

**RETORIKA DAKWAH DALAM ACARA CAHAYA ISLAMI  
DI YOUTUBE RADAR LAMPUNG TV**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Mendapatkan Gelar S1 Dalam Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Oleh

**EKA SAFITRI**

**NPM : 1941010086**

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H/ 2024 M**

**RETORIKA DAKWAH DALAM ACARA CAHAYA ISLAMI  
DI YOUTUBE RADAR LAMPUNG TV**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Mendapatkan Gelar S1 Dalam Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam



**Pembimbing I : Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag.**

**Pembimbing II : Septy Anggraini, M.Pd.**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H/ 2024 M**

## ABSTRAK

*Youtube* dapat menjadi media dakwah dan model dakwah di *Youtube*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media *You Tube* sebagai media dakwah semakin menjanjikan dan semakin mudah dilakukan, hal tersebut dikatakan bahwa keterkaitan antara media *You Tube* dengan dakwah adalah kesamaan sasaran, segmentasi yang sama dan kesamaan kebutuhan.

Retorika merupakan seni berbicara untuk memersuasi dan memberikan informasi rasional kepada pihak lain. Di tengah banyaknya *da'i* yang sama hebatnya, para *Da'i* di acara cahaya islami mampu memersuasi jutaan *mad'u* di media sosial. Padahal, efektivitas komunikasi di media sosial sulit diraih. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti, "retorika dakwah dalam acara cahaya islami di Radar Lampung TV dalam *YouTube* Radar TV beserta penerapan *ethos* (kredibilitas atau etika), *pathos* (daya tarik emosional), dan *logos* (imbauan rasional) dalam kajian tersebut.

Dakwah pada dasarnya adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh umat Islam untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam. Berdakwah merupakan aktifitas lisan maupun tulisan yang dilakukan untuk mengajak seseorang ke jalan Allah SWT. Mengingat betapa pentingnya aktifitas dakwah, maka dakwah haruslah dilakukan dengan baik dan tepat sasaran. Maka dengan ilmu retorika dakwah akan bisa mengajak umat dalam kebaikan. Seperti halnya dakwah yang dilakukan oleh para *Da'i* dalam acara Cahaya Islami di media sosial *youtube* melalui dakwahnya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori retorika Aristoteles atau dikenal dengan formula segitiga retorika Aristoteles yang didalamnya menjelaskan tiga cara untuk memengaruhi manusia melalui *ethos*, *pathos*, dan *logos*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para *Da'i* selalu menerapkan formula segitiga retorika Aristoteles. Dengan dukungan dari kredibilitas yang tinggi, mampu menarik emosional dan sisi rasional *mad'u*.

**Kata Kunci:** Cahaya Islami, Dakwah, Retorika, Youtube

## ABSTRAK

YouTube can be a medium for preaching and a model for preaching on YouTube. The results of the research show that the use of YouTube media as a medium for da'wah is increasingly promising and easier to do. It is said that the connection between YouTube media and da'wah is the same target, the same segmentation and the same needs.

Rhetoric is the art of speaking to persuade and provide rational information to other parties. In the midst of many da'i who are equally great, the Da'i at the Islamic Light event were able to persuade millions of mad'u on social media. In fact, effective communication on social media is difficult to achieve. Based on these problems, the author is interested in researching, "the rhetoric of preaching in the Islamic light program on Radar Lampung TV on YouTube Radar TV along with the application of ethos (credibility or ethics), pathos (emotional appeal), and logos (rational appeal) in this study.

Da'wah is basically an activity carried out by Muslims to spread and broadcast Islam. Da'wah is an oral or written activity carried out to invite someone to the path of Allah SWT. Considering how important da'wah activities are, da'wah must be carried out well and on target. So with the science of rhetoric, da'wah will be able to invite people to goodness. Like the preaching carried out by the Da'i in the Islamic Light program on YouTube social media through their preaching.

This research uses a descriptive qualitative research method using Aristotle's rhetorical theory or known as Aristotle's rhetorical triangle formula which explains three ways to influence humans through ethos, pathos and logos. The research results show that Da'i always apply Aristotle's rhetorical triangle formula. With the support of high credibility, it is able to attract the emotional and rational side of mad'u.

**Keyword : Islamic Light, Da'wah, Rhetoric, Youtube**



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

*Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin, Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp. (0721)703260*

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Eka Safitri  
NPM : 1941010086  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “RETORIKA DAKWAH DALAM ACARA CAHAYA ISLAMI DI YOUTUBE RADAR LAMPUNG TV” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain 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. 13  
September 2023



Penulis,

  
**Eka Safitri**

NPM.1941010086



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

*Mamat: N. Lektol H. Endro Suratmih Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul** : **RETORIKA DAKWAH DALAM ACAR CAHAYA ISLAMI DI YOUTUBE RADAR LAMPUNG TV**  
**Nama** : **Eka Safitri**  
**NPM** : **1941010036**  
**Prodi** : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
**Fakultas** : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**MENYETUJUI**

Telah dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang  
Munaqosyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag.**  
**Nip. 196511011995031001**

  
**Septy Anggrainy, M.Pd**  
**Nip. 1980092420023212011**

**Mengetahui,**  
**Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

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



KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Ketkol H. Endro Suratmij, Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul **“RETORIKA DAKWAH DALAM ACARA CAHAYA ISLAMI DI YOUTUBE RADAR LAMPUNG TV”** disusun oleh, **Eka Saffitri NPM: 1941010086**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**. Telah di Ujikan dalam Sidang Munaqosyah di **Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan** pada Hari/Tanggal: **Senin, 05 Februari 2024**.

TIM PENGUJI

- Ketua Sidang : **Dr. Faizal, S.Ag, M.Ag** 
- Sekretaris : **Nasrul Efendi, S.Kom.I, M.Sos** 
- Penguji Utama : **Dr. Khairullah, S.Ag., MA** 
- Penguji Pendamping I : **Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag.** 
- Penguji Pendamping II: **Septy Angrainy, M.Pd** 

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



  
**Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag**

NIP. 196511011995031001

## MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ  
الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

{Q.S. Ali Imran[104]}



## PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan Skripsi ini kecuali lembar persembahan. Laporan Skripsi saya ini persembahkan sebagai tanda bukti kepada Ibu dan Ayah tercinta, Kakak dan Adik, kakek dan nenek, Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang saya banggakan serta teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan Skripsi ini. Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya Skripsi adalah Skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik itu semua, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

1. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Rasfuddin. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana
2. Pintu surgaku, Ibunda Rofiah sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Untuk nenek(Rainah) dan kakek(Rasidan) yang sangat ingin melihat penulis sampai ke jenjang sarjana, beliau tak hentinya mengingatkan penulis untuk selalu rajin, tekun selama menjalankan studi ini, sehingga perkataan beliau yang selalu melekat di ingatan penulis.
4. Untuk ke tiga kakaku, Nening Sri Wati, Nur Yanti, Feni Lafenia. Terimakasih sudah menjadi kakak yang baik dan menyayangi dari kecil hingga sekarang.
5. Untuk adikku Afifah, terimakasih sudah menjadi Mood Boster dan menjadi alasan penulis untuk pulang ke rumah setelah beberapa bulan meninggalkan rumah demi menempuh Pendidikan di bangku perkuliahan.
6. Keempat keponakanku, Alisa, Yusuf, Nino, dan terakhir adek Aliya yang sudah tiada kita belum sempat ketemu. Terimakasih sudah menjadi Mood Boster untuk penulis.
7. My best partner Aziz Maulana, terimakasih atas segala bantuan, waktu, support dan kebaikan yang diberikan kepada penulis disaat masa sulit mengerjakan Skripsi ini.

8. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu kehidupan.
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengandalkan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.



## **RIWAYAT HIDUP**

Eka Safitri, dilahirkan di desa Mada Jaya pada tanggal 04 Oktober 2001, anak keempat dari pasangan (Rasfuddin) dan (Rofiah). Pendidikan dimulai dari SDN 1 Mada Jaya selesai pada tahun 2013, lalu melanjut kesekolah SMP N 9 Pesawaran selesai tahun 2016, Penulis lalu melanjutkan kejenjang selanjutnya yakni ke sekolah menengah kejuruan di SMKS YASMIDA Ambarawa selesai pada Tahun 2019, penulis kemudian melanjutkan pendidikannya ke tahap yang lebih tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) ) Raden Intan Lampung dan diterima di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2019/2020.

Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra maupun ekstra Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.



Bandar Lampung, 13 september  
2023. Yang Membuat,

Eka Safitri

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur saya sampaikan kehadiran Allah SWT, Rabb semesta alam, Sang pemberi petunjuk, Sang pemberi pertolongan dan Sang Maha segalanya yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang selalu berjuang di jalan Allah SWT. Karena jasa beliau yang telah memberikan contoh suritauladan yang baik sehingga secara tidak langsung penulis termotivasi menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari menuntut ilmu.

Selama penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang dialami oleh penulis, baik yang menyangkut waktu, pengumpulan data maupun pembiayaan dan sebagainya. Namun dengan hidayah dan inayah Allah SWT dan berkat usaha disertai dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka segala kesulitan dan hambatan itu dapat diatasi dengan sebaik-baiknya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari motivasi, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga dengan penuh rasa penghormatan penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada:;

1. Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Khairullah, S.Ag., MA. Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom. selaku sekretaris Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag dan Ibu Septy Anggrainy, M.Pd selaku pembimbing I dan pembimbing II atas keikhlasannya waktu dan ilmunya dalam memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Pimpinan dan Seluruh Staf Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung serta Perpustakaan Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung
5. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan banyak pelajaran berharga serta menyediakan segala fasilitas dalam rangka penyusunan skripsi ini.
6. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga untuk membuka pintu kehidupan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi membantu dan juga memberikan dukungan materi maupun non materi demi terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penulis masih menyadari

banyak kekurangan, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya Almamater tercinta Kampus Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

*Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Bandar Lampung, 13 september  
2023

Eka Safitri

1941010086



## DAFTAR ISI

<b>HALAM JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus Dan Sub-Fokus Penelitian .....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	5
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
H. Metode Penelitian.....	9
I. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II RETORIKA DAKWAH DALAM YOUTUBE</b>	
<b>A. Retorika Dakwah</b>	
1. Pengertian Retorika Dakwah.....	15
2. Tujuan Retorika Dakwah .....	17
3. Aspek Pendukung Retorika Dakwah .....	18
4. Komponen Retorika Dakwah .....	21
5. Fungsi Retorika Dakwah .....	22
6. Gaya Bahasa .....	23
<b>B. Youtube Sebagai Media Dakwah</b>	
1. Pengertian Youtube .....	25
2. Manfaat Youtube.....	25
3. Konten Dakwah di Youtube .....	26
4. Youtube Sebagai Media Dakwah .....	27

**BAB III DESKRIPSI UMUM PROGRAM ACARA CAHAYA ISLAMI  
DI YOUTUBE RADAR LAMPUNG TV**

A. Sejarah Acara Cahaya Islami.....	32
B. Youtube Radar TV Acara Cahaya Islami .....	35
C. Profil Da'i Dalam Kajian Acara Cahaya Islami .....	35
D. Materi Kajian Acara Cahaya Islami .....	35
E. Jadwal Program Acara Cahaya Islami.....	36
F. Retorika Dakwah Da'i dalam Acara Cahaya Islami.....	36
G. Gaya Bahasa dalam Retorika dakwah di Acara Cahaya Islami.	40
H. Gerak Tubuh dalam Acara Cahaya Islami.....	42
I. Data Retorika Dakwah dalam Program Acara Cahaya Islami...	45

**BAB IV ASPEK RETORIKA DAKWAH DALAM ACARA CAHAYA  
ISLAMI DI YOUTUBE RADAR LAMPUNG TV**

A. Penerapan Ethos dalam Retorika Dakwah pada Acara Cahaya Islami.....	64
B. Penerapan Pathos dalam Retorika Dakwah pada Acara Cahaya Islami .....	68
C. Penerapan Logos dalam Retorika Dakwah pada Acara Cahaya Islami.....	70

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	72
B. Saran.....	72

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

### Tabel

<b>2.1 Indikator Unsur Retorika .....</b>	<b>22</b>
<b>3.2 Jadwal Penayangan.....</b>	<b>35</b>
<b>3.3 Materi Ceramah .....</b>	<b>35</b>
<b>3.4 Gaya Gerak Tubuh Dalam Acara Cahaya Islami.....</b>	<b>64</b>



## DAFTAR GAMBAR

### GAMBAR

<b>1.1 Ethos,Logos,Pathos .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2 Foto Program Cahaya Islami .....</b>	<b>32</b>
<b>3.3 Foto Video Ustad Riki Abu Ibrahim .....</b>	<b>33</b>
<b>3.4 Foto Video Ustad Faiz Ibrahim .....</b>	<b>34</b>
<b>3.5 Foto Video Da'i Asip Abdullah.....</b>	<b>35</b>
<b>3.6 Foto Video Da'i Abdullah Kafi Hamdan .....</b>	<b>36</b>
<b>3.7 Foto Video Ceramah Ust Riki Abu Ibrahim .....</b>	<b>39</b>
<b>3.8 Foto Video Ceramah Ust Faiz Ibrahim.....</b>	<b>40</b>
<b>3.9 Foto Video Ust Asip Abdullah .....</b>	<b>40</b>
<b>3.10 Foto Video Ust Abdullah Kafi Hamdan.....</b>	<b>40</b>
<b>3.11Ekspresi Wajah Dan Gerakan Tangan Ust Asip Abdullah .....</b>	<b>41</b>
<b>3.12 Ekspresi Wajah Dan Gerakan Tangan Faiz Ibrahim .....</b>	<b>41</b>
<b>3.13 Ekspresi Wajah Dan Gerakan Tangan Ust Abdullah Kafi Hamdan</b>	<b>42</b>
<b>3.14 Ekspresi Wajah Dan Gerakan Tangan Ust Riki Abu Ibrahim .....</b>	<b>42</b>
<b>3.15 Da'i Riki Abu Ibrahim .....</b>	<b>43</b>
<b>3.16 Da'i Faiz Ibrahim.....</b>	<b>48</b>
<b>3.17 Da'i Asip Abdullah.....</b>	<b>53</b>
<b>3.18 Da'i Abdullah Kafi Hamdan .....</b>	<b>58</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Observasi**

**Dokumentasi**

**Mendengar Dan Mencatat**

**Bukti Bimbingan Skripsi**

**Perubahan Judul**

**Turnitin**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Judul merupakan hal yang sangat penting dari suatu karya ilmiah, karena judul memberikan gambaran tentang keseluruhan isi skripsi. Sebagai langkah awal untuk memahami judul skripsi dan untuk menghindari kesalahan pahaman, maka penulis perlu memberikan penegasan pengertian beberapa istilah yang dianggap penting supaya bahasa ini dapat terarah dan tidak menyimpang dari maksud yang diinginkan. Adapun judul Skripsi penelitian yang dimaksud adalah **“Retorika Dakwah Dalam Acara Cahaya Islami Di Youtube Radar Lampung TV”**. Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat didalam judul Skripsi tersebut yaitu sebagai berikut.

Retorika Menurut Dori Wuwur Hendrikus adalah kesenian untuk berbicara baik, yang dipergunakan dalam proses komunikasi antar manusia secara singkat, jelas, padat dan mengesankan untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>1</sup>

Menurut Abdullah, arti retorika adalah seni berpidato atau mengarang/membuat naskah dengan baik. Dalam *webster's word college dictionary* disebutkan bahwa retorika adalah *“the art of speaking or writing with correctness, clearness and strengt”*, yakni seni berpidato atau mengarang dengan benar, teliti, jelas, dan kuat.<sup>2</sup>

Dakwah menurut bahasa berarti panggilan seruan atau ajakan.<sup>3</sup> Menurut M. Arifin dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok.<sup>4</sup>

Dari beberapa pengertian diatas dapat diartikan retorika adalah kegiatan untuk menarik perhatian orang lewat kepandaian berbicara, khususnya di depan umum. Dengan demikian, peran retorika sangat besar dalam menyampaikan pesan islam, agar apa yang di sampaikan mendapat perhatian oleh pendengar, pesan-pesan tersebut harus menarik perhatian masyarakat dan penyampaiannya pun harus aktual.

Retorika dalam hal ini mencakup ceramah, pidato, atau khutbah merupakan salah satu bentuk kegiatan dakwah yang sangat sering dilakukan

---

<sup>1</sup> Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*,

<sup>2</sup> Abdullah, “Retorika Dan Dakwah Islam,” *Jurnal Dakwah* x, no. 1 (2009): 109.

<sup>3</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hal.1.

<sup>4</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019), hal.29.

ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Agar ceramah dapat berlangsung dengan baik, memikat dan menyentuh akal dan hati para jamaah, maka pemahaman tentang retorika menjadi perkara yang penting.

Dengan demikian, disamping penguasaan konsepsi Islam dan pengamalannya, keberhasilan dakwah juga sangat ditentukan oleh kemampuan komunikasi antara Da'i dengan mad'u. Retorika dakwah atau kemampuan dalam kemahiran menggunakan bahasa dakwah adalah masalah pokok dalam menyampaikan dakwah. Kesuksesan seorang da'i dalam berdakwah lebih banyak ditunjang dan di tentukan oleh kemampuan retorika yang dimiliki oleh da'i tersebut. Retorika dapat dikatakan sebagai alat dan saran untuk mencapai tujuan dakwah. Dengan kata lain keberhasilan dan kegagalan da'i dalam berdakwah tergantung pada retorika dakwahnya.

Hal ini menghendaki para Da'i yang al-amin(terpercaya) karena berakhlak mulia, cakap, cerdas, terampil, visioner, dan berani serta memiliki keulamaan, ketokohan dan kepemimpinan. Oleh karena itu membngun kepercayaan mad'u dan memantapkan kelembagaan dalam melakukan dakwah adalah keputusan yang paling tepat saat ini bagi da'i untuk mencapai tujuan kedepan yaitu melakukan rekyasa sosial untuk terwujudnya kehidupan Islami.

*YouTube* adalah sebuah situs *web sharing* ( berbagi video) populer yang didirikan pada february 2005 oleh ketiga orang mantan karyawan palpal. Para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis.<sup>5</sup> *YouTube* merupakan sebagai salah satu media sosial yang timbul karena perkembangan teknologi dan banyaknya kebutuhan masyarakat dalam menggunakan digital sebagai media berkomunikasi dan mendapatkan informasi.<sup>6</sup>

*Youtube* Radar Lampung TV yang diikuti 88,5 ribu *subscriber*, di *channel Youtube* Radar TV ada program kajian Islami yaitu Cahaya Islami dengan jumlah total video sebanyak 40 video. Program acara Cahaya Islami ini berlangsung dari Tahun 2020 adalah program kerja sama antara Radar Lampung TV dan Takmir Masjid Thoriqul Khoir Bandar Lampung yang dapat kita tonton melalui *channel youtube* nya Radar TV. Program kajian reguler menghadirkan pemateri atau pengisi kajian sesuai sunnah. Kajian berlangsung di Masjid Thoriqul Khoir, Jl.Imam Bonjol, Gedong Air, Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung setiap hari kamis ba'da Sholat Magrib. Tayang di Tv digital jam 13.00 dalam

---

<sup>5</sup> Muh. siswa. R, "Penggunaan Youtube Sebagai Electronic," *Ejournal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2015): hal.18.

<sup>6</sup> Jessica Laurensia, "Mengenal Youtube," 2016, <https://www.kompasiana.com/jesicalaurensia/56cb0156c0afbd3218bb231e/mengenal-youtube>.

sepekan ada 2 tayangan setiap hari Kamis dan Ahad.<sup>7</sup>

Berdasarkan penegasan judul diatas, penulis ingin meneliti Retorika Dakwah dalam Acara Cahaya Islami di channel *Youtube* Radar TV menggunakan konsep teori Retorika Aristoteles yaitu hanya meneliti pada gaya bahasanya (*public speaking*) karena peneliti tertarik dengan kajian di acara cahaya islami ini karena gaya pembawaan ceramah yang sangat tegas dan cara penyampaian dakwah menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Teori retorika Aristoteles tidak mengkaji efek atau besaran pengaruh retorikanya pada audiens. Retorika sebagai akibat dari suatu tatanan komunikasi (*communicational setting*) yang unik karena retorikanya menjadi perhatian utama publik. dengan pedoman formula segitiga retorika Aristoteles yang memfokuskan peneliti pada *Ethos* (sumber kredibilitas) atau Gaya retorika dalam menyampaikan pesan dakwah. Aristoteles mengemukakan bahwa gaya (*style*) adalah penggunaan bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu.

#### B. Latar Belakang Masalah

Retorika dakwah seseorang da'i sangat memengaruhi keberhasilan dan kegagalan dai dalam berdakwah kesuksesan seseorang da'i ditentukan juga oleh pemilihan bahasa serta artikulasi yang jelas agar dapat dipahami.

Aspek retorika menjadi suatu hal yang penting dalam menunjang tersampainya pesan dakwah, jika dalam menyampaikan suatu pesan seseorang da'i tidak mempunyai gaya atau gerakan yang khas dan sesuai, maka pesan yang disampaikan akan terlihat kurang menarik, bahkan mad'u tidak dapat memahami maksud pesan yang disampaikan oleh da'i ketika seseorang da'i akan menyampaikan ceramahnya pasti seseorang da'i tersebut pasti memiliki ciri khas masing-masing yang berpengaruh sangat besar dalam menunjang kesuksesan dari dakwah yang disampaikan oleh seseorang da'i, terlihat mulai dari cara pakaian, pemilihan diksi dan dalam penggunaan bahasa yang tepat dan lain sebagainya. Dalam berretorika biasanya dikenal dengan style adalah ciri khas da'i ketika menyampaikan suatu pesan kepada mad'u.

Seperti yang digambarkan bagaimana retorika dakwah yang ada dalam acara cahaya islami dalam channel youtube radartv. Dengan ketegasan dan bahasa yang mudah dipahami yang menjadi ketertarikan masyarakat dalam ceramah-ceramah yang sudah disampaikan karena kemampuannya dalam berretorika dengan gaya bahasa yang tegas dan mudah dipahami sehingga dapat memengaruhi mad'u.

Seseorang yang berbicara didepan umum harus memiliki retorika bahasa yang bagus, memiliki ilmu pengetahuan yang banyak serta kaya

---

<sup>7</sup> Sumber dokumen radar lampung tv 2023

kosakata kemudian dilihat juga penyesuaian tinggi rendahnya nada yang membuat para mad'u tertarik.

Retorika adalah sebuah teknik dalam menyampaikan pemikiran kepada audiens dengan menggunakan teknik penyampaian dan penggunaan bahasa yang baik agar terciptanya kesan dan audiens mau mengikuti pandangan yang diberikan oleh komunikator. Menurut Aristoteles retorika adalah seni dalam menggunakan bahasa, atau kepandaian menggunakan bahasa dengan suatu cara, untuk menghasilkan kesan terhadap pendengar dan pembicaraan dengan maksud agar orang tersebut dapat memahami, mengetahui, menerima serta bersedia untuk melaksanakan ajaran yang disampaikan.<sup>8</sup>

Retorika dakwah merupakan dua kata yang tergabung menjadi satu. Retorika adalah kemampuan dalam seni berbicara, mengolah kata-kata, dan kepandaian dalam menciptakan ide atau gagasan yang kemudian mensosialisasikan ide gagasan tersebut kepada orang banyak, sehingga mampu memengaruhi pemikiran dan tingkah laku orang lain. Sedangkan dakwah adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyeru, mengajak, dan mempengaruhi orang lain dalam melakukan kebaikan di jalan Tuhan. Sehingga, retorika dakwah adalah sebuah ilmu dan seni berbicara di depan umum yang dilakukan dengan pendekatan persuasif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada orang banyak, agar terwujudnya tujuan dan cita-cita dakwah yaitu terciptanya manusia yang dengan ikhlas dan penuh kesadaran melaksanakan perintah-perintah Tuhan dalam berbuat baik serta meninggalkan larangan yang telah ditetapkan.<sup>9</sup>

Oleh karena itu, penggunaan retorika dalam kegiatan berdakwah merupakan sesuatu yang penting, yakni memberikan kesan dakwah yang disampaikan oleh da'i menjadi lebih menarik dan mudah dipahami. Sehingga akan mempengaruhi pola pikir dan tingkah laku mad'u dalam melakukan sesuatu sesuai dengan pesan-pesan dakwah yang telah disampaikan da'i. karena dengan menerapkan retorika dalam berdakwah dapat menjadikan materi dakwah yang disampaikan lebih mudah dipahami dan di mengerti oleh para pendengar. Selain itu, dengan menerapkan retorika dalam berdakwah dapat menjadi sebuah cara untuk menghadapi sifat dan sikap mad'u yang beragam. Da'i dengan kemampuan seni berbicara atau berretorika yang baik akan terlihat lebih menarik. Selain itu

---

<sup>8</sup> A.H Hasanuddin, *Retorika Dakwah Dan Publisistik Dalam Kepemimpinan* (Surabaya: PT Usaha Nasional, 1982), hal.11.

<sup>9</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997).

pesan-pesan dakwah yang disampaikan jauh lebih mudah di pahami dan di mengerti dengan baik oleh para pendengarnya.

Penelitian ini akan membahas tentang Retorika Dakwah yang disampaikan di acara Cahaya Islami melalui *Channel Youtube* Radar TV. Penulis melihat retorika dakwah diacara Cahaya Islami sangat tepat untuk dilakukannya penelitian karena pembawaan nya yang tegas dan cara penyampaian dakwah menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

Dalam dunia dakwah kita dapat mengenal bahwa salah satu cara agar dakwah diterima mad'u adalah dengan menyampaikan dakwah dengan cara beda, yaitu melalui akun youtube. Dengan cari ini, maka para mad'u dapat mendengarkan atau melihat video ceramah yang diunggah melalui akun youtube. Terutama kalangan anak muda, mereka lebih sering menggunakan youtube sebagai media mereka berekspresi dan mendapat penghasilan.

Program acara Cahaya Islami ini berlangsung dari Tahun 2020 adalah program kerja sama antara Radar Lampung TV dan Takmir Masjid Thoriqul Khoir Bandar Lampung. Program kajian reguler menghadirkan pematari atau pengisi kajian sesuai sunnah. Kajian berlangsung di Masjid Thoriqul Khoir, Jl. Imam Bonjol, Gedong Air, Tanjung Karang Barat, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung setiap hari kamis ba'da Sholat Magrib. Tayang di Tv digital jam 13.00 dalam sepekan ada 2 tayangan setiap hari Kamis dan Ahad.<sup>10</sup>

Penelitian ini akan membahas tentang Retorika dakwah yang disampaikan dalam acara Cahaya Islami di Radar Lampung TV melalui *flatfrom youtube*. dengan pedoman formula segitiga retorika Aristoteles peneliti yang hanya berfokus pada *Ethos* (sumber kredibilitas) atau Gaya retorika dalam menyampaikan pesan dakwah. Aristoteles mengemukakan bahwa gaya (*style*) adalah penggunaan bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu. Tujuan teknik ethos adalah untuk memberikan penerangan kepada pendengar melalui pengetahuan luas. Penulis melihat retorika dakwah di acara Cahaya Islami sangat tepat untuk dilakukannya penelitian karena pembawaan yang sangat tegas dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

### C. Fokus Dan Sub-Fokus Penelitian

Fokus penelitian sebagai hal-hal yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian. Telah ditetapkan oleh peneliti pada awal penelitian karena fokus penelitian inilah yang nantinya akan berfungsi memberi batas-batas hal yang akan peneliti teliti. Fokus penelitian ini akan berguna dalam memberikan arah kepada peneliti selama proses penelitian, utamanya pada saat

---

<sup>10</sup> Sumber Dokumentasi Radar Lampung Tv 2023

pengumpulan data Retorika Dakwah dalam Acara Cahaya Islami di Youtube Radar Lampung TV .

Berdasarkan judul penulis maka akan difokuskan untuk melakukan penelitian tentang bagaimana Retorika Dakwah dalam Acara Cahaya Islami di Youtube Radar Lampung TV menggunakan konsep teori Retorika Aristoteles yang hanya berfokus pada *Ethos* (sumber kredibilitas) atau Gaya retorika dalam menyampaikan pesan dakwah.

#### D. **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Retorika Dakwah dalam Acara Cahaya Islami di Youtube Radar Lampung TV?”

#### E. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sebagai atas rumusan masalah yang diterapkan, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Retorika Dakwah Dalam Acara Cahaya Islami Di Youtube Radar Lampung TV.

#### F. **Manfaat Penelitian**

Dengan adanya manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi yang membaca:

##### a. **Manfaat Teoritis**

- 1) Dapat memberikan kontribusi bagi keilmuan yang terkait dengan retorika dakwah dalam acara cahaya islami diradar lampung tv.
- 2) Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman di bidang dakwah jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
- 3) Meningkatkan kemampuan peneliti untuk menguji fenomena komunikasi serta masalah-masalah dakwah di masyarakat sosial.

##### b. **Manfaat Praktis**

- 1) Untuk meningkatkan pelaksanaan dakwah, khususnya untuk para da'i dalam melaksanakan dakwahnya sehingga bisa diterima dengan baik oleh mad'unya.
- 4) Menambah intelektual, wawasan dan gambaran kepada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, khususnya mahasiswa dakwah tentang retorika dakwah di acara cahaya islami diradar lampung tv, serta memotivasi kepada mahasiswa untuk mengembangkan bakat dakwah nya melalui tempat-tempat pengkajian dakwah atau di majlis taklim.

### G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu dan buku-buku serta artikel yang membahas tentang retorika dakwah. Pada penelitian ini akan disampaikan Retorika dakwah dalam program acara Cahaya Islami di Youtube Radar Lampung TV. Adapun merujuk penelitian terdahulu seperti penelitian:

1. Skripsi dari Leiza Sixmansyah yang berjudul Retorika Dakwah *K.H. Muchammad Syarif Hidayat* tahun 2014. Dari Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2014. Penelitian ini menyimpulkan bahwa retorika merupakan suatu cara atau suatu metode dan suatu taktik bagaimana seseorang bisa menyampaikan dakwahnya agar sampai, kemudian ada visi misi dari dakwah itu sendiri, yaitu retorika. Jadi dalam retorika sangat dibutuhkan untuk menjadi penambah daya tarik yang disampaikan. retorika dakwah akan bisa mengajak umat dalam kebaikan. K.H. Muchammad Syarif Hidayat dikenal sebagai da'i yang keras akan tetapi jika beliau berdakwah mampu membuat mad'u memperhatikan dakwah beliau. Sehingga saya tertarik untuk meneliti Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat karena beliau adalah seorang muballigh yang tidak mempelajari ilmu retorika sepenuhnya tetapi penerapan retorika beliau sesuai dengan kajian ilmu retorika dengan seni berbicara yang baik dan diselingi humor sehingga dapat menyampaikan isi pesan dakwahnya dengan baik. Dalam pernyataan diatas timbulah beberapa pertanyaan, yaitu A. Bagaimana konsep dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat? B. Bagaimana penerapan retorika K.H. Muchammad Syarif Hidayat dalam berdakwah? Dalam melakukan penelitian ini untuk memperoleh hasil yang objektif, maka penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan menggunakan metodologi deskriptif analisis bahwa data yang dikumpulkan berupa kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dan yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dengan narasumber dan dokumentasi yang akan menafsirkan penulis. Setelah mewawancarai K.H. Muchammad Syarif Hidayat bahwa beliau mengatakan retorika suatu cara atau suatu metode dan suatu taktik bagaimana seseorang bisa menyampaikan dakwah dan dakwahnya itu sampai dan ada visi dan misi dari dakwah itu sendiri, itu retorika. Sementara dakwah menurut K.H. Muchammad Syarif Hidayat garis besar artinya mengajak atau menyeru itu ada dalam surat an-nahl ayat 125. Berdakwah mengajak orang dalam kebaikan, mengajak orang taat kepada Allah. Dan penerapan yang digunakan beliau dalam dakwahnya itu materi yang sesuai dalam kondisi yang ada dimasyarakat tersebut dengan diselingi humor yang berkaitan dengan materi dakwah beliau, dan beliau mengakhiri dakwahnya dengan dzikir, shalawat dan do'a bersama. Persamaan dengan penelitian ini adalah obyeknya sama-sama menggunakan retorika dakwah. Adapun perbedaannya terletak pada

subyeknya, kemudian jenis penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Leiza Sixmansyah menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data teknik wawancara dan analisis dokumentasi, sedangkan peneliti pengumpulan datanya dengan observasi dan dokumentasi.<sup>11</sup>

2. Skripsi yang disusun dari Masrun Billah pada tahun 2018 dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul *Gaya Retorika Da'i Adi Hidayat dalam Ceramah "Keluarga yang Dirindukan Rosulullah Saw"* pada Media *Youtube*. Dari Hasil penelitian dari Masrun Billah bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh Da'i Adi Hidayat dalam Ceramah Keluarga yang Dirindukan Rasulullah Saw. Dalam penelitian ini, Masrun Billah menggunakan model kualitatif non kancan. Kemudian data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu gaya retorika dakwah Ustad Adi Hidayat dengan gaya bahasa berdasarkan pilihan kata menggunakan gaya bahasa resmi, tidak resmi dan percakapan, gaya bahasa berdasarkan nada menggunakan gaya bahasa sederhana dan untuk gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat menggunakan gaya bahasa Paralelisme, Antitesis dan Repetisi yang meliputi Tautotes dan Epizeuksis. Kemudian gaya suara yang digunakan Ustad Adi Hidayat sangat bervariasi, mulai dari nada rendah dengan tingkatan 1 sampai nada tinggi dengan tingkatan 4, dengan Rate 95 sampai 148 kata per menit. Sedangkan gaya gerak tubuh yang meliputi sikap badan dengan duduk tegak, pandangan mata yang tegas menatap pendengar, kemudian untuk pakaian yang digunakan sangat sopan dan syar'i. Persamaan penelitian dari Masrun Billah dengan peneliti sama-sama Obyeknya, yaitu Retorika Dakwah. Data yang digunakan Masrun Billah dengan peneliti juga sama, hasil observasi dan dokumentasi. Kemudian, Media Sosial yang digunakan untuk penelitian juga sama-sama menggunakan *Youtube*. Adapun perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, metode penelitian yang digunakan Masrun Billah menggunakan model kualitatif non kancan, sedangkan peneliti menggunakan model kualitatif.<sup>12</sup>
3. Skripsi dari Ferdian yang berjudul *Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Da'i Soleh Mahmud (Ustad Solmed) Dalam Berdakwah*. Dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi ini membahas tentang Analisis Gaya Komunikasi Da'i Soleh Mahmud (Da'i Solmed) Dalam Berdakwah. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa Da'i Solmed dalam

---

<sup>11</sup> Leiza Sixmansyah, *Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat. Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014). hal.45

<sup>12</sup> Masrun Billah. *Gaya Retorika Ustadz Adi Hidayat Dalam Ceramah "Keluarga yang dirindukan Rosulullah Saw"*. *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018)

berdakwah lebih condong memiliki gaya komunikais konteks rendah, meskipun terdapat perpaduan antara sisi-sisi positif gaya komunikasi konteks tinggi dan gaya komunikasi konteks rendah.<sup>13</sup> Persamaan dengan penelitian Ferdian dengan peneliti yang dilakukan adalah metode penelitiannya sama yaitu metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian Ferdian dengan peneliti yang dilakukan adalah jika Ferdian meneliti gaya komunikasi dalam berdakwah Da'i Solmed sedangkan peneliti peneliti meneliti tentang Retorika Dakwah dalam Acara Cahaya Islami di Radar Lampung Tv.

4. Jurnal dari Riza Zahriyal Falah dan Siti Hidayati yang berjudul Retorika Dakwah (Studi Retorika Dakwah Lulung Mumtazah). Dari Institut Agama Islam Negeri Kudus. Jurnal ini membahas retorika dakwah lulung mumtazah dalam akun youtube islam itu indah official. Retorika dakwah memiliki peran penting dalam penyampaian materi dakwah oleh para da'i kepada mad'u, agar pesan dakwah dapat dipahami dengan baik dan proses penyampaian pesan dakwah tidak berlangsung monoton. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian tentang retorika dakwah lulung mumtazah meliputi gaya , gaya suara, dan gerak tubuh dan geestur. Gaya bahasa yang digunakan meliputi gaya bahasa tak resmi, gaya bahasa percakapan, gaya bahasa sederhana, gaya mulia bertenaga, dan gaya menengah. Gaya suara yang digunakan memperhatikan penggunaan pitch, loudnes, rate dan rhytem, pause atau jeda, tinggi ren dahnya suara, keras lembutnya suara, memberikan penekanan dan nada tinggi, rendah pada bagian tertentu. Menggunakan tempo sedang dan agak cepat, dan penempatan jeda sesuai pada kalimat. Gaya gerak tubuh yang digunakan berupa posisi badan ditengah mad'u. sering menggerakkan tangan untuk memberikan gambaran abstrak pada kalimat, ekspresi wajah yang sangat menjiwai ketika memberikan contoh yang julid matanya sampai melotot dan mulutnya nyinyir, serta pandangan mata menuasai para mad'u.<sup>14</sup>
5. Jurnal dari Mukroni AB, Mujiono berjudul Ad-Da'wah Jurnal dakwah dan Komunikasi Vol. 20 No. 2 Tahun 2022. Institut Pembina Rohani Islam Jakarta. Peranan Retorika Dalam Pengembangan Dakwahdakwah adalah kewajiban atas setiap individu muslim untuk menyeru masyarakat melalui cara dan media yang efektif. Artikel ini berupaya mengungkap peranan retorika dalam pengembangan dakwah. Metode yang digunakan adalah studi literatur (library research). Artikel ini menguatkan pendapat

---

<sup>13</sup> Ferdian, *Analisi Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Soleh Mahmud (Ustad Solmed) Dalam Berdakwah*. Skripsi, (Jakarta : Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013)

<sup>14</sup> Riza Zaharyal Fallah, "Retorika Dakwah (Studi Retorika Dakwah Lulung Mumtazah)" 8, no. 2 (2021): hal.6.

bahwa pemakaian media dakwah untuk masing-masing masyarakat tidak sama antara satu dengan yang lainnya. Beberapa faktor berpengaruh adanya perbedaan tingkat pengetahuan, sosial, budaya atau lingkungan kehidupannya. Retorika sebagai suatu ilmu praktis untuk memengaruhi orang melalui kata-kata yang terucap baik secara lisan ataupun tulisan dapat dimanfaatkan untuk menopang keberhasilan misi dakwah yang dilaksanakan.<sup>15</sup>

## H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian berasal dari dua kata yaitu Metode dan Logos, metode yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan logos yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Penny penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemecahannya memerlukan pengumpulan data penafsiran fakta-fakta. Jadi metodologi penelitian adalah ilmu mengenai jalan yang dilewati untuk mencapai pemahaman.

Umumnya, metode merupakan cara atau proses yang dapat dilaksanakan dari pemahaman suatu objek yang dijadikan acuan terhadap ilmu yang berhubungan. Tidak hanya itu, metode dapat dikenal sebagai suatu langkah dalam penentuan pencapaian sebuah tujuan yang direncanakan. Metode penelitian yakni sebuah cara maupun proses dalam menyusun strateginya yang berhubungan dan keseluruhan yang dilaksanakan penyaji demi mendapatkan jawaban dari data yang sedang dicari.

Untuk memperoleh data yang diperlukan agar nantinya dapat mendukung kesempurnaan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

### 1) Jenis Dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenis penelitiannya, penelitian ini termasuk penelitian pustaka (*Library research*) dengan pendekatan metode kualitatif. Supaya penelitian ini lebih sempurna dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka peneliti berusaha menemukan dan mengumpulkan sebanyak mungkin referensi ataupun data yang ada kaitannya dengan penelitian ini untuk dijadikan bagan seperti, buku-buku, majalah, bahan dokumentasi, surat kabar, internet, dan sebagainya.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Mukroni Ab Mujiono, "Peranan Retorika Dalam Pengembangan Dakwah," *Ad-Dakwah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 20, no. 2 (2022): hal. 1–12.

Marzuki, *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hal.14.

Agar penelitian ini lebih sempurna dan sesuai dengan tujuan penelitian maka peneliti berusaha menemukan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini untuk menjadikan bahan seperti buku, majalah, koran, jurnal online, dan sebagainya.

#### **b. Sifat Penelitian**

Kajian berikut termasuk sifat kualitatif, penelitian kualitatif bertujuan dalam memberikan penjelasan berupa deskripsi suatu peristiwa, kejadian, fakta, fenomena, persepsi, sikap, aktivitas social maupun pemikiran manusia entah itu individual ataupun berkelompok. Berikut pemaparan yang dibahas oleh lexy j. moleong, yaitu “pendekatan kualitatif ialah pendekatan yang menghasilkan data deskriptif yaitu kata-kata tertulis ataupun ucapan dari orang atau sikap yang dapat diamati”. Kajian yang berbentuk kualitatif membahas tentang kualitas(kedalaman) data bukan dari kuantitas (jumlah) data yang didapat. Pada kajian berikut, penyaji memiliki peran dan proses kajiannya dengan melihat dan memahami video dakwah dari *channel youtube* acara Cahaya Islami di Radar Lampung Tv.

### **2) Sumber Data**

#### **a. Sumber Data Primer**

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Data ini disebut juga dengan data tangan pertama.<sup>17</sup> Sumber data primer dihimpun dari lembaga atau instansi yang bersangkutan dan diolah sendiri oleh peneliti untuk dimanfaatkan dalam penelitian. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah video ataupun rekaman ceramah 1 bulan pada bulan Juni dalam acara cahaya islami di Youtube Radar Lampung TV melalui *channel youtube* Radar TV.

#### **b. Sumber Data Sekunder**

sumber data primer dalam penelitian ini adalah Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya.<sup>18</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, karya ilmiah, jurnal, internet, maupun tulisan-tulisan yang telah membahas mengenai Retorika Dakwah.

Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang sifatnya melengkapi sumber data yang sudah ada. Sumber data ini diperoleh dari buku-buku referensi, internet, ataupun artikel-artikel

<sup>17</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 91.

<sup>18</sup> *Ibid.*, hal.91.

dari website di internet dan situs-situs lainnya yang mendukung dalam penelitian ini.

### 3) Metode Pengolahan Data

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja untuk memahami suatu subjek atau objek penelitian. Sebagai upaya menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dengan termasuk keabsahan. Penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.

Metode pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam aktifitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian, karena kualitas data ditentukan oleh kualitas alat pengambilan data atau pengukurnya.

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Sementara itu instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Adapun tahapan-tahapan dalam pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengamati perilaku atau peristiwa yang sedang terjadi. Observasi lazim digunakan untuk meneliti aspek berperilaku atau proses sistem tertentu.<sup>18</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mengamati secara mendalam dengan menonton dan menyimak berbagai video kajian ceramah dalam acara Cahaya Islami di kanal YouTube Radar TV, sekaligus mencari data penelitian berupa Retorika Dakwah dalam Acara Cahaya Islami di Youtube Radar TV dengan pedoman formula segitiga retorika Aristoteles namun peneliti hanya meneliti bagian *Ethos* (sumber kredibilitas) atau Gaya retorika dalam menyampaikan pesan dakwah. Aristoteles mengemukakan bahwa gaya (*style*) adalah penggunaan bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu. Secara umum gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri baik melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dsb.

#### 2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah mengumpulkan data dari dokumen yang direkam oleh individu, kelompok, maupun organisasi. Dokumen bisa berupa data primer jika diperoleh secara langsung

dari pemiliknya. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

### **3. Mendengarkan dan Catat**

Metode ini adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mendengarkan dan catat agar memahami apa yang disampaikan dan mendapatkan data yang akurat.

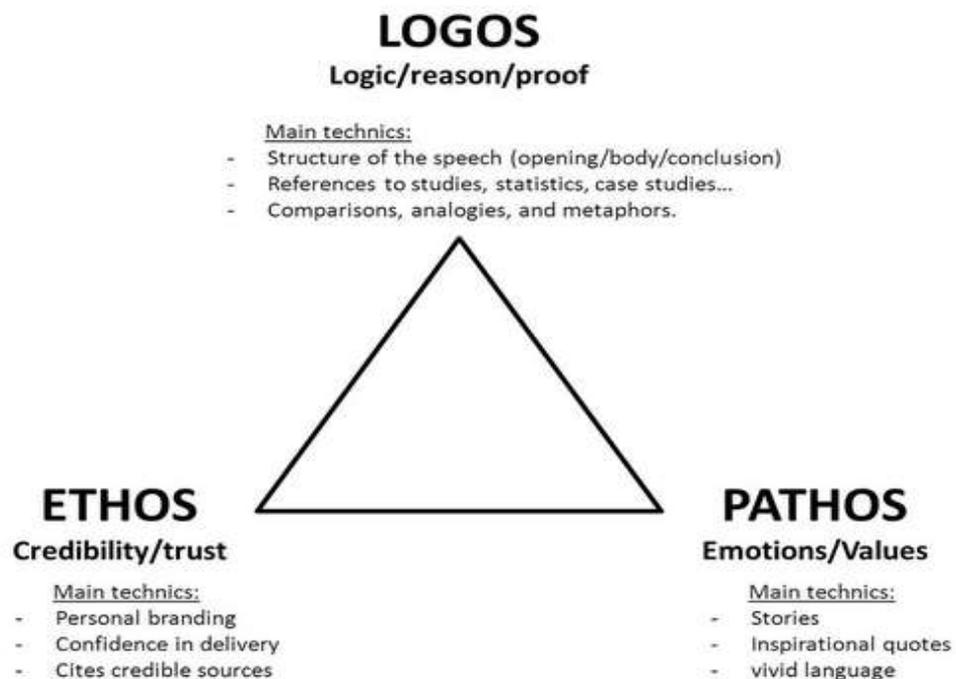
### **4) Analisis Data**

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah kata lalu di analisa sesuai dengan permasalahannya. Data dikelompokan berdasarkan sub-sub bagaian masing-masing lalu dianalisa dengan melakukan pencermatan terhadap data yang dapat dimengerti isi atau maksudnya, data yang sudah masuk terkumpul itu belum dapat berbicara analisa dan interpretasikan.

Analisis data ini adalah sebuah penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca atau interpretasikan. Penelitian ini bersifat deskriptif, datanya berupa kualitatif. Sehingga di analisa dengan teknik atau cara deskriptif, yaitu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian maka selanjutnya adalah di identifikasikan, dikategorikan kemudian di tafsirkan dan diambil kesimpulannya. Tujuan Analisis data adalah untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Penelitian ini memerlukan kecermatan dan ketelitian, serta memberikan penjelasan terhadap data-data tersebut sesuai dengan kenyataan yang terjadi dilapangan, sehingga menjadi laporan yang baik.

Tahap-tahap analisis data ini adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data yang diperoleh dari video, artikel, jurnal, buku-buku sebagai bahan referensi.
2. Mengedit seluruh data yang masuk.
3. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan.
4. Melakukan analisa seperlunya terhadap data yang tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan.



Gambar 1.1 ethos pathos logos

## I. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan proposal skripsi ini merujuk kepada “Buku Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa Program Sarjana UIN Raden Intan Lampung. Sistematika dalam penulisan penelitian ini dibagi menjadi 5 bab, setiap bab dirinci kedalam sub bab sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**, Dalam bab ini akan memaparkan mengenai penegasan judul, latarbelakang masalah, fokus dan sub-fokus penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian dan manfaat penelitian, tinjauan kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI**, pembahasan berisi kajian pustaka yang membahas landasan teori mengenai teori retorika Aristoteles yang dimuat dalam sub bab mengenai retorika dakwah.

**BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**, Bab ini membahas mengenai Metode Penelitian , Waktu Dan Tempat Penelitian, Subjek Dan Objek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan Data, Instrument Penelitian, Teknik Analisis Data.

**BAB IV ANALISIS PENELITIAN**, Bab ini membahas mengenai Retorika dakwah di dalam program acara Cahaya Islami di Youtube Radar Lampung TV.

**BAB V PENUTUP**, Merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran penulis atas permasalahan yang telah diteliti.



## BAB II

### RETORIKA DAKWAH DALAM YOUTUBE

#### A. Retorika Dakwah

##### 1. Pengertian Retorika Dakwah

Manusia adalah makhluk yang sanggup berkomunikasi lewat bahasa dan berbicara. Tetapi yang lebih mencirikan hakikat manusia sebagai manusia penuh kepandaian dan keterampilan dalam berbicara. Kebesaran dan kehebatan seseorang sebagai manusia juga ditemukan oleh kepandaiannya dalam berbahasa secara tepat, seni keterampilan berbicara yang disebut dengan Retorika.<sup>19</sup>

Aristoteles mengemukakan dalam teorinya, seorang pembicara yang tertarik untuk membujuk khalayaknya harus mempertimbangkan tiga bukti retorik yaitu, logika (*logos*), etika / kredibilitas (*ethos*), emosi (*pathos*). Maksud dari tiga itu adalah logos berarti bukti – bukti logis yang digunakan oleh pembicara atau argumentasi, *rasionalisasi*, dan wacana. *Ethos* adalah karakter, *inteleksi*, dan niat baik yang dipersiapkan dari seorang pembicara. Sedangkan *pathos* berkaitan dengan emosi yang dimunculkan dari para pendengar.

Gaya retorika merupakan *ethos* dalam menyampaikan pesan dakwah. Aristoteles mengemukakan bahwa gaya (*style*) adalah penggunaan bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu. Secara umum gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri baik melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dsb. Gaya dianggap penting untuk menunjang keberhasilan dalam menyampaikan pesan sebagaimana dikatakan oleh Ernest G. Borman dan Nancy C. Borman bahwa, seorang pembicara bisa memberi tekanan lebih atau memperluas kata-kata suatu pesan non verbal. Teknik ini dapat meningkatkan sifat ekspresi pembicara dan semakin memperjelas informasi.<sup>20</sup>

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam buku *Retorika Modern, pendekatan praktis*, 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 ialah seni atau teknis persuasi menggunakan media

---

<sup>19</sup> Pratama, "Pentingnya Retorika Dalam Berbicara," 2010, <http://www.academia.edu/06/8/2010,di> akses 27/08/2023.

<sup>20</sup> Kholid Noviyanto dan Sahroni. A. Jaswadi, "Gaya Retorika Da'i Dan Perilaku Memilih Penceramah," *KOMunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2014): hal.123.

oral atau tertulis. Dalam pemaknaannya, retorika diambil dari bahasa Inggris *rhetoric* bersumber dari perkataan latin *rhetorica* yang berarti ilmu bicara.<sup>21</sup>

Titik tolak retorika dalah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu (misalnya memberikan informasi atau memberi motivasi). Berbicara adalah salah satu kemampuan khusus pada manusia. Oleh karena itu pembicaraan itu setara umur bangsa manusia. Bahasa dan pembicaraan itu muncul, ketika manusia mengucapkan dan menyampaikan pikirannya kepada manusia lain.

Retorika berfungsi untuk menyampaikan suatu pesan melalui pidato untuk meyakinkan atau membujuk pendengarnya dengan menunjukkan kebenaran melalui logika. Fungsi retorika adalah untuk menjadikan kebenaran tampak melalui penerapan logika. Persuasi didasarkan pada reputasi kredibilitas pembicaraannya, dimana pesannya mengandung argumen (yang kuat) dan muatan emosi yang mampu mengimbau pendengarnya. Kajian bidang retorika mengalami pergeseran seiring dengan majunya ilmu pengetahuan bidang psikologi dan ilmu-ilmu sosial yang lainnya.<sup>22</sup>

Retorika Dakwah adalah seni bicara mempengaruhi orang lain melalui pesan dakwah. Retorika dakwah merupakan cabang ilmu komunikasi yang membahas bagaimana menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni bicara agar pesan kita dapat diterima.<sup>23</sup>

Seseorang yang ingin menjadi pembicara yang handal harus mampu memahami situasi dan kondisi mitra tuturnya serta mampu beradaptasi di mana dan dalam situasi bagaimana ia sedang berbicara. Untuk dapat menjadi pembicara yang demikian itu, maka pemahaman tentang retorika menjadi penting.

Berbicara tentang dakwah juga berbicara tentang komunikasi, karena komunikasi adalah kegiatan informatif, yakni agar orang lain mengerti, dan mengetahui. Persuasif yaitu orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan kegiatan atau perbuatan- perbuatan lainnya.<sup>24</sup>

Retorika Dakwah adalah seni menyampaikan pesan keagamaan kepada pendengar. Al-Qur'an telah menjelaskan dengan penuh makna.

---

<sup>21</sup> Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara Di Depan Publik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hal.59.

<sup>22</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, hal.156.

<sup>23</sup> Resa Karimah, "Rangkuman Materi Retorika Dakwah," n.d., <http://blogspot>, di akses 27/08/2023.

<sup>24</sup> Sarwinda, "Retorika Dakwah K.H Muhammad Dainawi Pada Pengajian A'liyah Desa Pulau Sumatera Selatan," *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* 1, no. 2 (2017): hal.168.

Seperti landasan umum mengenai metode dakwah adalah Al-Qur'an surahAn-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ  
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmahdan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (An-Nahl:125)<sup>25</sup>

## 2. Tujuan Retorika Dakwah

Secara massa retorika bertujuan sebagai berikut:

- To inform*, memberikan penerangan dan pengertian kepada massa, guna memberikan penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.
- To Convince*, meyakinkan dan menginsafkan
- To Inspire*, menimbulkan inspirasi dengan teknik dan system penyampaian yang baik dan bijaksana.
- To Intertain*, menggembirakan, menghibur, atau menyenangkan, dan memuaskan.
- To Ectuate* (to put into action), mnggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak menetralsir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator dihadapan massa.

Adapun tujuan Retorika Dakwah dibagi menjadi dua:

- 1) suasio atau disebut anujuran al amru bi al ma'ruf
- 2) dissuasion atau disebut penolakan al hahyu al munkar

Adapun dasar retorika dakwah dalam Al-Qur'an surat Al-Imron, ayat110 adalah:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ  
وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

<sup>25</sup> “No Title,” n.d., <https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html%0A>.

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. sekiranya ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (Q.S. Ali-Imran 110)

Tujuan Retorika adalah persuasi, yaitu meyakinkan pendengar akan kebenaran gagasan hal yang dibicarakan. Artinya retorika adalah membina saling pengertian yang mengembangkan kerja sama dalam menumbuhkan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur.

### 3. Aspek Pendukung Retorika Dakwah

#### a. Vocal/ Suara

Olah vocal adalah pengaturan suara agar suara yang dihasilkan dapat didengar dengan jelas, indah, tepat, dan berjiwa dengan penggunaan pernafasan yang benar sehingga komunikasi menjadi efektif. Ekspresi suara mempengaruhi peningkatan kepercayaan orang lain terhadap kita. Karena suara memancarkan energi, kegairahan, dan antusiasme. Suara yang baik dapat menciptakan hubungan yang baik dan suara yang meyakinkan dapat menimbulkan kesan professional.

Suara adalah faktor terpenting dalam berpidato, karena pidato merupakan komunikasi verbal dengan media lisan. Suara yang berkualitas jelas, enak didengar, genap, selaras, variatif, dan fleksibel, mudah untuk diterima pendengar. Demikian juga suara yang berkualitas lantang, berjangkauan luas dan mantap, lebih menyenangkan komunikasi. Namun, kualitas dan kuantitas suara semacam itu tidak dimiliki semua orang. Sebagian orang memiliki suara alami di bawah kadar suara ideal tersebut. Meski begitu ada beberapa cara untuk merekayasa suara alami. Menurut Austin, suara alami dapat direkayasa dengan tiga cara: *pertama*, dengan pemeliharaan (*preservation*); *kedua*, dengan peningkatan (*improvement*); *ketiga*, dengan pengaturan (*management*).

Unsur-unsur dalam olah vocal yang harus kita perhatikan diantaranya adalah

#### 1) Artikulasi (Kejelasan)

Artikulasi menjadi sangat penting ketika kita berbicara didepan umum. Kebiasaan kita yang berbicara terlalu cepat akan menghilangkan beberapa huruf dalam kalimat dan akan membuat pendengar merasa terganggu. Kita dapat berlatih artikulasi dengan cara berulangkali mengucapkan huruf vocal A, I, U, E, O.

#### 2) Intonasi (Nada Bicara)

Intonasi merupakan tinggi rendahnya nada pada kalimat yang

memberikan penekanan pada kata-kata tertentu di dalam kalimat. Intonasi suara terbaik adalah intonasi suara ketika anda berbicara biasa kepada orang lain.

3) Volume

Pengaturan volume dalam *public speaking* harus disesuaikan agar pas ditelinga *audience*. Ketika *public speaking* disebuah rapat, sangat penting untuk tidak pernah mengarahkan pembicaraan hanya kepada orang terdekat, atau barisan terdepan saja. Atur volume dengan baik agar semua orang dapat mendengar apa yang kita sampaikan.

4) *Speed*/Tempo (Kecepatan bicara atau cepat lambatnya pengucapan)

Jika kita bicara terlalu cepat, *audience* tidak akan punya waktu yang cukup untuk menangkap dengan baik pesan yang kita sampaikan. Yang terbaik adalah “tempo sedang”, namun sesekali dapat dipercepat atau diperlambat. Ini akan menjadi pembicaraan yang lebih menarik.

5) *Pace* (Langkah atau ketukan konstan dalam berbicara)

Hal ini merupakan bumbu dalam teknik *public speaking*. *Pace* merupakan derap langkah yang harus diperhatikan dalam metode bicara kita. Layaknya bernyanyi, *public speaking* pun memiliki irama.

6) *Pause* (Pengaturan jeda dari perkalimat)

Dengan memberikan jeda kita akan lebih membuat *audience* dan lawan bicara penasaran dengan apa yang akan kita sampaikan selanjutnya. Kita dapat memberikan tanda baca jeda pada teks pidato kita. Tentunya pada beberapa titik yang menurut kita menjadi hal yang menarik.

7) Aksentuasi/*Stressing* (Penekanan kata atau kalimat tertentu)

Aksentuasi atau penekanan kata umumnya terletak pada suku kata terakhir. Ibarat sebuah bahasa tulis aksentuasi samadengan cetak tebal. Tujuannya agar lebih dimengerti, member kesan lebih kuat, meluruskan maksud dan memepercepat *impact*.

8) *Phrasing* (Pemenggalan kalimat)

Hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan dalam *Phrasing* adalah memahami titik atau koma. Tanda titik atau koma adalah tempat mengambil nafas, oleh karena itu, tidak boleh mengambil nafas diluar tanda yang ditetapkan.

9) *Inflection* (Perubahan nada suara)

Atur volume dengan sesekali menaikkan atau menurunkannya, ini bisa menciptakan penekanan. Jika kita menurunkan suara seperti hampir berbisik maka akan membuat *audience* tiba-tiba memberikan perhatian penuh. Namun hati-hati, jangan terlalu sering memakai teknik ini.<sup>26</sup>

Pidato sering dipandang sebagai peristiwa khas, tetapi kekhasannya sama sekali tidak berarti bahwa hanya orang yang tertentu saja yang dapat menyampaikan pidato. Semua orang dapat menyampaikan pidato dengan baik bila mereka mengetahui dan mempraktekkan prinsip-prinsip dalam berpidato.

a) Pelihara kontak visual dan kontak mental dengan khalayak (kontak)

<sup>26</sup> <http://publicspeakingmalang.blogspot.com/2023/08/olah-vokal-dalam-public-speaking.html?m=1>

- b) Gunakan lambang-lambang auditif atau usahakan agar suara anda memberikan makna yang lebih kaya pada bahasa anda(olah vocal)
- c) Berbicaralah dengan kepribadian anda dengan tangan, wajah, dan tubuh anda(olah visual).<sup>27</sup>

#### **b. Gerak Tubuh/ Gesture Tubuh**

Bahasa tubuh (*gestures*). Tubuh kita berbicara banyak. Untuk menyampaikan pikiran dan perasaan tertentu, gerakan tubuh lebih berarti dari pada kata-kata. Menurut penelitian para pakar komunikasi, “ Kata-kata (verbal) hanya menyumbang kontribusi 7%, suara (voice) menyumbang 38%, sementara bahasa tubuh (visual) menyumbang 55%, bagi kesuksesan berbicara”. Pendengar senang memperhatikan seorang pembicara, selain mendengarkannya. Karena sedikit-sedikit kita menjadi seorang aktor. Kita harus mendramatisir pembicaraan dengan gerak tubuh yang sesuai, khususnya ekspresi wajah.

Pendengar akan memperhatikan wajah pembicara selama proses Public Speaking. Berlangsung. Ketika berbicara wajah kita akan lebih di lihat dari pada bagian tubuh lainnya. Karena itu, jangan menunjukkan wajah sedih dalam suasana gembira ( penuh galak tawa ), dan jangan main-main dalam suasana serius. Secara umum bahasa atau gerakan tubuh meliputi: Ekspresi Wajah yaitu Kontak mata, Gerakan tangan, Gerakan lengan, Gerakan bahu, Gerakan mulut atau bibir, Gerakan hidung, Gerakan kepala, Gerakan badan, Gerakan kaki.<sup>28</sup>

#### **c. Bahasa**

Bahasa dakwah adalah bahasa tutur atau bahasa lisan. Bahasa lisan bercirikan bunyi bahasa yang dihasilkan oleh manusia dan diterima oleh telinga khalayak lalu ditafsirkan oleh otak khalayak.<sup>29</sup> Yaitu bahasa yang dikuasai oleh audiens. Tentang pemilihan jenis bahasa (bahasa daerah, bahasa nasional, atau bahasa campuran) tergantung pada kondisi dan tingkat formalitas acaranya. Penggunaan bahasa yakni menggunakan bahasa yang baik dan benar, baik artinya jelas mudah dipahami dan komunikatif. Penggunaan bahasa merupakan bagian penting yang akan langsung diserap dan langsung dirasakan oleh audiens. Penggunaan bahasa yang tidak tepat akan langsung berdampak pada "selera" audiens, apakah akan berminat mendengarkan pembicaraan seterusnya atau tidak. Ada beberapa tips untuk penghalusan bahasa.

<sup>27</sup> Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1998), hal.77-78.

<sup>28</sup> Amirulloh Syarbini, *Jago Public Speaking Dan Pintar Writing* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal.54.

<sup>29</sup> Djamaludin Abidin, *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah* (Jakarta: Gema Insani Press, 1996).

1. Janganlah menyerang atau menghakimi secara langsung terhadap audiens
2. Jadikan problem yang kita sampaikan sebagai problem bersama
3. Pilih kata ganti kita, jangan dengan kata kamu dalam mengungkapkan problem
4. Carilah kata-kata yang dapat menyentuh persaan audiens sehingga dapat menggugah pemikirannya.

#### 4. Komponen Retorika Dakwah

Retorika sebagai alat persuasi memiliki pola dasar retorika sebagai berikut:

- a. To strat of fire, sebagai pendahuluan dengan tujuan menarik minat dan perhatian pendengar.
- b. To build a bridge, (membangun jalan pikiran dengan pendengar) dengan tema yang dapat dan padat, memilih ilustrasi dan argumentasi yang meyakinkan.
- c. For instace
  - 1) Confiration (positif), yaitu argumen yang memperkuat pendapat yang telah dikemukakan oleh pendapat tokoh-tokoh terkemuka.
  - 2) Refutation (negatif), yaitu argumen yang melumpuhkan pendapat pihak lain yang berbeda dengan pendapat kita sendiri, sambil mengetengahkan bukti-bukti yang kongkrit, dengan disertai humor.
- d. So what, yaitu membuat kesimpulan sebelum penutup, agar pidato itu sebagai suatu kebulatan sehingga kesan terakhir dapat membekas dalam ingatan para pendengar.

Ada lima unsur dalam Retorika :

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

Tabel 2.1 Indikator Unsur Retorika

No	Unsur-unsur Retorika	Indikator
1.	To Start Of Fire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• awali kata-kata dengan suara lantang</li> <li>• Berbicara dengan jelas</li> </ul>
2.	To build to bridge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menguasai topik pembahasan</li> <li>• Gunakan kalimat yang mudah dipahami</li> </ul>
3.	For instace	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ucapkan kalimat yang mengandung bukti dari al-qur'an atau hadist</li> </ul>
4.	So what	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ucapkan inti ceramah agar mudah diingat</li> </ul>
5.	Act	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan amar ma'ruf nahi mungkar</li> <li>• Mengamalkan sunnah nabi</li> </ul>
6.	Scene	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panggung</li> <li>• Mimbar</li> </ul>
7.	Agent	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Da'I</li> <li>• Mad'u</li> </ul>
8.	Agency	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mimbar</li> <li>• Media elektronik</li> <li>• Media sosial</li> </ul>
9.	Porpusa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki tujuan untuk melakukan perubahan kearah yang lebih baik.</li> </ul>

## 5. Fungsi Retorika Dakwah

I Gusti Ngurah Oka menjelaskan bahwa retorika adalah untuk:

- Menyediakan gambaran yang jelas tentang manusia terutama dalam hubungan kegiatan bertuturnya, termasuk ke dalam gambaran ini antara lain gambaran proses kejiwaannya ketika ia terdorong untuk bertutur ketika ia mengidentifikasi pokok persoalan dan retorika bertutur ditampilkan.
- Menampilkan gambaran yang jelas tentang bahasa atau benda yang biasa diangkat menjadi topik 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.

Bahasa merupakan alat pengukur nilai seseorang dalam hubungan antar manusia.

Dakwah dengan memperhatikan retorika adalah memaparkan suatu masalah agama dan kemudian orang merasa begitu terlihat dengan masalah yang sedang dipaparkan. Sama halnya apabila seorang orator menyampaikan suatu persoalan kemudian orang merasa terdorong untuk mencari sebab deviasi (penyimpangan) dan kemudian membuat keputusan tertentu untuk mencari pemecahannya.<sup>30</sup>

## 6. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara seseorang dalam menggunakan bahasa untuk mengungkapkan suatu kalimat. Dari gaya bahasa seseorang, dapat dinilai dari berbagai aspek, baik dari segi pendidikan, daerah, lingkungan maupun sifatnya. Gaya merupakan sebuah ciri khas yang menempel pada diri seseorang, sehingga seorang penceramah harus memilih gaya bahasa yang tepat agar dapat dengan mudah menarik perhatian dari komunikan.<sup>31</sup>

Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya dan berlaku sebaliknya. Maka gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung 3 unsur, yaitu kejujuran, sopan santun, dan menarik.

Gaya bahasa memiliki beberapa jenis, diantaranya:

- a. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dibedakan : gayabahasa resmi, gaya bahasa tak resmi, dan gaya percakapan.

### 1) Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya yang lengkap, gaya yang dipergunakan dalam kesempatan- kesempatan resmi, gaya yang dipergunakan oleh mereka yang diharapkan mempergunakannya dengan baik dan terpelihara. Amanat kepresidenan, berita negara, *khutbah-khutbah* mimbar, tajuk rencana, pidato-pidato yang penting, artikel- artikel yang serius atau esai yang memuat subyek-subyek yang penting, semuanya dibawakan dengan bahasa resmi.

### 2) Gaya bahasa tak resmi

Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang

<sup>30</sup> Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, hal.23.

<sup>31</sup> Oh Su Hyang, *Bicara Itu Ada Seninya*, cet 5 (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2018), hal.31.

dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan, yang tidak formal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu *konservatif*. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, artikel-artikel mingguan, atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, editorial, kolumnis dsb. Singkatnya gaya bahasa yang tak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar.

### 3) Gaya bahasa percakapan

Selain dengan kata-kata percakapan, terdapat juga gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa ini, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun disini harus ditambahkan segi-segi *morfologis* dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak terlalu diperhatikan, demikian pula segi-segi *morfologis* yang biasa diabaikan, sering dihilangkan. Jika dibandingkan dengan bahasa resmi, dan gaya bahasa tidak resmi, maka dalam gaya bahasa percakapan bahasanya masih lengkap untuk suatu kesempatan, dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan, tetapi kebiasaan ini agak longgar bila dibandingkan dengan kebiasaan pada gaya bahasa resmi dan tidak resmi.

### b. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada *sugesti* yang dipancarkan dan rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Seringkali *sugesti* ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan *sugesti* suara dan pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa.<sup>32</sup>

#### 1) Gaya Sederhana

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada *sugesti* yang dipancarkan dan rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Seringkali *sugesti* ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan *sugesti* suara dan pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa.

#### 2) Gaya Mulia dan Bertenaga

Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas yang biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas pembicara, tetapi juga dapat mempergunakan nada keagungan dan kemuliaan. Tampaknya hal ini mengandung kontradiksi, tetapi kenyataannya memang demikian.

#### 3) Gaya Menengah

Gaya menengah adalah gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Karena

---

<sup>32</sup> Ibid., hal.32.

tujuannya adalah menciptakan suasana senang dan damai, maka nadanya juga bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Pada kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta, pertemuan, dan rekreasi, orang lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian. Akan ganjillah rasanya, atau akan timbul harmoni, kalau dalam pesta pernikahan ada orang yang memberi sambutan berapi-api, mengerahkan segala emosi dan tenaga untuk menyampaikan sepatah kata. Para hadirin yang kurang waspada akan turut terombang-ambing dalam permainan emosi semacam itu.

## B. Youtube Sebagai Media Dakwah

### 1. Pengertian Youtube

Youtube sekarang ini juga digunakan oleh para tokoh da‘I untuk menyebarkan pesan dakwah video berupa nasihat agama. Youtube berisi konten video yang dikalsifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar sekaligus suara. Sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak. Youtube merupakan sebuah platform di mana memungkinkan untuk dapat mengunggah berbagai video, selain itu youtube juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi melalui kolom komentar. *Youtube* juga telah menjadi fenomena yang mendunia yang merupakan situs video sharing yang berfungsi sebagai sarana untuk berbagi video secara online. Situs ini memfasilitasi pengguna untuk meng-upload video yang diakses oleh pengguna lain diseluruh dunia secara gratis. Youtube merupakan database video yang paling populer di dunia internet, dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa „gambar bergerak“ dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng – upload) video ke server Youtube dan membaginya ke seluruh dunia. Pengguna *Youtube* dapat mengakses, dan dapat diakses oleh siapa saja. Dikutip dari artikel <http://www.techno.okezone.com> sejak diluncurkan pada februari 2005, youtube diklaim menjadi website ketiga paling banyak dikunjungi di dunia dengan total 1,3 miliar pengguna.

### 2. Manfaat Youtube

Youtube dimanfaatkan pengguna sebagai media untuk melihat berbagai macam konten video, dapat digunakan oleh pengguna untuk aliran langsung. Tetapi media Youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah. Seperti yang dapat kita temukan, Youtube

memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. Hal ini membuat popularitas Youtube menjadi lebih meningkat karena menambah variasi pada setiap tampilannya. Tidak ada pembatasan durasi yang diberikan oleh Youtube, membuat nilai tambah bagi Youtube dibandingkan dengan media sosial lainnya.<sup>33</sup>

Pemanfaatan media Youtube sebagai media dakwah. Keduanya memiliki keterkaitan fungsi dan tujuan, serta keduanya memiliki sasaran yang sama, yakni publik (massa atau khalayak). Kelebihan media Youtube dapat memberi manfaat yang sangat besar bagi kegiatan dakwah jika dikelola dengan baik, dan tentunya dengan mendalami lebih jauh karakter media ini.

### 3. Konten Dakwah di Youtube

Youtube dapat menjadi media dakwah dan model dakwah di Youtube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media You Tube sebagai media dakwah semakin menjanjikan dan semakin mudah dilakukan, hal tersebut dikatakan bahwa keterkaitan antara media You Tube dengan dakwah adalah kesamaan sasaran, segmentasi yang sama dan kesamaan kebutuhan. Sedangkan pemanfaatan You tube sebagai media dakwah oleh kebanyakan dai kondang telah menggunakan dan memanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Ada pun model dakwah di You Tube dapat berupa video ceramah serial, video ceramah singkat, video potongan ceramah, video musik/lagu, video cerita singkat dan aliran langsung. Implikasi penelitian ini adalah kiranya para dai dan mubaligh memanfaatkan media Youtube sebagai media dakwah yang sangat menjanjikan ini.

Dalam menjalankan dakwah di zaman teknologi modern saat ini, tentunya juru dakwah dan umumnya umat Islam dituntut mampu mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi melalui dakwah Islamiah. Untuk itu diperlukan upaya kreatif untuk menyinergikan dakwah dengan teknologi, guna mendorong tumbuh-kembangnya media dakwah berbasis teknologi. Aktivitas dakwah pun harus senantiasa berkembang maju seiring dengan lajunya arus informasi dan komunikasi. Menurut penulis, ada 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.

---

<sup>33</sup> Hamdan, Mahmudin, Youtube Sebagai Media dakwah, Palita: Journal of Social Religion Research, Vol.6, No.1 (2021), hal.71

- 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.
- f. Aliran Langsung; yakni melakukan siaran langsung untuk setiap ceramah seorang dai di suatu tempat.
- g. Video Komunitas; yakni video yang diproduksi oleh komunitas tertentu yang memiliki visi dakwah. Isi video yang diproduksi bergantung pada scop dan fokus komunitas tersebut. Sesungguhnya model-model dakwah di media Youtube ini masih dapat dikembangkan dengan beberapa varian lagi, disesuaikan dengan segmentasi atau sasaran mad'u-nya. Misalnya, dengan menggunakan salah satu model di atas, tetapi lebih khusus atau fokus pada sasaran anak-anak, perempuan, remaja, ibu-ibu, dan lain sebagainya.<sup>34</sup>

#### 4. Youtube sebagai media dakwah

*YouTube* sebagai Media Dakwah (*Wasilah al-Dakwah*); adalah media atau *instrument* yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada *mad'u*. Media ini bisa dimanfaatkan oleh da'i untuk menyampaikan dakwahnya baik yang dalam bentuk lisan atau tulisan. Di antara media dakwah yang masih banyak digunakan oleh para da'i saat ini adalah: TV, Radio, Surat Kabar, Majalah, Buku, Internet, handphone, bulletin.<sup>35</sup>

Media dakwah adalah alat-alat yang di pakai untuk menyampaikan ajaran Islam.<sup>36</sup> Media dakwah adalah alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran agama Islam. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

Jadi, menurut penulis media dakwah adalah alat yang digunakan oleh Da'i untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'u.

<sup>34</sup> Hamdan, Mahmudin, Youtube Sebagai Media dakwah, Palita: Journal of Social Religion Research, Vol.6, No.1 (2021), hal.76

<sup>35</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet. Ke-II (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hal.19.

<sup>36</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2010), hal.20.

- 1) Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya. Tulisan, yakni meliputi buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.
- 2) Lukisan, yakni meliputi gambar, kalikatur, dan sebagainya
- 3) Audio Visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet, dan sebagainya.
- 4) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.<sup>37</sup>



---

<sup>37</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 2012.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian retorika Aristoteles yang digunakan para dai dalam acara Cahaya Islami di channel youtube, dapat disimpulkan .

1. Ditinjau dari segi ethos, dalam acara Cahaya Islami para Ustad atau Da'i mempunyai kredibilitas yang tinggi. Daya tarik dirinya sendiri, kekuasaan dan kompetensi yang dimiliki mampu membuat mad'u tunduk. Ia meninggalkan kesan sebagai da'i yang karismatik, cerdas, ahli, berwawasan dan pengetahuan yang luas. dengan pembawaan yang tegas, pakaian yang sopan , pengetahuan, dan pemahamannya dengan mad'u serta tampil sebagai sosok yang bersahabat, ramah, dan tulus. Persiapan pesan dakwah tersusun secara kreatif dan kritis.
2. Dari segi pathos, ia selalu menggunakan daya tarik emosional untuk membuat perasaan mad'u terlibat dalam dakwahnya. Penerapan daya tarik emosional terlihat dari susunan kalimat yang digunakan menarik hati dengan mengambil contoh realita untuk dihubungkan dengan topik dakwah.
3. Dari segi logos, selalu menyisipkan penalaran logis dalam menyajikan pesan dakwahnya. Penalaran tersebut dilakukan secara deduktif, induktif, melakukan penarikan kesimpulan. menyusun pesan secara sebab- akibat, dan melampirkan bukti melalui ungkapan logisnya.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penemuan dan penelitian ini, penulis ingin memberi saran kepada program Cahaya Islami dan tim youtube Radar TV untuk mengadakan *Question and Answer (QnA) session* melalui fitur *live streaming* di YouTube maupun Instagram demi mewujudkan persuasif dalam komunikasi dua arah secara efektif.

Kemudian, kepada pembaca disarankan untuk memetik hal-hal positif yang terkandung dalam tulisan ini dan menggali lebih tajam lagi tentang teknik retorika persuasif agar bisa diterapkan untuk diri sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- A.H Hasanuddin. *Retorika Dakwah Dan Publisistik Dalam Kepemimpinan*. Surabaya: PT Usaha Nasional, 1982.
- Acep Aripudin. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- AF, A. Toto Suryana, Dkk. *Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Tiga Mutiara, 1997.
- Amirulloh Syarbini. *Jago Public Speaking Dan Pintar Writing*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Beebe & Ivy. *Communication Principles for a Lifetime*. 2010th ed., 2010.
- Djamaludin Abidin. *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*. Jakarta: Gema Insani Press, 1996.
- Dori Wuwur Hendrikus. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius, 1991.
- . *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 1991.
- Dwi Candor Trio. *Ilmu Retorika Untuk Mengguncang Dunia*. Yogyakarta: Irtikaz, 2010.
- Fallah, Riza Zaharyal. “Retorika Dakwah (Studi Retorika Dakwah Lulung Mumtazah)” 8, no. 2 (2021): 6.
- Fitriana Utami Dewi. *Public Speaking Kunci Sukses Bicara Do Depan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Jalaluddin Rahmat. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1998.
- Littlejohn, Stephen W, fOSS, Karen A. *Communication The Theory*. Salemba Humanika, 2014.
- Marzuki. *Metode Riset Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial*. Yogyakarta: Ekonisia, 2005.
- Morissan. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2013.
- “No Title,” n.d. <https://tafsirweb.com/4473-surat-an-nahl-ayat-125.html%0A>.
- Oh Su Hyang. *Bicara Itu Ada Seninya*. Cet 5. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2018.
- Resa Karimah. “Rangkuman Materi Retorika Dakwah,” n.d. <http://blogspot>, di akses 27/08/2023.
- Saifuddin Azwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019.
- Sarwinda. “Retorika Dakwah K.H Muhammad Dainawi Pada Pengajian A’liyah Desa Pulau Sumatera Selatan.” *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* 1, no. 2 (2017): hlm.168.
- Toto Tasmara. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.
- Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press, 2012.

———. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Cet. Ke-II. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.

Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2010.

#### **JURNAL:**

Abdullah. “Retorika Dan Dakwah Islam.” *Jurnal Dakwah* x, no. 1 (2009):

Nor Raudah Siren. “Retorika Pencapaian Dakwah Da’i Ismail Kamus.” *KOMunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2000): hlm.198.  
109.

Kholid Noviyanto dan Sahroni. A. Jaswadi. “Gaya Retorika Da’i Dan Perilaku Memilih Penceramah.” *KOMunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2014): hlm.24

Kholid Noviyanto dan Sahroni. A. Jaswadi. “Gaya Retorika Da’i Dan Perilaku Memilih Penceramah.” *KOMunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2014): hlm.123.

Muh. siswa. R. “Penggunaan Youtube Sebagai Electronic.” *Ejournal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2015): hlm.18

Mujiono, Mukroni Ab. “Peranan Retorika Dalam Pengembangan Dakwah.” *Ad-Dakwah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 20, no. 2 (2022): 1–12

Hamdan, Mahmudin, Youtube Sebagai Media dakwah, Palita: *Journal of Social Religion Research*, Vol.6, No.1 (2021), hlm.71-76

#### **ARTIKEL:**

Pratama. “Pentingnya Retorika Dalam Berbicara,” 2010.  
<http://www.academia.edu/06/8/2010>, di akses 27/08/2023.

Jesica Laurensia. “Mengenal Youtube,” 2016.  
<https://www.kompasiana.com/jesicalaurensia/56cb0156c0afbd3218bb231e/mengenal-youtube>.