya yaitu: Persuasif (mempengaruhi khalayak melalui psikologis), rekreatif (menghibur khalayak dengan humor-humor yang segar), dan logos (meyakinkan khalayak melalui logika). Perbedaan penulis dan peneliti yaitu, penulis memfokuskan retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat dengan tema Klik Adi “Menjawab Argument semua agama sama. peneliti memfokuskan Retorika Dakwah Ustadz Muh Nur Maulana yang bertemakan “Islam Itu Indah di Trans Tv”. Penelitian ini menggunakan teknik analisis wacana dengan metode analisis isi kualitatif. Sedangkan penulis menggunakan teknis deskriptif dengan metode kualitatif. Penulis dan peneliti sama-sama menggunakan youtube sebagai media dalam berdakwah, guna untuk mencapai tujuan berdakwah dengan gaya retorikanya masing-masing.

⁶ Puspa chika Steviasari, ‘Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)’, *UIN Raden Intan Lampung*, 2020, 60 <http://repository.radenintan.ac.id/11201/1/SKRIPSI_2.pdf>.

2. Luqman, Purnomo (2022) *Retorika Dakwah Muhammad Ali Shodiqin (Gus Ali Gondrong) dalam media social Youtube*⁷. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah yang dilakukan oleh Gus Ali Gondrong telah sesuai dengan prinsip retorika. Dalam setiap dakwahnya beliau memandang seluruh hadirin dengan cara menyapu pandangan kepada audiens. Beliau juga menempatkan kapan harus menggunakan nada tinggi maupun rendah agar audiens mudah memahami pesan beliau. Gerak tubuh yang beliau gunakan mulai dari berdiri tegap, duduk santai, mengangkat tangan serta ekspresi tersenyum hingga tertawa. Gus Ali Gondrong memiliki tempat di hati masyarakat, terlihat dari audiens yang hadir saat berlangsungnya dakwah beliau serta viewer dari video youtube yang mendokumentasikan dakwah beliau. Dalam setiap dakwahnya, Beliau sering menggunakan bahasa jawa sehingga bagi mereka yang tidak paham dengan bahasa jawa bisa mengalami kebingungan dan kesalahpahaman. Dakwah melalui youtube sendiri memiliki kelemahan yaitu audiens tidak dapat bertanya secara langsung dengan da'i dan da'i tidak dapat melihat langsung umpan balik (*feedback*) dari audiens. Perbedaan penulis dan peneliti yaitu penulis menggunakan penelitian deskriptif menyusun data tersebut kedalam pola, kategori, serta satuan deskriptif dasar, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang berisi tentang data dan fakta tentang Gus Ali Gondrong. Data-data diperoleh dari sumber primer maupun sekunder yang berkaitan dengan subjek. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis pesan, yaitu peneliti menyajikan semua data yang berkaitan dengan subjek kemudian dilakukan analisis. Persamaan penelitian ini dengan penulis sama-sama untuk mengetahui retorika dakwah dari ustadz adi hidayat maupun Gus Ali Gondrong dalam media sosial youtube serta memberikan manfaat bagi pendakwah tentang bagaimana mengemas pesan yang baik sehingga mudah diterima oleh masyarakat.

⁷ purnomo luqman, 'Retorika Dakwah Muhammad Ali Shodiqin (Gus Ali Gondrong) Dalam Media Social Youtube', 2022.

3. Rahmawati, Noviana (2020) Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam media social youtube video tentang “iman” pada channel one minute booster⁸. Hasil penelitian yang didapat dari menganalisis gaya retorika Ustadz Hanan Attaki dalam ceramah yang berjudul “iman” sangat bervariasi. Seperti penggunaan gaya bahasa, UHA menggunakan gaya bahasa antara lain: bahasa tidak resmi, bahasa percakapan, bahasa sederhana, gaya mulia bertenaga, gaya bahasa menengah. Pakaian yang digunakan juga terlihat santai dan kekinian namun masih terlihat sopan. Hal tersebut dilakukan untuk mengimbangi kondisi mad'u yang banyak didominasi oleh kalangan para pemuda. Perbedaan penulis dan peneliti, penulis menggunakan penelitian deskriptif analitis dengan teori retorika Gorys Keraf sedangkan peneliti menggunakan Pendekatan kualitatif dengan teori Retorika dari Aristoteles. Adapun persamaanya untuk mengetahui bagaimana gaya retorika yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki maupun ustadz adi hidayat.



⁸ Noviana Rahmawati, ‘Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Social Youtube Video Tentang “Iman” Pada Channel One Minute Booster’, 2020.

Tabel 1.1
Kajian Penelitian yang Terdahulu

NAMA	JUDUL	METODE	PERSAMAAN	PERBEDAAN
Puspa Chika Steviasari	Retorika Dakwah Ustad Muh.Nur Maulana dalam “Islam Itu Indah”	analisis isi kualitatif	Jenis Penelitian dan Media dakwahnya	Objek penelitian pada penelitian terdahulu memfokuskan Retorika Dakwah Ustadz Muh Nur Maulana yang bertema akan “Islam Itu Indah di Trans Tv” sedangkan peneliti memfokuskan retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat dengan tema Klik Adi Menjawab Argument semua agama sama
Luqman, Purnomo	<i>Retorika Dakwah Muhammad Ali Shodiqin (Gus Ali Gondrong) dalam media social Youtube</i>	penelitian kualitatif	Terletak pada tujuan penelitian dan media dakwahnya	Metode penelitian pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif yang berisi tentang data dan fakta tentang Gus Ali Gondrong sedangkan penulis menggunakan penelitian kualitatif yang berisi data dan fakta tentang ustadz adi hidayat
Rahmawati, Noviana	Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attraki dalam media social youtube video tentang “iman” pada channel one minute booster	Pendekatan kualitatif	Focus bahasan terkait gaya retorika dakwah	Metode dan teori yang digunakan penulis menggunakan penelitian deskriptif analitis dengan teori retorika Gorys Keraf sedangkan peneliti menggunakan Pendekatan kualitatif dengan teori Retorika dari Aristoteles

G. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Berbicara tentang metodologi berarti berbicara tentang hukum, aturan, dan prosedur dalam melakukan atau menjalankan sesuatu. Karena metodologi diartikan sebagai hukum dan aturan, maka hal-hal yang diatur secara sistematis, seperti hal-hal yang diwajibkan, dianjurkan, atau dilarang, semuanya termasuk dalam kategori ini. Sama seperti undang-undang dan peraturan lainnya, metodologi dirancang untuk berfungsi sebagai pedoman yang dapat membantu dan mendorong mereka yang melaksanakannya¹. Metodologi penelitian adalah seperangkat pengetahuan tentang cara sistematis dan logis untuk mengumpulkan data yang relevan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, menarik kesimpulan, dan akhirnya menemukan solusi. Dengan kata lain, metode ini membantu peneliti mengupas penelitian untuk menghasilkan temuan yang akurat.

Menggunakan data yang pasti dengan membaca informasi tertulis, berpikir, dan melihat objek. Dengan cara ini, peneliti menampilkan dan menjelaskan secara menyeluruh dan mendalam, menghasilkan bentuk data yang menyeluruh. yaitu dengan menggunakan data yang pasti dengan membaca informasi tertulis, berpikir, dan melihat objek. Dengan cara ini, peneliti menampilkan dan menjelaskan secara menyeluruh dan mendalam, menghasilkan bentuk data yang menyeluruh.

Dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian ini termasuk penelitian pustaka (*Library Rresearch*) . metode ini adalah sebuah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dari berbagai kepustakaan baik yang terdapat di

¹ Haris Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 2

perpustakaan atau tempat lain seperti buku-buku, majalah, bahan dokumentasi, surat kabar, internet dan sebagainya.

b. Sifat Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam penelitian ini. Mereka menggunakan metode deskriptif untuk mengetahui data, yang terdiri dari kumpulan kata-kata, gambar, dan bukan angka². Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data atau informasi dari berbagai kepustakaan, seperti buku-buku, majalah, bahan dokumentasi, surat kabar, dan internet³. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang fenomena yang diamati oleh penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara keseluruhan, serta dengan deskripsi menggunakan bahasa dan kata-kata dalam konteks alami dengan berbagai metode⁴. Deskripsi penelitian ini adalah detail untuk melengkapi data atau informasi untuk menyelesaikan kata sebagai data yang ada, yaitu dengan menampilkan serta memverifikasi data.

2. Sumber Data

Dalam penelitian, data yang dibutuhkan adalah data yang bersumber dari subyek penelitian (populasi dan sampel) dan mencerminkan objek penelitian (topik). Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer (Primary Data)

Data primer (Primary Data) adalah salah satu data penelitian yang secara langsung dikumpulkan dari berbagai sumber-sumber data yang terkait dalam penelitian untuk kemudian digunakan sebagai sumber data utama dalam suatu penelitian.

² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 5

³ Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonomi, 2005), 14

⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2001), 6

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud sumber data primer dalam penelitian ini ialah Video Ceramah Ustadz Adi Hidayat. Untuk mendapatkan data primer dari penelitian ini adalah, peneliti harus melakukan observasi dan penelitian langsung terhadap ceramah Ustadz Adi Hidayat di akun youtubenanya Adi Hidayat Officiall, channel youtube ini berisi video ceramah sebanyak 1,8 rb dan 59 Playlist. Dan penulis mengambil salah satu video dengan playlist Klik Adi diakun youtube Adi Hidayat officiall dengan tema: “Menjawab Argument semua agama sama” dengan durasi 42 menit lebih 18 detik, yang telah ditonton 760 rb kali, dan disukai 21 rb orang.

b. Data Sekunder (Secondary Data)

Data sekunder (secondary Data) adalah data yang diperoleh penulis dari sumber yang sudah ada. Misalnya catatan atau dokumentasi berupa majalah, buku, jurnal, laporan keuangan dll⁵. Sumber data terdiri dari dua macam, yakni data utama dan data pelengkap. Sumber data utama pada penelitian ini adalah rekaman video dakwah Ustadz Adi Hidayat Sedangkan data pelengkap bersumber dari berbagai macam literature bacaan yang sudah memiliki relevansi dengan penelitian ini seperti skripsi, jurnal, buku dan situs-situs internet yang sama berkaitan dengan Ustadz Adi Hidayat.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data, harus disesuaikan dengan persoalan, par adigma, teori, dan metodologi. Dalam hal ini, setiap peneliti berhasil mendapatkan data dan informasi dari obyek yang diteliti, langkah yang diambil kemudian yaitu menyajikan secara utuh tanpa melakukan tambahan maupun pengurangan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan obyek penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam skripsi, yakni :

⁵ Nurdin Ismail Hartati Sri, Metode Penelitian Dakwah (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019).

a) Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya serta dibantu dengan panca indra lainnya. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan panca indra peneliti⁶.

Adapun observasi yang digunakan peneliti adalah observasi non partisipan. Yaitu, penulis berada di luar subyek yang diamati dan tidak ikut dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan⁷. Jadi, sifat peneliti adalah sebagai pengamat independen. Data yang penulis observasikan adalah video Ustadz Adi Hidayat yang ada di akun youtube Adi Hidayat Official. Yaitu Klik Adi :”Menjawab Argument Semua Agama Sama”. Dimana penulis mengamati dan menyimak tayangan dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui Youtube di channel Youtubanya Adi Hidayat Official sendiri. Tujuan menonton video tersebut supaya diperoleh gambaran yang jelas tentang permasalahan serta mendapatkan petunjuk tentang cara memecahkan masalah tersebut.

b) Metode dokumentasi

metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, data yang relevan dengan penelitian. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya seni, yang dapat berupa

⁶ Elvino Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Simbiosis rekayasa media, 2016).

⁷ Rikaariyani.Com <<https://www.rikaariyani.com/2022/12/pengertian-observasi-dan-jenis-jenis.html>>.

gambar, patung, film dan lain-lain. Teknik dokumentasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini ialah menggunakan dokumen-dokumen terekam seperti video, gambar atau screenshot dari tayangan video dakwah Ustadz Adi Hidayat, buku-buku tentang ilmu dakwah dan gaya retorika serta profil Ustadz Adi Hidayat.

c) Data online

data yang diperoleh melalui pencarian Internet baik melalui browsing, mengakses alamat situs-situs tertentu, mengakses blog tertentu, atau mengakses e-book atau e-journal dan sebagainya. data online diperoleh dengan cara adalah download atau mengunduh atau mengambil berita atau tulisan yang berkenaan dengan penelitian ini, kemudian menyimpannya. Dalam hal ini diketahui bahwa download merupakan bagian dari data online. Data yang unduhannya berupa gambar atau data yang berkaitan tentang Ustadz Adi Hidayat.

H. Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi (content analysis). *Reserch using content analysis focuses on the characteristics of the language as communication with the the attention to the content or contextual meaning of the text*⁸. Maksud dari menganalisis data ialah membuat inferensi data asli yang dapat ditiru dengan memperhatikan konteksnya. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam analisis ini sebagai berikut :

1. Seleksi Data

Data adalah unit informasi yang direkam oleh media agar bertahan lama. Untuk menganalisis menggunakan analisis isi, ucapan manusia harus ditulis atau bahkan direkam. Data dalam analisis isi juga menggunakan bahasa asli dengan simbol yang rumit. Dalam tahap ini penulis menyeleksi data yang terfokus pada gaya retorika

⁸ Sari Wahyuni, *Qualitative Research Mrthod* (Jakarta: Selemba Empa, 2012), 122

dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam video ceramah di akun channel youtubenanya.

2. Menentukan Unit Analisis

Unit analisis dapat digambarkan sebagai bagaian apa saja yang akan diteliti dan dipakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks, bagian dari unit ini bisa berupa kata, kalimat, foto, scane (potongan adegan), paragraf dan lainnya yang dapat dipisahkan dan dibedakan dengan unit yang lain⁹. Pada tahap ini penulis menentukan unit analisis terhadap tiap-tiap kata, kalimat, foto, paragraf, dan sebagainya yang berkaitan dengan gaya retorika dakwah dan cara penyampaian pesan dakwah. Kemudian selanjutnya adalah sampling dan pencatatan, unit sampling dapat muncul dalam jumlah banyak sehingga memerlukan pengambilan sampel dan pencatatan dalam bentuk kode dan deskripsi agar mempermudah dalam menganalisis.

3. Menentukan Kategori

Dalam penelitian ini penulis menentukan kategori dengan empat kategori yaitu gaya retorika dakwah berdasarkan gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh, serta cara penyampaian pesan dakwah yang dikembangkan menjadi beberapa bagian yang selanjutnya diklarifikasi sehingga satu sama lain dapat seimbang dan sesuai.

4. Analisis Data

Analisis data ini menyangkut proses dalam mengidentifikasi dan representasi pola yang perlu diperhatikan secara deskriptif terhadap hasil analisis isi dengan pengumpulan data dan menata secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi. Pada tahap ini penulis menguraikan terkait gaya retorika dakwah dan cara penyampaian pesan dakwah berdasarkan kategori yang telah disebut diatas, video Ustadz Adi Hidayat di akun youtubenanya lalu melakukan pemaknaan sesuai dengan pemikiran peneliti berdasarkan teori yang ada. Selanjutnya hasil dari analisis ini akan disajikan dalam bentuk deskripsi.

⁹ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011).

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulis dalam pembahasan skripsi ini, maka sistematika penulisan dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari sub-sub bab yang saling terkait satu sama lain, diantaranya:

Bab 1 Pendahuluan

Pendahuluan ini menguraikan tentang pokok masalah serta alasan yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian. Berisi sub bab Yang menjelaskan betapa pentingnya seorang ustadz memiliki retorika dakwahnya sebagai ciri khas masing-masing. Kemudian dilanjutkan dengan permasalahan penelitian yang mencakup fokus penelitian, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian yang digunakan serta sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini.

Bab II Retorika Dakwah di Media Youtube

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang akan dipergunakan untuk menganalisa permasalahan yang akan diteliti. Dimana membahas tentang pengertian, tujuan, fungsi, jenis-jenis, metode dan macam-macam gaya retorika dakwah.

Bab III Konten Youtube Ustadz Adi Hidayat

Bab ini menjelaskan tentang baground dari seorang Ustadz Adi Hidayat, mulai dari riwayat pendidikan, guru-gurunya, karya-karya yang telah dikeluarkan oleh beliau dan bagaimana beliau dalam berdakwah.

Bab IV Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Akun Youtube

Bab ini berisi tentang analisis penulis terhadap fakta-fakta dan data-data yang ditemukan, sebagaimana telah disajikan dalam bab III. Kemudian selanjutnya menghasilkan temuan penelitian yang juga disajikan dalam bab ini, yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian berdasarkan landasan teoritik yang digunakan.

Bab V Penutup

Pada bab ini berisikan penjelasan tentang hasil kesimpulan dari hasil penelitian yang berupa observasi yang telah dilakukan di akun youtube Adi Hidayat official.



BAB II

RETORIKA DAKWAH DI MEDIA YOUTUBE

A. Retorika

1. Pengertian Retorika

Dalam bahasa Indonesia istilah retorika diartikan sebagai seni berbicara. Retorika (*rethoric*) secara harfiah artinya berpidato atau kepandaian berbicara. Kini lebih dikenal dengan nama public speaking. Dewasa ini retorika cenderung dipahami sebagai permainan kata-kata (*word games*), juga bermakna propaganda (mempengaruhi atau mengendalikan pemikiran perilaku orang lain. Menurut Aristoteles, dalam retorika terdapat 3 bagian inti yaitu: *Ethos (ethical)* Yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi, *Pathos (emotional)* Yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan “psikologi massa”, *Logos (logical)* Yaitu pemilihan kata atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara¹.

Pengertian retorika menurut para ahli, Corax mengartikan retorika dalam hal ini lebih ditekankan pada kecakapan seseorang untuk menyampaikan untaian kalimatnya di depan khalayak. Dengan demikian maka kefasihan lidah dan kepandaian untuk mengucapkan kata-kata dalam kalimat disaat seseorang melaksanakan retorika adalah merupakan prinsip utama². Plato mengartikan retorika adalah ilmu yang mempelajari kepandaian merbut jiwa massa melalui kata kata. Plato lebih menekankan pada unsur psikologis dalam penyampaianya. Hal ini dikarenakan upaya untuk merebut jiwa massa adalah unsur terpenting dalam pengaplikasian retorika model ini. Dan Jalaluddin mengartikan bahwa retorika adalah ilmu tentang kepandaian menitipkan pesan kepada audien.

¹ Tias Satrio Adhitama Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, *Komunikasi Dakwah* (Sidoarjo: CV. MITRA MEDIA NUSANTARA, 2013).

² Syahroni Ahmad Jaswadi, *Retorika* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014), 14.

Retorika didefinisikan sebagai “*the art of constructing arguments and speechmaking*” (seni membangun argumentasi dan seni berbicara). Dalam perkembangannya retorika juga mencakup proses untuk “menyesuaikan ide dengan orang dan menyesuaikan orang dengan ide melalui macam pesan”. Hal penting yang menjadi perhatian utama dari tradisi retorika ini terdapat pada lima ajaran atau kanon (*canon*) retorika yaitu: penciptaan (*invention*), pengaturan (*arrangement*), gaya (*style*), penyampaian (*delivery*), dan ingatan (*memory*)³. Menurut Gentasari Anwar retorika adalah ilmu dan juga seni. Maksudnya, sebagai suatu ilmu retorika dapat di pelajari secara sistematis dan teratur. Sedangkan sebagai seni, retorika akan lebih berkembang dan di kuasai oleh mereka yang memiliki secara alamiah⁴.

Apabila orang mampu untuk beretorika, maka orang tersebut harus bisa mempertanggungjawabkan pemilihan kata dan nada bicara yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara yang di hadapinya. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan⁵.

2. Unsur Dasar Retorika

Ada lima unsur dalam retorika:

- a. Act (tindakan), tindakan adalah tingkah laku yang dilakukan orang dalam setiap harinya, sebagian orang dapat memperhatikan tindakan orang lain dengan hanya melihat bagaimana ia bertingkah laku.

³ Morisan, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2013), 62.

⁴ Gentasari Anwar, *Retorika Teknis Dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 5.

⁵ Been Rafanani, *Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara* (Yogyakarta: Araska, 2007), 8.

- b. *Scene* (medan), medan adalah tempat yang dapat digunakan untuk berpidato, seperti panggung, mimbar, dan lain sebagainya.
- c. *Agent* (pelaku), pelaku adalah orang yang melaksanakan pidato dan orang yang menjadi sasaran atau pendengar dalam pidato tersebut, dalam ilmu dakwah pelaku disebut da'i dan mad'u, pelaku retorika adalah sebagai sumber kekuatan atas unsur yang ada.
- d. *Agency* (sasaran tindak), sasaran tindak adalah alat yang digunakan oleh orator untuk menyampaikan materi pidatonya. Alat ini bisa berbentuk media mimbar, media cetak dan media elektronik.
- e. *Porpusa* (tujuan), tujuan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan retorika, karena dengan tujuan itulah dapat dirumuskan suatu landasan tindakan dan dengan tujuan pula orang yang mendengar pidato akan memahami terhadap isi pesan yang disampaikan. Sehingga akan timbul perubahan dalam diri pendengar sesuai dengan apa yang diharapkan pembicara.

Menurut Toto Tasmara, hal yang paling dominan dalam retorika yaitu:

1. Pengetahuan Bahasa
2. Pengetahuan atas materi
3. Kelincahan berlogika
4. Pengetahuan atas jiwa massa
5. Pengetahuan atas sistem sosial budaya masyarakat (pengetahuan interdisipliner).

3. Tujuan dan Fungsi Retorika

Retorika sebagai ilmu yang berdiri sendiri yang berujuan menurut Aristoteles adalah persuasi. Menurut Erwin P Bettinghaus (1973), persuasi merupakan usaha yang disadari untuk mengubah sikap, kepercayaan atau perilaku orang melalui transmisi pesan⁶.

⁶ Gun Gun Heryanto, *Komunikasi Politik Di Era Industri Citra* (Jakarta: PT Lasswell Visitama, 2010), 90.

Secara massa retorika bertujuan sebagai berikut:

- a. *to inform*, yaitu memberikan penerangan dan pengertian kepada massa, guna memberikan penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik- baiknya.
- b. *to convince*, yaitu meyakinkan atau menginsafkan.
- c. *to inspire*, yaitu menimbulkan inspirasi dengan teknik dan sistem penyampaian yang baik dan bijaksana.
- d. *to entertain*, yaitu menggembirakan, menghibur atau menyenangkan dan memuaskan.
- e. *to ectuate (to put into action)*, yaitu menggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak merealisir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator di hadapan massa.

Menurut Plato, retorika berfungsi untuk memberikan kemampuan dalam menggunakan bahasa yang sempurna, dan merupakan jalan bagi seseorang untuk memperoleh pengetahuan yang luas⁷.

I Gusti Ngurah Oka menjelaskan bahwa retorika adalah untuk:

- a. Menyediakan gambaran yang jelas tentang manusia terutama dalam hubungan kegiatan bertutur kata, termasuk ke dalam gambaran ini antara lain gambaran proses kejiwaan ketika ia terdodong untuk bertutur ketika ia mengidentifikasi pokok persoalan dan retorika bertutur ditampilkan.
- b. Menampilkan gambaran yang jelas tentang bahasa atau benda yang bisa diangkat menjadi topik tutur, misalkan gambaran tentang hakikat, struktur dan fungsi topik tutur.
- c. Mengemukakan gambaran yang terperinci tentang masalah tutur misalkan dikemukakan tentang hakikat, struktur, bagian- bagian topik tutur.

Jika kita memahami fungsi retorika, maka akan sejalan dengan empat fungsi komunikasi yakni:

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditia Bakti, 2003), 55.

- a. *Mass Information* untuk memberi dan menerima informasi kepada khayalak. Hal ini bisa dilakukan oleh setiap orang dengan pengetahuan yang dimiliki. Tanpa komunikasi informasi tidak dapat disampaikan dan diterima.
- b. *Mass Education*, yaitu memberi pendidikan. Fungsi ini dilakukan oleh guru kepada murid untuk meningkatkan pengetahuan atau oleh siapa saja yang memiliki keinginan untuk memberi pendidikan.
- c. *Mass Persuasion*, yaitu untuk mempengaruhi. Hal ini bisa dilakukan oleh setiap orang atau lembaga yang memberi dukungan. Dan ini biasa digunakan oleh orang yang bisnis, dengan cara mempengaruhi melalui iklan yang dibuat.
- d. *Mass Entertainment*, yaitu untuk menghibur. Hal ini biasa digunakan oleh radio, televisi atau orang yang memiliki profesional menghibur⁸.

4. Jenis – Jenis Retorika

Retorika memerlukan mental yang kuat, karena retorika dapat dilakukan tergantung kondisi dan situasi. Maka dari itu ada empat jenis retorika, yaitu

a. *Impromptu*

Impromptu dilakukan dalam keadaan mendadak disuatu acara tertentu, biasanya *impromptu* tidak memikirkan apa yang akan diucap namun lebih mengungkapkan perasaan secara spontan. Secara spontan ini mengakibatkan tidak ketidak lancar komunikasi (pembicara) dalam menyampaikan pidato atau ceramahnya, sehingga komunikasi seakan-akan berbelit-belit karena kurangnya persiapan.

b. *Manuskrip*

Manuskrip dianggap baik, karena persiapannya lebih matang dibanding *impromptu*, sehingga bahasa yang akan disampaikan tidak akan berbelit-belit karena komunikasi (pembicara) hanya

⁸ Roudhonah, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007), 52.

membacakan saja, namun membacakan saja tanpa adanya kontak mata dengan khalayak dianggap kurang efektif dan *manuskrip* digunakan oleh beberapa tokoh penting. Manuskrip tidak hanya dilakukan oleh tokoh penting saja namun juga digunakan pada acara resmi kenegaraan dalam siaran radio dan televisi⁹.

c. *Memoriter*

Memoriter adalah memoriter memungkinkan ungkapan yang tepat, organisasi yang berencana, pemilihan Bahasa yang yang teliti, gerak dan isyarat yang diintergasikan dengan uraian.

d. *Ekstempor*

Ekstempor adalah jenis pidato yang paling baik dan paling sering dilakukan oleh juru pidato yang mahir. Pidato sudah dipersiapkan sebelumnya berupa *Out-line* (garis besar) dan pokok-pokok penunjang pembahasan (*supporting points*).

5. Gaya Retorika

Salah satu aliran dalam retorika elokusionis dikenal sebagai gaya, yang menekankan aspek keindahan dalam berpidato terutama pada tataran gaya bahasa. Pada tahap ini, seorang pembicara tidak hanya memperhatikan pesan yang disampaikan, tetapi juga memilih tata bahasa, intonasi suara, penampilan, dan pakaian, serta gesture yang sesuai dengan pesan.¹⁰ Gaya retorika umumnya terdiri dari tiga kategori, yaitu :

a. Gaya bahasa

Gaya bahasa adalah cara seorang pembicara menggunakan bahasanya untuk mengatakan sesuatu. Gaya bahasa menunjukkan sifat, pendidikan, daerah, dan lingkungan pembicara¹¹.

⁹ Rahim Amirudin, *Retorika Haraki* (Surakarta: Era Adicitra, 2011), 123.

¹⁰ Susandi, *Retorika Sebuah Pengantar* (Jogjakarta, 2018), 15 - 16

¹¹ Dhanik Sulistyarini & Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (serang: CV. A.A. Rizky, 2020), 71

Gorys Keraf menyatakan bahwa gaya bahasa mencakup seluruh bahasa komunikator (pembicara) dalam menyampaikan pidato, bukan hanya kata dan kalimat. Gaya bahasa mencakup pemilihan kata dalam frasa, klause, kalimat, bahkan wacana. Selain itu, dia percaya bahwa gaya bahasa harus mengandung tiga hal: kesopanan, kejujuran, dan menarik.¹² Gaya bahasa yang ditambahkan oleh Gorys Keraf mencakup berbagai bentuk, termasuk :

1) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Gaya bahasa mempertanyakan kata mana yang paling cocok untuk posisi tertentu dalam kalimat, dan apakah penggunaan kata tersebut sesuai dengan tingkat penggunaan sosiolinguistik. Dengan kata lain, gaya bahasa ini mempertanyakan keakuratan dan kesesuaian dalam menangani situasi tertentu. Resmi (formal), tak resmi (informal), dan percakapan adalah tiga gaya bahasa yang membedakan bahasa standar berdasarkan pilihan kata.

a) Gaya Bahasa Resmi (formal)

Bahasa resmi digunakan dalam acara resmi, seperti acara kenegaraan dan pidato penting lainnya. Ini menggunakan kata-kata yang ada, nada, tata bahasa, dan tata kalimat untuk tidak membingungkan pendengar¹³. Bahasa resmi mirip dengan pakaian yang sangat ketat; kata-kata yang dipilih harus serius dan ketat, dan kalimat yang digunakan harus cenderung panjang¹⁴.

Indikator
1. Menggunakan bahasa baku
2. Menggunakan EYD lengkap
3. Nada bicara cenderung datar

¹² Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2007), 113-115.

¹³ Ibid., 117.

¹⁴ Zainul Maarif, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 145

b) Gaya bahasa tak resmi (Informal)

Bahasa tidak resmi biasanya digunakan dalam acara non-formal, seperti perkuliahan, tulisan, buku pegangan, dan sebagainya¹⁵. Ini karena bahasa standar tidak digunakan dalam peristiwa resmi. Gaya bahasa yang tidak resmi sebanding dengan pakaian kerja. Diksi dan kalimat yang digunakan lebih pendek.

Indikator
1. Menggunakan bahasa tidak baku
2. Tidak menggunakan EYD lengkap
3. Kalimat sederhana dan singkat
4. Tidak menggunakan kata penghubung

c) Gaya Bahasa Percakapan

Gaya bahasa yang terus-menerus dan dapat dibentuk oleh kebiasaan dikenal sebagai gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa ini terbentuk oleh pemilihan kata-kata populer dan percakapan yang dikombinasikan dengan segi-segi morfologis dan sintaksi¹⁶. Gaya bahasa percakapan mirip dengan pakaian olahraga. Melihat kata dan kalimatnya, mereka cenderung singkat dan seolah-olah tidak ada jarak antara satu kalimat dengan yang lain¹⁷.

Indikator
1. Menggunakan bahasa tidak baku
2. Banyak menggunakan istilah asing
3. Bahasanya singkat
4. Banyak menggunakan kata seru
5. Menggunakan kalimat langsung

¹⁵ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2007), 118.

¹⁶ *Ibid.*, 120.

¹⁷ Zainul Maarif, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 145

2) Gaya bahasa berdasarkan nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada saran yang dipancarkan dari kumpulan kata-kata dalam wacana. Sering kali, saran ini akan lebih jelas jika diikuti oleh saran dari pembicara dan suara¹⁸. Ada tiga jenis gaya bahasa berdasarkan nada, yaitu:

a) Gaya sederhana

Untuk menggunakan gaya ini secara efektif, seorang pembicara atau pendakwah harus memiliki keahlian dan pengetahuan yang cukup. Ini karena gaya ini cocok untuk memberikan instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya.

b) Gaya mulia dan bertenaga

Gaya ini memiliki energi dan vitalitas yang biasanya digunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu dapat menggunakan nada keagungan dan kemuliaan selain vitalitas dan tenaga pembicara. Ada yang agung dan mulia akan dapat menggerakjahi emosi setiap orang yang mendengarkannya. Keagungan adalah sebuah tenaga yang halus tetapi aktif yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan. Namun, kemuliaan dan keagungan itu memiliki tenaga penggerak yang dapat menggugah pendengar atau pembaca.

c) Gaya menengah

Tujuan gaya menengah adalah untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan damai, sehingga nadanya lemah lembut dan penuh kasih sayang¹⁹.

3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Gaya bahasa didasarkan pada struktur kalimat. Struktur kalimat menentukan tempat unsur kalimat yang

¹⁸ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2007),121

¹⁹Ibid.,122

penting²⁰. Struktur kalimat terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

a) Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan, serta kalimat periodik. Gaya bahasa yang disebut klimaks terdiri dari rangkaian ide yang semakin penting dari ide sebelumnya. Gradasi adalah istilah lain untuk klimaks. Istilah ini digunakan sebagai istilah umum yang awalnya merujuk pada tingkat atau konsep tertinggi. Anabasis terjadi ketika klimaks terjadi dan beberapa ide semakin penting.

b) Antiklimaks

Kalimat yang berstruktur mengendur menghasilkan antiklimaks. Gaya bahasa yang dikenal sebagai antiklimaks adalah suatu acuan di mana ide-ide terpenting diurutkan dari yang paling penting ke yang paling kurang penting. Gagasan penting sering ditempatkan di awal kalimat, membuat antiklimaks tidak efektif karena membuat pembaca atau pendengar tidak memperhatikan bagian-bagian berikutnya.

c) Paralelisme

Paralelisme adalah gaya bahasa yang bertujuan untuk mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata atau frasa yang memiliki fungsi yang sama dalam struktur gramatikal yang sama. Ini dapat mencapai kesejajaran dalam bentuk anak kalimat yang bergantung pada kalimat induk yang sama, yang menghasilkan struktur kalimat yang berimbang.

d) Repetisi

Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.

Adapun macam-macam repetisi diantaranya :

²⁰Ibid., 124.

- Epizeuksis
Repetisi yang bersifat berlangsung, artinya kata yang dipentingkan diulang beberapa kali berturut-turut.
- Tautotes
Repetisi atas sebuah kata berulang-ulang dalam sebuah konstruksi
- Anaphora
Repetisi yang berwujud pengulangan kata atau frasa pada akhir baris atau kalimat berurutan
- Epistrofa
Repetisi yang berwujud pengulangan kata atau frasa pada akhir baris atau kalimat berurutan
- Simploke
Repetisi pada awal dan akhir beberapa baris atau kalimat berturut-turut
- Mesodiplosis
Repetisi ditengah baris-baris atau beberapa kalimat berurutan
- Epanalepsis
Pengulangan yang berwujud kata terakhir dari baris, kalussa, kalimat, mengulang kata pertama.
- Anadiplosis
Kata atau frasa terakhir dari suatu klausa atau kalimat menjadi kata atau frasa pertama dari klausa atau kalimat berikutnya.

b. Gaya Suara

Gaya komunikasi ini menarik perhatian audiens. Gaya suara juga disebut olah vokal, yang berarti mengubah bunyi menjadi kata, ungkapan, atau kalimat. Namun, cara seseorang mengeluarkan suara mereka mungkin memiliki makna yang berbeda, bahkan bisa membelokan makna kata, ungkapan, atau kalimat yang sebenarnya. Oleh karena itu, kejelasan (intelligibility) dan keragaman (variety) sangat penting untuk

gaya suara²¹. Untuk menghindari kesalahpahaman, sangat penting untuk melafalkan kata dengan benar. Karena itu, keragaman adalah sifat yang sangat mempengaruhi makna. Keanekaragaman terdiri dari berbagai bagian, seperti:

1) Pitch

Dalam ilmu musik, pitch disebut dengan tangga nada. Pitch adalah tinggi rendahnya suara seseorang pembicara. Suara pembicara biasanya terlalu tinggi, tetapi juga terlalu rendah atau bervariasi antara rendah, sedang, dan tinggi, sesuai dengan apa yang mereka katakan. Suara seorang pembicara tidak boleh terlalu tinggi atau rendah.

Namun, itu menyenangkan untuk digunakan, jadi setiap pembicaraan harus belajar berbagai pitch variasi untuk membuat irama yang menarik²². Pitch suara biasanya digunakan untuk menunjukkan sesuatu atau menekankan makna pesan. Ada beberapa pitch dalam bahasa tonal. Dalam bahasa-bahasa tonal biasanya dikenal lima macam pitch, yaitu :

- a) Nada naik atau tinggi yang diberi tanda garis ke atas / ↑ /
- b) Nada datar diberi tanda garis lurus mendatar / ↔ /
- c) Nada turun atau merendah diberi tanda garis menurun / ↓ /
- d) Nada turun naik, yakni nada yang merendah lalu meninggi diberi tanda / ^ /
- e) Nada naik turun, yaitu nada yang meninggi lalu merendah, diberi tanda / ∨ / nada yang menyertai bunyi segmental didalam kalimat disebut intonasi.

Dalam hal ini biasanya dibedakan menjadi empat macam nada :

²¹ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2020), 79-80

²² Dhanik Sulistyarini & Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (serang: CV. A.A. Rizky, 2020), 77-78.

- a) Nada yang paling tinggi diberi tanda dengan angka 4 (keterangan suara yang keluar keras dan sangat tinggi)
- b) Nada tinggi yang diberi tanda 3 (keterangan: suara yang keluar seperti bicara tegas-ketegasan)
- c) Nada sedang atau biasa yang diberi tanda dengan angka 2 (keterangan: suara yang keluar seperti orang bicara datar tetapi agak keluar otot leher)
- d) Nada rendah yang diberi tanda dengan angka 1 (keterangan : suara yang keluar seperti orang berbicara biasa, namun tidak keluar otot leher)²³.

2) Rate atau Ritma

Seorang pembicara harus memperhatikan masalah ini dengan baik; mereka harus mengatur kecepatan dan menyelaraskan suara mereka dengan irama karena itu selalu terkait dengan irama dan ritma. Suara yang terlalu cepat atau terlalu lambat akan menyulitkan pendengar untuk memahami pesan²⁴.

Pause (penghentian) akan digunakan untuk mengontrol kecepatan. Akibatnya, komunikator kadang-kadang harus berhenti sejenak untuk memberi khalayak kesempatan untuk mencerna dan memahami pesan yang telah disampaikannya.

3) Pause atau jeda

Pause atau jeda dapat dianggap sebagai bagian dari rate atau kecepatan. Mereka juga dapat digunakan untuk mengatur pikiran dengan memperhatikan tanda baca pada suatu kalimat.

Memberikan jeda pada setiap kata, kalimat, atau gagasan akan membuat pembicara lebih mudah memahami

²³ Alex Abdullah hp Achmad, *Linguistik Umum* (Jakarta: erlangga, 2012),

²⁴ Dhanik Sulistyarini & Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (serang: CV. A.A. Rizky, 2020), 77-78.

apa yang mereka dengar²⁵. Jeda singkat dapat digunakan untuk memisahkan satu kesatuan pikiran atau mengubah ide seperti koma dalam tulisan. Ada dua jenis jeda: penuh dan sementara.

Mereka biasanya dibedakan antara sendi dalam yang menunjukkan batas antara silabel. Jeda dan tekanan dalam kalimat bahasa Indonesia sangat penting karena penggunaan yang salah dari keduanya dapat mengubah makna kalimat. Ketika tanda tambah (+) diberikan pada suatu kalimat, disebut "sendi luar".

{tam + pil }

{hi + lang }

{lan + tai }

Sendi luar dapat menunjukkan batasan yang lebih besar dari segmen dan dapat dibagi menjadi beberapa hal, seperti:

- a) Jeda antar kata dalam frase diberi tanda berupa garis miring (/)
- b) Jeda antar frase dalam klausa diberi tanda berupa garis miring ganda(//)
- c) Jeda antar kalimat dalam wacana diberi tanda berupa silang pada (#)

Tekanan dan jeda dalam bahasa Indonesia sangat penting karena tekanan dan jeda itu dapat mengubah makna kalimat²⁶.

c. Gaya Gerak Tubuh

Selain gaya bahasa dan suara, penyampaian retorika memerlukan ekspresi tubuh. Gerak tubuh membantu menguatkan suara komunikator. Berdasarkan teori, gerakan fisik bermanfaat dalam tiga hal: menyampaikan makna, menarik perhatian, dan meningkatkan kepercayaan diri

²⁵ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2020),83

²⁶ Alex Abdullah hp Achmad, *Linguistik Umum* (Jakarta: erlangga, 2012),

komunikator²⁷.Selanjutnya, dalam teori beretorika, gerak tubuh terdiri dari empat hal:

1) Sikap badan

Dalam berbicara, sikap badan sangat penting karena sikap badan menentukan seberapa baik seseorang berbicara atau berpidato. Jika seorang pembicara dapat dilihat oleh para pendengarnya, komunikasinya akan lebih efektif. Oleh karena itu, pembicara harus menyesuaikan posisi tubuh mereka untuk situasi tertentu. Misalnya, mereka dapat berdiri menghadap penonton atau duduk sejajar jika situasi memungkinkan²⁸.

2) Penampilan dan pakaian

Selain memperhatikan sikap tubuh mereka, seorang komunikator juga memperhatikan pakaiannya karena pakaian adalah bagian dari seorang komunikator. Jika seorang komunikator berpakaian tidak sesuai, itu berarti dia belum pernah tampil di depan umum. Sebagian dari kita berpendapat bahwa pakaian akan menghilangkan kewibawaan, tetapi sayangnya banyak penda'i di Indonesia yang tidak menyadari pentingnya gaya²⁹.

3) Air muka (ekspresi) dan gerakan tangan

Dalam beretorika, ekspresi adalah komponen terpenting yang digunakan oleh komunikator. Komunikator dapat berkomunikasi melalui hal-hal non-verbal seperti tertawa, senyuman, mimik muka, dan gerakan alis yang menunjukkan perasaan kagum, terkejut, atau keraguan. Dalam berpidato atau berceramah, komunikator harus menggunakan gerakan tangan untuk menarik perhatian pendengar.

²⁷ Dhanik Sulistyarini & Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (serang: CV. A.A. Rizky, 2020), 80-81.

²⁸ Susandi, *Retorika Sebuah Pengantar* (Jogjakarta, 2018),79.

²⁹ Dhanik Sulistyarini & Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (serang: CV. A.A. Rizky, 2020), 82.

Gerakan tangan membantu menyampaikan pesan dalam pidato atau presentasi. Ini dapat menghasilkan gambaran abstrak dari materi yang disampaikan. Tetapi pembicara harus memperhatikan gerakan tangan mereka, karena jika mereka salah, itu akan menjadi tawaan bagi pendengar.

4) Pandangan mata

Gerakan tubuh untuk menarik perhatian komunikasi adalah kontak mata. Kontak mata adalah metode pertama untuk menjalin hubungan secara langsung dengan khalayak; dalam berretorika, kontak mata sangat penting karena mata memiliki kekuatan magis yang dapat mengontrol dan mengarahkan perhatian komunikasi³⁰.

B. Retorika Dakwah

1. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dan dakwah adalah dua suku kata dari teori retorika dakwah. Disisi lain “retorika” berasal dari bahasa Yunani “rhetorikos” yang berarti ucapan. Terkait dengan kata “rhetor” yang berarti orator, dan “rhema” yang berarti ucapan³¹. Seni berbicara didepan orang lain atau didepan umum adalah arti lain dari retorika.

Retorika dapat didefinisikan sebagai seni menggunakan bahasa secara efektif oleh beberapa ahli, sebagai seni menggunakan bahasa secara efektif, Cleanth Brooks dan Robert Pen Warren adalah yang menggunakan definisi retorika yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa retorika mencakup semua penggunaan bahasa, baik lisan maupun tulisan³².

³⁰Susandi, *Retorika Sebuah Pengantar* (Jogjakarta, 2018), 86

³¹Zainul Maarif, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 1.

³²Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), 50

Aristoteles mengatakan bahwa retorika adalah kumpulan teknik persuasife yang dapat digunakan dalam berbagai situasi³³. Dari definisi tersebut aristoteles menekankan tujuan retorika yaitu membujuk khalayak.

Retorika, menurut Jalaludin Rahmat, adalah keahlian seorang pembicara dalam menggabungkan kata-kata dengan cara yang membuat kesan pada khalayak³⁴. Namun, menurut Gorys Keraf, retorika adalah teknik penggunaan bahasa sebagai seni yang didasarkan pada pengetahuan yang disusun dengan baik³⁵.

"Dakwah" berasal dari kata Arab "da'a-yad'u-da'watan", yang berarti panggilan, ajakan, seruan, dan undangan. Seolah-olah para ulama, tokoh dakwah, dan ahli bahasa telah menyetujui definisi ini³⁶. Namun, dakwah dapat didefinisikan sebagai berikut oleh beberapa ahli:

- a. "Mendorong manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk dan menyuruh mereka berbuat makruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat" adalah definisi dakwah, menurut Syeikh Ali Mahfudz.
- b. "Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dalam berencana mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar timbul suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan, terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan", kata M. Arifin.
- c. "Dakwah Islamiyah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat islam yang terlebih dahulu

³³ Zainul Maarif, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik* (jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 2

³⁴ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2020), 5

³⁵ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2007), 112

³⁶ Bahrum Subagia, *Fiqh Dakwah Dan Pemikiran Dakwah Di Indonesia* (Pustaka Melek, 2013), 4

di yakini dan diamankan oleh pendakwah itu sendiri," kata A. Hasjmi³⁷.

Jadi Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Alqur'an dan Al-Hadist³⁸. Retorika dakwah berkembang berjalan seiring dengan perkembangan dakwah islam. Secara substansial, dalam retorika dakwah, seorang pendakwah hanya menyampaikan pesan ilahi kepada orang lain untuk diikuti.

Namun, hanya tuhan yang memiliki kekuatan untuk menggerakkan iman seseorang. Namun, pendakwah masih dapat mempengaruhi orang lain dalam upaya mereka untuk mengajak³⁹. Adapun definisi dakwah dalam Islam ialah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Sebagaimana di jelaskan dalam surat Al-Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, dan menyeru (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Persuasi, menurut KBBI, didefinisikan sebagai suatu ajakan atau bujukan halus kepada seseorang dengan cara memberikan alasan yang meyakinkan dan prospek yang baik. Bujukan seperti itu dilakukan melalui diskusi retorika⁴⁰.

Aristoteles, seorang filsuf terkenal, telah menetapkan beberapa syarat untuk mempengaruhi orang lain:

³⁷ Abdullah, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015).

³⁸ Abdullah, "Retorika Dan Dakwah Islam".

³⁹ Umdatul Hasanah, 'Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah Dan Retorika Aristoteles', *Jurnal Komunikasi Islam*, 10.2 (2020), 256–75 <<https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.256-275>>.

⁴⁰ Zainul Maarif, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik* (jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 2 – 3.

- a. Seorang pembicara harus dapat meyakinkan pendengar bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, status terhormat, dan kepribadian yang terpercaya (ethos).
- b. Seorang pembicara harus menyentuh hati pendengar, yaitu perasaan, emosi, harapan, dan kasih sayang (pathos).
- c. Seorang pembicara harus meyakinkan pendengar bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas,

2. Tujuan dan Fungsi Retorika Dakwah

Seni dakwah adalah kemampuan menggabungkan kata-kata agar pendengar mudah memahami, menerima, dan mengikuti apa yang didakwahkan karena mereka merasa tertarik, indah, dan tulus. Sebagian besar da'i yang berbakat dalam retorika atau berbicara sudah memiliki tujuan untuk berbicara sebelum berbicara di depan umum. Berbicara tanpa tujuan terlebih dahulu akan sulit untuk dibatasi sehingga terjadi deviasi pembiasaan pembicaraan. Di sinilah tujuan pembicaraan diperlukan untuk menghindari kesan bertele-tele. Pembicaraan tidak akan menarik jika berlebihan dan menyimpang dari topik. Semua orang dapat berbicara, kecuali mereka yang cacat sejak lahir atau tuna wicara. Namun, beberapa orang tidak dapat berbicara dengan baik. Banyak faktor berperan dalam hal ini⁴¹.

Ada orang yang bisa berbicara tetapi tidak efektif, dan orang lain yang bisa berbicara tetapi tidak efektif juga sering terjadi di masyarakat. Berbicara tidak selalu menguntungkan diri sendiri atau orang lain. Berbicara di sini berarti berbicara tentang hal-hal yang bermanfaat, bukan hanya mengeluarkan ujaran pada seseorang atau khalayak ramai tanpa memperhatikan maksud dari pembicaraannya. Ada sejumlah contoh retorika yang menarik di antaranya adalah:

⁴¹ Agus Hermawan, *Retorika Dakwah* (Kudus: Yayasan Hj.Kartini Kudus, 2018), 2

- a. Berbicara untuk memecahkan masalah di forum diskusi, dengan kata lain berhubungan dengan bidang pengetahuan atau bidang lain yang harus diselesaikan.
- b. Berbicara dalam sebuah pidato resmi, memberi tahu orang lain dengan menggunakan retorika yang baik.
- c. Berbicara tentang menjadi tutor bagi orang-orang yang belum begitu mahir dalam topik tertentu.
- d. Berbicara dengan unsur dakwah. Yakni memberi pengetahuan atau diskusi tentang ajaran islam dan mengenai syiar islam.

Selain itu, ada banyak lagi jenis berbicara yang bermanfaat; mahasiswa tentunya sudah tahu cara menilai dan memilah apa yang baik dan apa yang buruk untuk dibicarakan. Dari apa yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi retorika dakwah adalah sebagai ilmu dan seni, serta ketrampilan untuk menyampaikan ajaran Islam secara lisan sehingga kaum muslimin dapat dengan mudah memahami seruan dakwah Islam dan membuat pemahaman dan perilaku mereka menjadi lebih Islami.

Menurut Agus Hermawan, tujuan mempelajari Retorika Dakwah adalah sebagai berikut:

- a. agar dapat menjelaskan berbagai ide dakwah
- b. untuk membuat strategi dan materi dakwah yang sesuai dengan situasi dan kondisi
- c. agar mampu berbicara di depan umum secara sopan, sopan, berisi, dan benar dalam penyampaianya⁴²

3. Jenis-jenis Retorika Dakwah

Dalam kehidupan nyata, ada beberapa jenis retorika yang biasa kita lihat. Yang pertama monologika, yang merupakan gaya bicara yang disampaikan oleh satu orang, seperti pidato, khutbah, sambutan, atau sejenisnya. Yang kedua adalah dialogika, yang merupakan gaya bicara yang memiliki lawan bicara atau berdialog, seperti diskusi dan tanya jawab. Yang terakhir adalah pembinaan

⁴² Ibid., 3

teknik berbicara, yang lebih berfokus pada teknik bernafas, bina suara, dan bercerita.

C. Youtube

1. Media Sosial Youtube

Youtube merupakan sebuah media sosial yang berisikan kumpulan video-video seperti videoclip, film pendek, serial televisi, trailer film, video blog, video tutorial dan masih banyak lagi. Pengguna Youtube dapat dengan bebas mengakses video baik itu yang di unggah sendiri maupun video yang di unggah oleh berbagai pihak. Di era millennium ini hampir semua orang sudah mengenal youtube. Apalagi dengan kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mengaksesnya masyarakat menjadi lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan hiburan bahkan rohani. Didalam media youtube sendiri banyak fitur-fitur yang digunakan Youtube didirikan pada tahun 2005 tanggal 14 februari oleh tiga orang, mantan karyawan paypal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Pada awalnya youtube berdiri, kantor pusat youtube terletak bersama sebuah restoran ternama yaitu Pizza dan Restoran Jepang di San Mateo di California.

Perkembangan media youtube sangat pesat pada tahun 2006, pada tahun itu media youtube telah berhasil menjadi media terpopuler sehingga dapat memberikan beranekaragam manfaat. Berawal hanya mengupload atau mengunggah video sederhana sekarang dapat digunakan untuk live streaming, dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi manfaatnya. Youtube mudah digunakan dan dapat di ikuti oleh semua kalangan. Mulai dari anak kecil hingga orang dewasa dapat dengan mudah mempelajari dan mengakses youtube. Dari ulasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam perkembangan media youtube sebagai media untuk mengunggah video dalam berbagai tahapan dimulai dari berdirinya youtube sampai berkembangnya youtube dan di manfaatkan sebagai media dakwah Islam dalam berbagai kalangan pengguna di dalam masyarakat.

2. Youtube Sebagai Media Dakwah

Youtube saat ini banyak dimanfaatkan seseorang untuk berbagai tujuan. Ada beberapa ustaz kondang di Indonesia yang menggunakan Youtube untuk berdakwah. Masyarakat pun tertarik dan banyak yang mengikutinya untuk mendapatkan ilmu agama. *Social Blade* memberi informasi setidaknya 4 ustaz kondang yang menggunakan media Youtube, yakni:

- a) Aa Gym; nama penceramah Aa Gym memang sudah terkenal cukup lama. Di media sosial, Aa Gym memiliki banyak pengikut. Di akun Instagramnya mencapai 5 juta dan 211 ribu berlangganan di kanal Youtube miliknya. Aagym Official. Sudah bergabung sejak tahun 2016, Aa Gym diperkirakan mendapatkan penghasilan dari Youtube sekitar US\$283 atau setara Rp4 juta hingga US\$4,500 atau setara Rp63,3 juta per bulan.
- b) Adi Hidayat (UAH); juga menjadi salah satu dai kondang di Indonesia. Tausiah ustaz yang dijuluki ilmu Alquran ini juga banyak beredar di Instagram dan Youtube. Selain memiliki 2,4 juta pengikut di Instagram, UAH juga sudah memiliki 369 ribu berlangganan di kanal Youtube miliknya, Adi Hidayat Official. Ada 172 video yang sudah diunggah di akun Youtube miliknya. Sehingga, mengantarkan Ustaz Adi Hidayat diprediksi oleh *Social Blade* menghasilkan uang sekitar US\$361 atau setara dengan Rp5,1 juta hingga US\$5,800 atau setara dengan Rp81,6 juta per bulan.
- c) Hanan Attaki; nama Ustaz Hanan Attaki tentu sudah tak asing lagi di telinga banyak orang, terutama para anak muda. Gaya ceramahnya yang mudah dicerna dan kerap membahas mengenai kehidupan para anak muda membuat Hanan Attaki semakin digemari banyak orang. Termasuk di Instagram, Ustaz lulusan Al-Azhar, Kairo ini sudah memiliki 7,8 juta pengikut. Bukan cuma di Instagram, dia juga terkenal di Youtube dan sudah memiliki 823 berlangganan. Seperti yang dikutip dari *Social Blade*, ustaz Hannan mendapatkan penghasilan dari

Youtube sekitar US\$443 hingga US\$7.100 yang jika dirupiahkan sekitar Rp6,2 juta hingga Rp99,9 juta per bulan.

- d) Abdul Somad; nama lengkap Abdul Somad Batubara atau yang lebih dikenal dengan Ustaz Abdul Somad (UAS) merupakan salah satu penceramah yang digemari banyak orang. Cara berceramahnya yang sederhana dan kerap diselingi lawakan itu membuat namanya semakin terkenal. Ustaz Abdul Somad juga sangat populer di Instagram, dan Youtube. UAS berhasil meraih penghargaan Gold Play Button karena mendapatkan 1 juta berlangganan lewat kanal Youtube Tafaqah Video. Tapi, kini dai ini memiliki kanal Youtube sendiri yang bernama “Ustadz Abdul Somad Official” dan sudah memiliki 310 ribu mengikuti. Seperti yang dilansir dari Social Blade, Ustadz Abdul Somad mendapatkan penghasilan mulai dari US\$586 atau sekitar Rp8,2 juta sampai US\$9.400 atau setara Rp132,3 juta per bulan.

3. Metode Dakwah di Youtube

Beberapa model yang dapat ditemukan atau digunakan dalam berdakwah melalui Youtube. Beberapa model tersebut adalah sebagai berikut;

- a) Video Ceramah Serial; yakni membuat suatu program ceramah serial dengan durasi yang cukup panjang (lebih dari 50 menit). Serial maksudnya tema dan judul yang diangkat tersusun sebagai suatu rangkaian. Misalnya, dimulai dari tema thaharah 10 seri, salat 10 seri, puasa 10 seri, dan seluruh yang terkait dengan ibadah. Juga tema sains dalam jumlah seri tertentu, tema lingkungan, dan lain-lain.
- b) Video Ceramah Singkat; yakni video yang berisikan ceramah berdurasi pendek (10-15 menit) dengan membahas persoalan tertentu. Tema dan judul yang diangkat tidak terikat, dan dapat pula disesuaikan dengan kondisi- kondisi aktual.
- c) Video Potongan Ceramah; yakni potongan video singkat saat dai melakukan ceramah di tempat tertentu dalam kegiatan tertentu. Video rekaman ceramah yang panjang, dapat dipotong-

potong menjadi suatu pesan pendek sehingga penonton tidak menunggu lama.

- d) Video Musik/lagu; yakni pesan-pesan dakwah melalui musik atau lagu yang diunggah di kanal Youtube, baik dalam bentuk asli maupun cover.
- e) Video Cerita Singkat; yakni membuat video singkat yang isinya memiliki “jalan cerita” layaknya film. Dalam hal ini juga bisa termasuk film pendek.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, *Ilmu Dakwah, Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015)
- Achmad, Alex Abdullah hp, *Linguistik Umum* (Jakarta: erlangga, 2012)
- Agus Hermawan, *Retorika Dakwah* (Kudus: Yayasan Hj.Kartini Kudus, 2018)
- Amirudin, Rahim, *Retorika Haraki* (Surakarta: Era Adicitra, 2011)
- Anwar, Gentasari, *Retorika Teknis Dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- Anwar Rusydie, *USTADZ ADI HIDAYAT Kisah Hidup Dan Dakwah Yang Fenomenal* (Yogyakarta: laksana, 2021)
- Ardianto, Elvino, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Simbiosis rekayasa media, 2016)
- Bahrum Subagia, *Fiqh Dakwah Dan Pemikiran Dakwah Di Indonesia* (Pustaka Melek, 2013)
- Dhanik Sulistyarini & Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (serang: CV. A.A. Rizky, 2020)
- Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011)
- Haris Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012)
- Hartati Sri, Nurdin Ismail, *Metode Penelitian Dakwah* (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019)
- Heryanto, Gun Gun, *Komunikasi Politik Di Era Industri Citra*

- (Jakarta: PT Lasswell Visitama, 2010)
- Jaswadi, Syahroni Ahmad, *Retorika* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014)
- Keraf, Gorys, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)
- , *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2007)
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001)
- Maarif, Zainul, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015)
- Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonomi, 2005)
- Morisan, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2013)
- Onong Uchjana Effendy, *Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditia Bakti, 2003)
- , *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009)
- Rafanani, Been, *Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara* (Yogyakarta: Araska, 2007)
- Rahmat, Jalaluddin, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2020)
- Roudhonah, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007)
- Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi* (Bandung: Simbiosis rekayasa media, 2017)
- Sari Wahyuni, *Qualitative Research Method* (Jakarta: Selemba Empat, 2012)

Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, Tias Satrio Adhitama, *Komunikasi Dakwah* (Sidoarjo: CV. MITRA MEDIA NUSANTARA, 2013)

JURNAL

“Retorika Dan Dakwah Islam”, *Jurnal Dakwah*, X, No. 1 (2009), h 11

Hasanah, Umdatul, ‘Kualifikasi Da’i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah Dan Retorika Aristoteles’, *Jurnal Komunikasi Islam*, 10.2 (2020), 256–75
<<https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.256-275>>

WEBSITE

Aditya Rifan, ‘Profil Ustadz Adi Hidayat : Pendidikan, Jejak Karier Hingga Karyanya.’, *Suara.Com*, September 2021

Akhyar, Quantum institue, ‘Profil Ustadz Adi Hidayat’

———, ‘Sekilas Tentang Ust. Dr. Adi Hidayat, Lc., MA.’

“Channel Youtube Ustadz Adi Hidayat”

<https://youtube.com/playlist?list=PL3iW_rlEoH5KsuTEUziFfyNf2zanEdas8>

Rikaariyani.Com <<https://www.rikaariyani.com/2022/12/pengertian-observasi-dan-jenis-jenis.html>>

Viva, ‘Adi Hidayat’, *Viva.Co.Id*, 2021
<<https://www.viva.co.id/siapa/read/1041-adi-hidayat>>

Wicaksana, Arif, and Tahar Rachman, ‘Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur’an’, *Angewandte Chemie International*, 3.1 (2018), 10–27
<<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>

‘Wikipedia’ <https://id.wikipedia.org/wiki/Adi_Hidayat>

SKRIPSI

Noviana Rahmawati, 'Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Social Youtube Video Tentang "Iman" Pada Channel One Minute Booster', 2020

purnomo luqman, 'Retorika Dakwah Muhammad Ali Shodiqin (Gus Ali Gondrong) Dalam Media Social Youtube', 2022

Steviasari, Puspa chika, 'Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)', *UIN Raden Intan Lampung*, 2020, 60
<http://repository.radenintan.ac.id/11201/1/SKRIPSI_2.pdf>

