

RETORIKA DAKWAH USTADZ FELIX SIAUW

DI DALAM SIARAN DAKWAH MELALUI

INSTAGRAM @FELIXSIAUW



Skripsi

Disusun Oleh :

Arifin Suryo Tri Anggoro

NIM 15210054

Pembimbing

Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.

NIP 19661226 199203 2 002

PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2018



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-616/Un.02/DD/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : RETORIKA DAKWAH USTAD FELIX SIAUW DI DALAM
SIARAN DAKWAH MELALUI INSTAGRAM @FELIXSIAUW

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARIFIN SURYO TRI ANGGORO
Nomor Induk Mahasiswa : 15210054
Telah diujikan pada : Kamis, 08 Agustus 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dra. Anisah Idrisati, M.Si
NIP. 19661226 199203 2 002

Penguji I

Dr. Kholiq, S.Ag., M.Hum
NIP. 19700125 199903 1 001

Penguji II

Saptomi, S.Ag., M.A
NIP. 19730221 199903 1 002

Yogyakarta, 08 Agustus 2019

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan



Dr. H. Nurwanto, M.Si
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
DI Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara/i:

Nama : Anrifin Suryo Tri Anggoro
NIM : 15210054
Judul Skripsi : RETORIKA DAKWAH USTADZ FELIX SIAUW DI DALAM
SIARAN DAKWAH DI AKUN *INSTAGRAM* @FELIXSIAUW

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang broadcasting.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Mengetahui:

Ketua Jurusan

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 19680103 199503 1 001

Pembimbing Skripsi

Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 19661226 199203 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arifin Suryo Tri Anggoro

NIM : 15210054

Jenjang/Jurusan : S1/Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Saya yang menyatakan,



Arifin Suryo Tri A
NIM. 15210054

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillahirobil'alamiin*, puji syukur kepada Allah
Subhanahuwata'ala atas segala karunia dan nikmat Nya serta shalawat dan salam,
Allahummasholi'ala Muhammad, kepada Nabi Muhammad
Sholallahu'alaihiwasalam.

Karya tulis ini, penulis persembahkan untuk : kedua orang tuaku, bapak Solekhan
dan ibu Rusmiyati yang telah mendidik, dan mendoakanku hingga hari ini.
Serta Almamaterku tercinta : Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta.

MOTTO

Sampaikan dakwah dengan hikmah, maka Islam akan indah

“serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan 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”

(QS. An Nahl : 125).



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan hidayah, rahmat dan inayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Felix Siauw di dalam Siaran Dakwah di Akun *instagram* @felixsiauw” guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.Sos) Strata-1 (S1) Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat dan salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan ummat-Nya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang membantu dalam penyelesaiannya. Maka dari itu, dengan penuh rasa hormat dan ungkapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang tak terhingga.
2. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi MA., Ph.D.,
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjannah, M.Si.,
4. Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si., yang senantiasa memberikan dukungan.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulis.

6. Dosen Pembimbing Skripsi, Dra. Hj. Anisah Indriati, M.si.. yang telah memberikan waktu, motivasi, semangat, masukan saran dan membimbing dari awal pengerjaan hingga selesainya skripsi ini.
7. Dosen Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah mencurahkan ilmu serta membimbing dalam perkuliahan.
8. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
9. Ustadz Felix Siauww yang memberikan ceramah-ceramah bermakna nya di *instagram*
10. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Solekhan dan Ibu Rusmiyati yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun material secara ikhlas, dukungan lahir batin, kekuatan do'a yang terus dipanjatkan tiada henti untuk semua kesuksesan yang telah dicapai.
11. Nenek Qomsatun, Kakak Riska Mayasari, dan Roni Gunawan yang selalu menjadi motivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi saya.
12. Sahabat-sahabat Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2015 yang menjadi tempat bertukar pikiran dan tempat saya berproses dari awal perkuliahan hingga sekarang.
13. Annisa Nur Hawa, Musthofiyatil Munduniyah, Adellia Kristina Dewi, Septika Widya Palupi, Hersa Kumaradia Abrar, Hidayat, Gardenta Ahmad, AlfiyanaYuniar Nabila, Elita yang telah memberikan dukungan, semangat dan yang telah berproses bersama-sama dari awal kuliah hingga semester akhir ini terutama dalam proses pengerjaan skripsi.

14. Keluarga besar Ma'had Tahfizhul Qur'an As-surkati yang selalu memberikan ilmu tentang keagamaan terutama Al-Qur'an.

15. Seluruh pihak yang ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Pada skripsi ini tentu masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk memperbaiki penelitian ini. Hanya kepada Allah kami memohon ampun dan kepada-Nya kami memohon petunjuk dan pertolongan. Semoga bermanfaat, aamiin.

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Arifin Suryo Tri Anggoro

NIM: 15210054

ABSTRAK

Arifin Suryo Tri Anggoro NIM 15210054, 2019. Retorika Dakwah Ustadz Felix Siauw di dalam Siaran Dakwah di Akun *instagram* @felixsiauw. Skripsi. Yogyakarta : Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi , UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tercatat di tahun 2018 pengguna *Instagram* mencapai 800 juta pengguna. Dan Indonesia aplikasi tersebut menempati urutan ke empat sebagai aplikasi yang sering digunakan. Maka dakwah melalui *Instagram* dinilai sebagai media baru dalam berdakwah. Salah satu ustadz terkenal di Indonesia ustadz Felix Siauw memiliki akun *Instagram* dengan pengikut lebih dari 3,2 juta. Penelitian ini menganalisis retorika dakwah Ustadz Felix Siauw di akun *instagram* @felixsiauw. Untuk menjawab rumusan masalah bagaimana retorika dakwah Ustadz Felix Siauw di dalam siaran dakwah melalui akun *instagram* @felixsiauw

Penelitian ini menggunakan teori gaya bahasa yang meliputi gaya ta'lim dan tarbiyah, tazkir dan tanbih, targhib dan tabsyir, tarhib dan inzar, qashash dan riwayat, amar dan nahi. Gaya suara yang meliputi *pitch*, *loudness*, *rate* dan *rhythm*. Dan juga gaya gerak tubuh yang meliputi sikap badan, penampilan, pakaian, ekspresi wajah, gerak tangan, dan juga pandangan mata.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif, dengan analisis isi dengan penyajian model Miles and Huberman dimana penelitian melewati tiga proses yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini gaya bahasa retorika beliau di dominasi dengan gaya bahasa ta'lim dan tarbiyah, karena secara garis besar materi yang beliau sampaikan ada

pembelajaran dan ingin mengajak dan membuat sadar mad'u kepada aqidah dan Syariah yang benar . Untuk Gaya suara beliau menggunakan *pitch* tinggi,rendah dan datar. *Loudness* keras dan sedang, irama yang lambat dan agak cepat. Dengan retorika tersebut menghasilkan retorika yang sesuai denga isi pesan dan mempermudah mad'u untuk menerima pesan.

Kata kunci : *Retorika Dakwah, Instagram, Ustadz Felix Siauw*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xivi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Kajian Pustaka.....	5
E. Kerangka Teori	8
F. Metode Penelitian	18
G. Sistematika Pembahasan	22

BAB II GAMBARAN UMUM PROFIL USTADZ FELIX SIAUW	
DAN AKUN INSTAGRAM @FELIXSIAUW.....	23
A. Instagram @felixsiauW	23
B. Video Dakwah Ustadz Felix di Instagram @felixsiauW	28
BAB III ANALISIS RETORIKA DAKWAH USTADZ FELIX SIAUW DALAM	
ASPEK GAYA BAHASA, GAYA SUARA, DAN GAYA GERAK TUBUH DI	
DALAM SIARAN DAKWAH MELALUI AKUN INSTAGRAM	
@FELIXSIAW	32
A. Analisis Gaya Bahasa dalam Siaran Dakwah di Akun Instagram	
@felixsiauW	35
B. Analisis Gaya Suara dalam Siaran Dakwah di Akun Instagram	
@felixsiauW	44
C. Analisis Gaya Gerak Tubuh dalam Siaran Dakwah di Akun Instagram	
@felixsiauW	57
BAB IV PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 10 Video dengan Jumlah Tayang Terbanyak Februari 2018-Februari 2019.....	27
Tabel 2. 10 Video dengan Jumlah Tayang Terbanyak Februari 2018-Februari 2019 Beserta Waktu Publish	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Aktif Terbesar (Jan 2018)	2
Gambar 2. Akun Instagram @felixsiauw.....	24
Gambar 3. Contoh Konten Photo di Akun @felixsiauw	25
Gambar 4. Contoh Konten Video di Akun @felixsiauw	26
Gambar 5. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "Yang Lebih Berbahaya dari 80 Juta"	57
Gambar 6. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema " Jangan Hijabi Hatimu"	58
Gambar 7. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema " Jangan Hijabi Hatimu"	58
Gambar 8. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema " Jangan Hijabi Hatimu"	59
Gambar 9. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "Menentang Poligami"	60
Gambar 10. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "Cak Jan***"	61
Gambar 11. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "Cinta itu Menuntut Bentuknya"	62

Gambar 12. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "Cinta itu Menuntut Bentuknya"	62
Gambar 13. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "Lisan Tanpa Pikiran"	63
Gambar 14. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema " Undangan Kreasi dengan Tema Kalimat Tauhid"	64
Gambar 15. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema " Undangan Kreasi dengan Tema Kalimat Tauhid"	64
Gambar 16. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "#Udahputusinaja"	65
Gambar 17. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "Pilih Siapa VS Pilih Apa"	66
Gambar 18. Analisis Semiotik Gaya Gerak TubuhUstadz Felix Siauw dengan Tema "Pilih Siapa VS Pilih Apa"	66
Gambar 19. Analisis Semiotik Gaya Gerak Tubuh Ustadz Felix Siauw dengan Tema "#2019gantipresiden ditunggangi HTI?"	67
Gambar 20. Analisis Semiotik Gaya Gerak TubuhUstadz Felix Siauw dengan Tema "#2019gantipresiden ditunggangi HTI?"	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu dakwah tidak hanya bisa dilakukan secara majlis dari masjid ke masjid yang lain ataupun dari pengajian satu ke pengajian yang lain. Munculnya berbagai media pada hari ini mengakibatkan dakwah bisa melalui berbagai media. Instagram pada hari ini menjadi salah satu media sosial yang sangat populer. Menurut hasil survei *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite*, *Instagram* merupakan *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018 dan pengguna di Indonesia sendiri Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan keempat setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp.¹

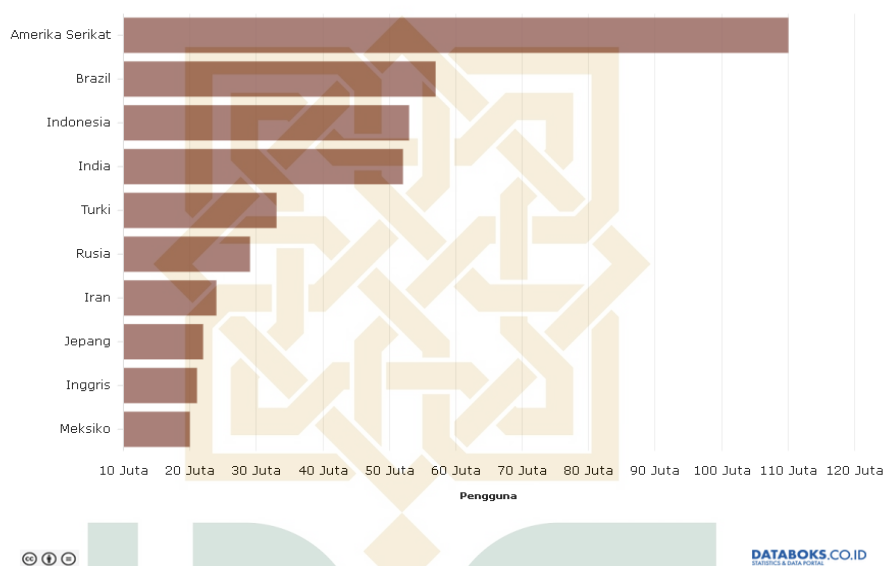
Dari data tersebut kita bisa mengetahui tentang minat masyarakat terhadap media sosial *instagram* sangatlah tinggi. Dengan pengguna yang begitu besar saat ini banyak sekali ustadz yang menjadikan *Instagram* sebagai media dakwah yang kekinian. Meskipun postingan video yang terbatas durasi hal itu tidak menjadi

¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> diakses pada tanggal 4 Februari 2019, pukul 21:51 WIB.

halangan untuk media berdakwah. Sebagai contoh kita bisa melihat akun milik Ustadz terkenal sekaligus muallaf yaitu ustadz Felix Siauw.

Gambar 1.

10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Aktif Terbesar
(Jan 2018)



Sumber : Katadata.co.id²

Ustadz Felix Siauw adalah salah satu ustadz yang akhir-akhir ini menjadi sorotan publik dikarenakan beliau termasuk dalam organisasi Hizbu Tahrir Indonesia yang baru-baru ini telah dibubarkan oleh pemerintah. Akun instagram beliau yaitu @felixsiauw memiliki 3.2 juta followers³. Jumlah yang tidak sedikit tersebut secara tidak langsung Ustadz Felix Siauw telah berhasil membuat audiens pada media sosial *Instagram* tertarik untuk melihat akun beliau bahkan menjadi

² <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> diakses pada tanggal 4 Februari 2019, pukul 21:51 WIB.

³ <https://www.instagram.com/felixsiauw/> diakses pada tanggal 4 Februari 2019, pukul 21:11 WIB.

followers beliau. Dengan banyaknya *followers* pada akun instagram beliau juga mengartikan bahwa beliau memiliki kredibilitas. Beliau berhasil membentuk persepsi khalayak tentang beliau karena kredibilitas tidaklah melekat pada diri pembicara akan tetapi kredibilitas itu terletak pada persepsi khalayak tentang pembicara yang di sini adalah Ustadz Felix Siauw. Kredibilitas sendiri bisa terbangun dari beberapa otoritas, yang komponennya anantara lain adalah *good sense*, *good character*, dan cara berbicara⁴. Semua komponen tersebut bisa terlihat dari retorika dakwah seseorang. Hal inilah yang menjadikan penulis tertarik untuk meneliti bagaimana retorika dakwah ustadz Felix Siauw di akun instagramnya. Sebagian besar postingan di dalam akun tersebut adalah dakwah beliau di depan kamera yang singkat tapi bermakna. Dan beliau memiliki khas tersendiri ketika berdakwah. Salah satunya ialah penggunaan bahasa beliau yang cenderung gaul dan lugas. Hal inilah yang menjadi bahan pertimbangan peneliti untuk meneliti Ustadz Felix Siauw dengan media dakwah instagram.

Dalam retorika dakwah terdapat istilah gaya (*style*) yang oleh Asmuni Syukir disebutkan dalam bukunya Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam gaya adalah ciri khas seorang penceramah. Dan gaya yang sudah mendapatkan ciri khas tersebut dapat dipertahankan ataupun divariasi agar audiens tidak merasa bosan. Gaya sendiri bisa meliputi gerak tangan, gerak anggota tubuh, mengkerutkan kening dan sebagainya.⁵. Gaya termasuk penunjang penting dalam membuat khalayak tertarik pada pembicara karena gaya bisa mencuri perhatian khalayak

⁴Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 74

⁵Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-ikhlas, 1983), hlm.

saat pembicara berbicara. Dan menarik perhatian dengan gaya di saat ceramah pengajian di mana pembicara bertemu secara langsung dengan khalayak mungkin sangat bisa dilakukan akan tetapi bagaimana ustadz Felix Siauww bisa menarik perhatian dengan berbicara didepan kamera saat produksi siaran ceramah sehingga bisa menghasilkan sebuah konten yang menarik khalayak walaupun tidak dengan secara bertemu langsung hal ini juga menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti akun Instagram Ustadz Felix Siauww.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut disusun rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana Retorika dakwah Ustadz Felix Siauww di dalam siaran dakwah melalui akun instagram @felixsiauww dalam aspek gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui retorika dakwah Ustadz Felix Siauww di dalam siaran dakwah melalui akun instagram @felixsiauww.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritik

- a. Mampu digunakan sebagai referensi dalam kaitan pengembangan keilmuan dakwah pada umumnya dan retorika dakwah pada khususnya.

- b. Memberikan kontribusi keilmuan mengenai peran retorika dakwah dalam komunikasi massa pada tataran praksis.

2. Manfaat Praktik

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini berguna untuk memperdalam teori-teori terkait retorika dakwah dan aplikasinya di media Instagram.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai bahan kajian awal bagi akademisi guna memahami kontribusi penguasaan retorika dakwah pada proses komunikasi massa /publik berbasis muatan siaran agama.

b. Bagi Masyarakat

Dapat digunakan memahami implementasi retorika dakwah bagi pengembangan keilmuan agama berbasis ceramah atau pidato.

Sumbangsih manfaat bagi peningkatan daya kritis masyarakat dalam menanggapi berbagai penggunaan retorika dakwah dari juru dakwah.

D. Kajian Pustaka

Penelitian yang membahas tentang retorika tentunya sudah sangat banyak , di antaranya adalah sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Nurainun Arifin pada tahun 2015 dengan judul Retorika Dakwah Ustadz Maulana dalam Acara “Islam itu Indah” di Trans TV dengan rumusan masalah bagaimana susunan bahasa dan penggunaan bahasa.

Oleh Ustadz Maulana dalam program acara “Islam Itu Indah” di Trans TV. Kesimpulan yang dihasilkan adalah analisis menunjukkan bahwa Ustadz Maulana menggunakan retorika dakwah dalam menyampaikan ceramah dominan menggunakan humor, terbukti pada episode 17 Maret-20 Maret 2015. Oleh karena itu *audience* yang menonton tidak merasakan jenuh atau bosan dengan gaya retorika dakwah yang di bawakan Ustadz Maulana pada program acara “Islam Itu Indah” di Trans TV.⁶ Perbedaan dengan penelitian ini adalah media yang digunakan ialah Televisi, Dan landasasn teorinya lebih menggunakan susunan Bahasa dan penggunaan Bahasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Fendi Kurniawan dengan judul Retorika Dakwah K.H Ahmad Sukino dalam Progam Pengajian Ahad Pagi di Radio MTA 107.9 FM Surakarta yang memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana Retorika Dakwah K.H Ahmad Sukino dalam Progam Pengajian Ahad Pagi di Radio MTA 107.9 FM Surakarta, yang ditinjau dari penggunaan persuasifnya yang meliputi Hibauan Rasional, Hibauan Emosional, Hibauan Takut, Hibauan Ganjaran dan Hibauan Motivational?. Dari peneltian ini didapatkan kesimpulan Retorika K.H Ahmad Sukino dalam Progam Pengajian Ahad Pagi di Radio MTA 107.9 FM Surakarta ditinjau dari penggunaan persuasifnya adalah merata.⁷ Perbedaan dengan penelitian ini adalah media yang digunakan Radio, dan retorika ditinjau dari penggunaan persuasifnya.

⁶ Nurainun, *Retorika Dakwah Ustadz Maulana dalam Acara “Islam itu Indah” di Trans TV*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2015)

⁷ Fendi Kurniawan, *Retorika Dakwah K.H Ahmad Sukino dalam Progam Pengajian Ahad Pagi di Radio MTA 107.9 FM Surakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Arif Khakim pada tahun 2014 dengan judul *Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauwa (Studi pada Program Acara Pengajian Inspirasi Iman di TVRI)* dengan rumusan masalah Bagaimana bentuk komposisi pesan pada ceramah ustadz Felix Y. Siauwa dalam Program Pengajian *Inspirasi Iman* di TVRI? Dan Bagaimana penggunaan bahasa yang digunakan oleh ustadz Felix Y. Siauwa dalam Program Pengajian *Inspirasi Iman* di TVRI?⁸

Penelitian ini menyimpulkan bahwa retorika Ustadz Felix memang memiliki kesatuan akan tetapi ada beberapa ceramah yang dirasa penjelasannya kurang diperhatikan sehingga pemaparannya tumpang tindih mengakibatkan gagasan utamanya kabur. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu Ustadz Felix Siauwa sebagai penceramah. Akan tetapi perbedaannya ialah pada penelitian ini subjeknya adalah Ustadz Felix Siauwa sendiri sedangkan penelitian yang penulis kerjakan subjeknya ialah Instagram yang dimiliki Ustadz Felix Siauwa. Dan media yang digunakan adalah Instagram bukan televisi.

Penelitian yang dilakukan oleh Titin Rahmawati pada tahun 2018 dengan judul *Analisis Semiotik Gaya Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi dalam Kisah Detik-detik Wafatnya Rasulullah SAW pada Media Youtube*. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana gaya Bahasa, suara, dan gerak tubuh Oki Setiana Dewi dalam Kisah Detik-detik Wafatnya Rasulullah SAW pada Media Youtube. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya bahasa menurut strukturnya dipakai gaya bahasa percakapan, sedangkan untuk nada gaya bahasa sederhana,

⁸ Arif Khakim, *Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauwa (Studi pada Program Acara Pengajian Inspirasi Iman di TVRI)*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2014)

sedangkan untuk struktur kalimatnya menggunakan Paralelisme, Antitesis dan Repetisi yang meliputi Tautotes dan Epanalepsis. Gaya suara dan sikap sangat bervariasi.⁹ Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti retorika dakwah dan gaya bahasa yang digunakan sedangkan perbedaannya ialah penelitian ini menggunakan media Youtube dan ceramah yang diteliti hanyalah satu yaitu ceramah Oki Setiana Dewi tentang Kisah Detik-detik Wafatnya Rasulullah SAW

E. Kerangka Teori

1. Retorika Dakwah

Seorang Da'i atau penceramah tentunya dalam menentukan strategi dakwahnya sangat memerlukan pengetahuan tentang metodologi dakwah. Metodologi dakwah adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari cara-cara berdakwah untuk mencapai tujuan dengan cara yang efektif dan efisien.¹⁰ Dalam Al-Quran pun sudah disebutkan prinsip-prinsip dalam metode dakwah, Allah berfirman :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”. (An-nahl:125)¹¹

⁹ Titin Rahmawati, *Analisis Semiotik Gaya Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi dalam Kisah Detik-detik Wafatnya Rasulullah SAW pada Media Youtube*, Skripsi (Surabaya: Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel, 2018)

¹⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-ikhlas, 1983), hlm.100

¹¹ Al-Qur'an, 16 : 125. Semua terjemah ayat al-qur'an dalam skripsi ini diambil dari Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Spesial for Woman*(Bandung: PT Sygma Exa Grafika,2009)

Dalam ayat tersebut bisa kita ambil kesimpulan bahwa Allah memerintahkan hambanya untuk berdakwah dengan tiga cara yaitu cara yang baik nasehat yang baik, dan berdebat dengan cara yang baik.

Metode ceramah atau yang saat ini disebut retorika dakwah adalah metode yang sangat penting yang harus dimiliki seorang da'i. Retorika sendiri adalah ilmu yang mempelajari cara kita berbicara kepada khalayak dengan tutur kata yang baik agar seorang da'i mampu mempengaruhi khalayak untuk mengikuti faham atau ajaran yang disampaikan.¹²

Dalam penelitian ini kita akan menggunakan landasan teori berupa komponen-komponen yang sangat penting dalam retorika dakwah yaitu ada tiga komponen yang membangun retorika dakwah :

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang lengkap dapat dipelajari pada buku-buku kesusastraan.¹³ Setidaknya ada enam gaya bahasa yang dapat digunakan oleh da'i dalam retorika dakwahnya, yang dijelaskan oleh Hasjmy yakni sebagai berikut:

¹² Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-ikhlas, 1983), hlm.104-105

¹³ Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1992), hlm. 51.

Ta'lim dan Tarbiyah (pengajaran dan pendidikan)

Dalam gaya bahasa bentuk ini, ta'lim yang berarti pengajaran yaitu mengajar atau memberi pelajaran yang bersandar pada pengetahuan dan penyelidikan. Tarbiyah atau pendidikan yaitu mendidik manusia agar dengan pengetahuan dan penyelidikan yang telah diajarkan itu benar-benar menjadi sadar akan akidah dan syariah.¹⁴ Da'i bertugas membuka pandangan audience atau mad'u untuk melihat kebenaran dan memberi pengertian kepada orang jahil akan hakikat kebenaran, dan dengan mengembangkan segala jalan pengajaran dan pendidikan, agar kebenaran mengapung dan sampai kepada manusia.

Tazkir dan Tanbih

Tazkir dan tanbih atau pengingatan dan penyegaran kembali. Setelah mad'u mendapat pengajaran dan pendidikan, maka pengingatan dan penyegaran akan menjadi pelengkap. Tazkir dan tanbih berfungsi agar pengetahuan yang telah didapatkan oleh mad'u dapat diamalkan dan tidak dilupakan.¹⁵

¹⁴ A.Hasjmy, "Dustur Da'wah Menurut Al Qur'an", (Jakarta: Bulan Bintang, 1974) hlm 230.

¹⁵ Ibid, hlm 236

Targhib dan Tabsyir

Targhib dan Tabsyir adalah gaya bahasa yang menggambarkan kepada mad'u tentang menggemarkan berbuat amal shalih dan pahala yang akan didapatkannya.¹⁶

Tarhib dan Inzar

Gaya bahasa ini berisikan tentang penakutan kepada mad'u dengan menampilkan berita siksa akibat perbuatan tercela dan perkataan dusta, sedangkan akan ada berita baik atau berita pahala kepada yang berbuat baik dan beramal salih.¹⁷

Qashash dan Riwayat

Gaya bahasa ini berisi tentang cerita masa lalu yang dialami oleh manusia atau suatu kaum tentang akibat baik dan buruk yang telah dialami yang disebabkan oleh perbuatannya.¹⁸

Amar dan Nahi

Amar dan nahi yang dimaksud adalah gaya bahasa yang berisi mewajibkan kepada umat muslim untuk melakukan yang makruf dan melarang yang mungkar.¹⁹

¹⁶ Ibid, hlm 240

¹⁷ Ibid, hlm 245

¹⁸ Ibid, hlm 254

¹⁹ Kamisa, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Kartika, 1997), hlm. 333.

b. Gaya Suara

Gaya merupakan komponen penting dalam retorika dakwah. Umumnya audience senang dan tertarik pada pembicara atau penceramah yang menyampaikan ceramahnya dengan suara yang bagus. Sebaliknya pendengar akan bosan, lesu, dan mengantuk apabila pembicara berceramah dengan suara yang sumbang dan tidak serasi nadanya dengan isi pembicaraan.²⁰ Maka dari itu suara penceramah sangat dibutuhkan menggunakan pola bicara atau nada yang berganti-ganti. Dengan suara yang bervariasi atau sering disebut sebagai *speech pattern* yang berganti akan menanamkan rasa senang pada pendengar atau menarik perhatian pendengar.²¹ Dalam hal gaya suara ada beberapa yang harus diperhatikan diantaranya ialah :

Pertama, Pitch. Dalam pengertian musik pitch disebut juga sebagai tangga nada. Seorang penceramah terkadang mengeluarkan nada yang sangat tinggi ataupun rendah saat berbicara. Seharusnya nada yang dikeluarkan bervariasi antara nada rendah, sedang ataupun tinggi yang disesuaikan dengan isi pembicaraan.²² Dalam bahasa tonal nada biasanya dalam bentuk beberapa tanda diantaranya :

Nada meninggi diberikan tandai garis ke atas (/). Nada datar

²⁰ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 87.

²¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-ikhlas, 1983), hlm. 118.

²² Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 87-88

diberikan tanda garis lurus (-). Nada merendah diberikan tanda garis menurun (\). Nada turun naik diberikan tanda menurun lalu meninggi (∨). Nada naik turun diberikan tanda garis keatas lalu kebawah (∧).

Sedangkan dalam intonasi nada dibedakan menjadi empat macam nada :

Nada yang paling tinggi diberi tanda dengan angka 4. Nada yang tinggi diberi tanda dengan angka 3. Nada sedang diberi tanda dengan angka 2. Nada rendah diberi tanda dengan angka 1²³

Kedua, Loudness . Loudness masih seputar tentang nada. Loudness menyangkut keras atau tidaknya suara. Keras atau tidaknya suara tergantung kondisi saat berbicara. Jelas berbeda ketika kita berbicara didepan orang sedikit dengan orang banyak, dan juga berbeda ketika kita berbicara dengan pengeras suara atau tidak.²⁴ Tempat juga mempengaruhi keras tidaknya suara yang kita keluarkan. Ketika didalam ruangan yang tertutup maka cukup mengeluarkan suara sedang, sedangkan ketika diluar alam terbuka maka kita hendaknya mengeluarkan suara yang keras.

Ketiga, Rate & Rhythm. Yaitu cepat lambat dan irama suara. Kita harus mengatur kecepatan suara dan diserasikan dengan irama sesuai dengan isi pembicaraan. Irama yang terlalu cepat ataupun lambat membuat pendengar sulit untuk mencerna apa yang kita bicarakan. Ketika

²³ Achmad Hp dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 34.

²⁴ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 90.

pembicaraan kita mengenai hal penting sebaiknya disampaikan dengan irama yang lambat dan sedikit penekanan.²⁵ Rate sendiri dikontrol oleh pause (hentian) atau biasa disebut sebagai jeda. Seorang pembicara berhenti untuk memberikan kesempatan pada khlayak untuk mencerna apa yang telah ia sampaikan.²⁶ Selain memberikan kesempatan pendengar untuk berfikir jeda juga sangat bermanfaat untuk pembicara itu sendiri, seperti mengambil nafas, mempersiapkan kalimat berikutnya yang hendak dibicarakan. Dalam bahasa Indonesia tekanan dan jeda sangat penting karena tekanan atau jeda dapat mengubah makna dalam kalimat. Jeda antarkata dalam frase diberi tanda berupa garis miring tunggal (/), jeda antar frase dalam klausa diberi tanda garis miring ganda (//), sedangkan jeda antar kalimat dalam wacana diberi tanda berupa tagar (#).²⁷

guru // baru / datang

guru / baru // datang

c. Gaya Gerak Tubuh

Gaya gerak tubuh merupakan komponen yang tak kalah penting dalam retorika dakwah karena pembicara merupakan pusat perhatian. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam gaya gerak tubuh di antaranya ialah :

Pertama, Sikap Badan. Dalam bersikap kita harus menunjukkan

²⁵ Ibid., hlm. 91.

²⁶ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 83.

²⁷ Achmad Hp dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 35.

sikap yang simpatik (tenang, serius, dan sungguh-sungguh), karena jika kita tidak bersikap simpatik maka itu akan menimbulkan penilaian dari pendengar yang negative dan merugikan diri kita sendiri. Sikap badan kita selama berbicara terutama pada awal pembicaraan karena pada awal pembicaraan tersebutlah pendengar sudah mulai menilai kita. Jika sikap kita negative maka penilaian dari awal pun negative yang akan mengakibatkan pendengar malas untuk mendengarkan. Begitu juga sebaliknya.²⁸

Kedua, Penampilan dan Pakaian. Disamping sikap, masalah penampilan dan pakaian juga perlu menjadi perhatian. Pakaian, bagian dari diri kita. Bila kita berbicara didepan umum pakailah pakaian yang serasi, bersih, rapi dan sopan. Jangan memakai yang bertentangan dengan etika dan dapat mengalihkam perhatian pendengar.²⁹

Ketiga, Ekspresi dan Gerak Tangan. Penyajian materi harus didukung dengan menampilkan ekspresi wajah yang wajar dan tepat. Perlu diketahui ekspresi wajah bukan sekedar seni untuk mengikat perhatian akan tetapi lebih dari itu ekspresi wajah yang tepat akan menyentuh langsung jiwa dan pikiran pendengar. Begitu juga dengan gerak tangan, menurut teori komunikasi pesan yang disampaikan komunikator akan lebih cepat

²⁸ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 58-62.

²⁹ Ibid., hlm. 59-60.

memasukin jiwa atau pikiran komunikan, bila pesan tersebut mampu menyentuh indra komunikan lebih dari satu.

Keempat, Pandangan Mata. Menggunakan pandangan mata merupakan upaya dalam mengikat perhatian pendengar. Selama berbicara didepan umum, pandangan mata sangatlah menentukan. Mata dapat mengeluarkan kekuatan magis yang mengendalikan perhatian penonton. Bahkan dari pandangan mata kita bisa melihat kepribadian atau kondisi lawan bicara kita.³⁰

2. Instagram Sebagai Media Siaran Dakwah

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android, dan Windows Phone, dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi follower.³¹

Berkat pertumbuhan pengguna Instagram menghabiskan waktu menyaksikan video di Instagram sebanyak lebih dari 40 persen dalam waktu 6 bulan maka selain foto *Instagram* menambahkan fitur selain foto yaitu video. Sebuah postingan video dari pengguna nantinya akan diimbui oleh keterangan video views alias angka jumlah berapa kali

³⁰ Ibid., hlm. 73-74

³¹ <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram> diakses pada 24 Juli 2019, pukul 11.23

video tersebut telah dilihat oleh pengguna lain. Video views ini akan terletak tepat di bawah video, yaitu tempat di mana jumlah likes biasanya ditampilkan. Jadi nanti yang tertera bukan lagi jumlah likes, tetapi video views.³² Keunikan lain *Instagram* ada pada durasi video yang diberikan oleh *Instagram* yaitu tidak melebihi 60 detik, sehingga menjadi sebuah tantangan bagi pengguna agar bisa mengemas pesannya dengan lebih baik karena batas waktu yang disediakan oleh *Instagram*.

Penggunaan fitur video saat ini sangat banyak dipakai oleh pengguna *Instagram* khususnya para komunitas yang menamakan diri mereka sebagai komunikas vidgram. Biasanya mereka mengunggah video-video dagelan, komedi, cinta, dan apa yang sedang hangat diperbincangkan. Penonton dari video-video mereka sangatlah banyak, bisa mencapai satu juta tayangan, dan ini menjadi motivasi bagi para dai untuk menghadirkan dakwah di antara video-video mereka kepada para pengguna *instagram* menggunakan fitur video ini.

Dengan adanya batasan durasi video dalam *Instagram* yang hanya menyediakan 60 detik disetiap postingan video, membuat penceramah harus menyusun isi pesan dan menyampaikannya dalam bentuk video seefektif mungkin agar bisa mudah diterima oleh mad'u. Efektifnya sebuah dakwah sebagian besar tergantung pada retorikanya. Maka

³² <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160212140502-185-110570/berapa-kali-video-instagram-diputar-kini-bisa-dihitung> diakses pada 24 Juli 201, pukul 13.08

Retorika dakwah sangat penting dalam produksi siaran dakwah melalui media *Instagram*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotic Ferdinand de Saussure. Menurut Bogdan dan Guba seperti yang dikutip oleh Lexy J. Moleong yaitu pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif (data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan angka-angka) hal ini ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa dan aktifitas sosial lainnya.³³ Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk cuplikan frame dari gaya retorika yang meliputi gaya suara, gaya bahasa dan gaya gerak tubuh dalam video Ustadz Felix Siau dalam akun instagram @felixsiau.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah akun istagram @felisiauw yang berupa data dokumentasi video

3. Objek Penelitian

Objek penelitiannya adalah retorika dakwah yang melekat pada

³³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 6.

Ustadz Felix Siauw di akun instagram yang sudah disebutkan

4. Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini dibagi dalam bentuk kata-kata dan tindakan serta sumber yang tertulis. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini disesuaikan dengan apa yang dikonsepskan oleh Lofland, bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³⁴ Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yakni data primer dan data sekunder³⁵ :

- a. Data Primer dalam penelitian ini adalah berupa dokumentasi di akun instagram @felixsiauw retorika dakwah Ustadz Felix Siauw yang meliputi gaya Bahasa gaya suara dan gaya gerak tubuh.
- b. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang di peroleh dari media massa dan internet berupa profil Ustadz Felix Siauw.

5. Teknik Pengambilan Sample

Dalam penelitian ini pengambilan sample menggunakan Teknik sampling *purposive* yaitu: teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini hanya mengambil beberapa video yang terdapat pada akun instagram @felixsiauw sebagai sample dengan pertimbangan tertentu yaitu 10 video dengan

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT Bina Aksara, 1989), hlm. 157.

³⁵ Suharsimi Arikunto, *Menejemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003 Cet Ke 6), hlm 83.

jumlah penayangan terbanyak dalam satu tahun terakhir yang diunggah sejak bulan Februari 2018 hingga bulan Februari 2019. Dan 10 video tersebut memiliki jumlah penayangan setiap videonya lebih dari 500.000 kali tayang.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan beberapa cara.³⁶ Sesuai dengan bentuk penelitian kualitatif dan juga jenis sumber data yang dimanfaatkan, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini studi dokumentasi

Studi Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian dalam rangka memperoleh informasi terkait objek penelitian. Dalam studi dokumentasi, peneliti melakukan penelusuran data objek penelitian serta melihat sejauh mana proses yang berjalan terdokumentasi dengan baik. Dalam hal ini berupa 10 video dengan jumlah penayangan terbanyak dalam satu tahun terakhir yang diunggah sejak bulan Februari 2018 hingga bulan Februari 2019. Dan 10 video tersebut memiliki jumlah penayangan setiap videonya lebih dari 500.000 kali tayang.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Menejemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 224.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data flow model Miles and Huberman. Miles and Huberman mengemukakan bahwa analisis data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis ini melalui 4 tahapan yaitu :

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu

b. Data Display (penyajian data)

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.

c. Conclusion Drawing/ verification

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.³⁷

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 337-345.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Berisi pemaparan dan penjelasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Penggambaran Instagram dan profil Ustadz Felix Siau

Berisi tentang pengertian instagram, peran media social, serta perkembangannya. Dan pemaparan profil Ustadz Felix Siau

BAB III Penyajian dan Analisa data

Berisi tentang analisis teori dakwah Ustadz Felix Siau dalam gaya Bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh di akun instagram @felixsiau

BAB IV Penutup

Berisi kesimpulan dan saran

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Retorika dakwah Ustadz Felix Siauww adalah lugas, santai dan jelas dikarenakan gaya bahasa retorika beliau di dominasi dengan gaya bahasa ta'lim dan tarbiyah, karena secara garis besar materi yang beliau sampaikan ada pembelajaran dan ingin mengajak dan membuat sadar mad'u kepada aqidah dan Syariah yang benar, hal ini menarik perhatian mad'u dalam konteks ini adalah *followers* yang mengikuti instagram beliau.

Gaya suara yang digunakan beliau sangat bervariasi beliau menggunakan *pitch* naik, turun dan datar. Sedangkan untuk *loudness* beliau menggunakan suara keras dan sedang. Dan untuk *rate & rhythm* beliau menggunakan irama lambat dan agak cepat. Beliau juga melakukan jeda pada pemenggalan kata yang tepat. Gaya suara yang beliau gunakan sesuai dengan isi pesan yang beliau sampaikan. Jika yang beliau sampaikan itu penting dan perlu penekanan maka beliau menggunakan tangga nada yang tinggi dan irama yang lambat. Hal tersebut membuat mad'u lebih mudah memahami isi ceramah beliau.

Sedangkan untuk gaya gerak tubuh sangat berkorelasi dengan pesan yang disampaikan beliau. Beliau kerap menggunakan gerak tangan untuk memperagakan yang disampaikan. Untuk sikap badan beliau terkadang menyampaikannya dengan berdiri dan duduk. Sedangkan

untuk penampilan dan pakaian beliau menggunakan busana yang santai. Dan ekspresi beliau adalah serius dan senyum dengan mata selalu menuju ke kamera

B. Saran

Saran peneliti terkait penulisan tentang retorika dakwah Ustadz Felixsiau di akun *instagram* @felixsiau adalah :

1. Untuk @felixsiau hendaknya retorika yang disampaikan bisa dibumbui dengan humor, agar mad'u lebih tertarik, tidak terlalu monoton dan mendapatkan hiburan. Dan lebih baik jika memperbanyak variasi dalam gaya bahasa.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian pada topik yang sama sebaiknya menggunakan metode penelitian dengan membandingkan retorika dakwah beliau jika didepan jama'ah secara langsung. Dan juga mengambil dari sisi mad'u nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Alek dan Achmad HP, *Linguistik Umum*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta 2003, Cet Ke 6
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktis*, Jakarta: PT. Bina Aksara, 1989
- .Gentasari Anwar S.H, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- A.Hasjmy, *Dustur Da'wah Menurut Al Qur'an*, Jakarta: Bulan Bintang, 1974
- Keraf, Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Khakim, Arif, *Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siau (Studi pada Program Acara Pengajian Inspirasi Iman di TVRI)*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2014.
- Kurniawan, Fendi, *Retorika Dakwah K.H Ahmad Sukino dalam Program Pengajian Ahad Pagi di Radio MTA 107.9 FM Surakarta*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2013
- Meleong, J. Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda, 1989.
- Nurainun, *Retorika Dakwah Ustadz Maulana dalam Acara "Islam itu Indah" di Trans TV*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Rahmat, Jalaludin, *Retorika Modern*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999.

Rahmawati, Titin, *Analisis Semiotik Gaya Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi dalam Kisah Detik-detik Wafatnya Rasulullah SAW pada Media Youtube*
Surabaya: Fakultas Dakwah UIN Sunan Ambel, 2018.

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012.

Sugiyono, *Metode Penelitian Menejemen* Bandung: Alfabeta, 2013.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* Bandung: Alfabeta, 2018.

Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1983.

Internet

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> diakses pada tanggal 4 Februari 2019, pukul 21:51 WIB.

<http://felixsiauw.com/home/aku-dan-islam/> diakses pada 2 Mei 2019 pukul 14.57

<https://id.scribd.com/document/363257434/Biografi-Ustadz-Felix-Siauw> diakses pada 2 Mei 2019 pukul 14.54

<https://id.scribd.com/document/363257434/Biografi-Ustadz-Felix-Siauw> diakses pada 2 Mei 2019 pukul 15.21

https://www.instagram.com/p/Bb2xp2hmkCK/?utm_source=ig_embed diakses pada 2 Mei 2019 pukul 16.00

https://www.instagram.com/felixsiauw/p/Thf0ATtyi6/?utm_source=ig_share_shee&t&igshid=1d0oalw2och4u diakses pada 3 Mei 2019 pukul 7.29

<https://www.instagram.com/felixsiauw/> diakses pada 3 Mei 2019 pukul 7.29

<https://www.instagram.com/felixsiauww/> diakses pada tanggal 4 Februari 2019,
pukul 21:11 WIB.

https://www.instagram.com/p/BofqZhwnvMh/?utm_source=ig_web_copy_link
diakses pada 3 Mei 2019 pukul 8.24

[https://kumparan.com/@kumparannews/7-ustaz-yang-kondang-di-instagram-
abdul-somad-hingga-hanan-attaki](https://kumparan.com/@kumparannews/7-ustaz-yang-kondang-di-instagram-abdul-somad-hingga-hanan-attaki) diakses pada 3 Mei 2019 pukul 7.06

https://www.instagram.com/p/BofqZhwnvMh/?utm_source=ig_web_copy_link
diakses pada 3 Mei 2019 pukul 8.24

<https://www.instagram.com/felixsiauww/> diakses pada 3 Mei 2019 pukul 7.29

<https://www.viva.co.id/siapa/read/748-felix-siauww> diakses pada 2 Mei 2019 pukul
14.25

