

# **YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL**

**(Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bersholawat pada Video  
Youtube Wirda Mansur yang Berjudul "Sholawatin Aja!  
#NgajiBarengWirda")**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

**Disusun Oleh:**

**Indaha Zulfa Ulinuha**

**NIM 17102010034**

**Dosen Pembimbing:**

**Dra. Anisah Indriati, M.Si.**

**NIP. 19661226 199203 2 002**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2021**



### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1012/Un.02/DD/PP.00.9/06/2021

Tugas Akhir dengan judul : YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL ( Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bersolawat pada Video Youtube Wirda Mansur yang Berjudul "Sholawatn Aja #NgajiBarengWirda)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : INDAHA ZULFA ULINNUHA  
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010034  
Telah diujikan pada : Jumat, 25 Juni 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Dra. Anisah Indriati, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 60da90d5e232c



Penguji I  
Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 60da8c4a76e65



Penguji II  
Seiren Ikhtiara, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 60da838921e92



Yogyakarta, 25 Juni 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 60da9cccd088d

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr. wb.*

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

Nama : Indaha Zulfa Ulinuha  
NIM : 17102010034  
Judul Skripsi : **YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL  
(Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bersholawat pada Video  
Youtube Wirda Mansur yang Berjudul “Sholawatin Aja!  
#NgajiBarengWirda”)**

Sudah dapat diajukan kembali ke 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 Komunikasi dan Penyiaran Islam.

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

Yogyakarta, 18 Juni 2021

Mengetahui:

Ketia Program Studi



Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19840307 201101 1 013

Dosen Pembimbing Skripsi



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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indaha Zulfa Ulinnuha  
NIM : 17102010034  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (FDK)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL (ANALISIS RETORIKA DAKWAH AJAKAN BERSHOLAWAT PADA VIDEO YOUTUBE WIRDA MANSUR YANG BERJUDUL “SHOLAWATIN AJA! #NGAJIBARENGWIRDA”) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penulis siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Juni 2021  
Yang Menyatakan,



Indaha Zulfa Ulinnuha  
NIM. 17102010034

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indaha Zulfa Ulinnuha  
NIM : 1710210034  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (FDK)

Dengan ini saya menyatakan benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menuntut kepada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran ridha Allah SWT.

Yogyakarta, 12 Juni 2021  
Yang menyatakan,



Indaha Zulfa Ulinnuha  
NIM. 17102010034

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil 'alamin*

Segala puji bagi Allah atas segala nikmat dan karunianya yang tiada henti,  
hingga saya berhasil mencapai di titik ini.

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua, Ibu (LAIK KOMUSA' ADAH) dan Abah (ACIP SUPARMAN)  
yang selalu memberi dukungan terbaik dan doa yang tiada henti untuk saya,  
untuk saudara-saudara perempuan saya, Kakak (L'ULINNUHA RASYIDA),  
Adik (INDI AZIZI HAYYI' LANA dan IZZA KARIMATAN FITRIA)  
yang juga selalu menemani dalam suka maupun duka selama perjalanan  
pengerjaan skripsi ini.

Terimakasih banyak, telah membimbing dan memberikan pengalaman hidup yang  
sangat berharga.

## MOTTO

“Allah lagi, Allah dulu, Allah terus”

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, ia akan berhasil”

“Barangsiapa yang bersholawat kepadaku sekali, maka Allah akan bersholawat kepadanya sepuluh kali”<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> HR. Muslim, no. 408

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya, yang telah menuntun hambanya untuk menemukan jalan yang benar, yang telah menguatkan dan memotivasi hambanya untuk melewati segala ujian demi mencapai keberhasilan yang diimpikan. Alhamdulillah berkat limpahan kasih sayang-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL (Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bersholawat pada Video Youtube Wirda Mansur yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”)”. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang kita harapkan limpahan syafaatnya di hari akhir kelak. Amiin yaa robbal ‘aalamiin.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mahasiswa tingkat akhir untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari banyak pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu penyelesaian penyusunan skripsi ini. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya serta penghormatan setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.



3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
4. Dosen Penasehat Akademik, Ibu Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si. yang telah memberikan motivasi selama saya menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, semoga ibu selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dra. Anisah Indriati, M.Si. yang telah berkenan mengarahkan dan membimbing dengan penuh kesabaran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terimakasih atas bimbingannya semoga ibu selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta segenap staff TU yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bantuan, dan pelayanan administrasi dengan baik.
7. Teman-teman KPI 2017, terimakasih untuk segala cerita, pengalaman, dan pelajaran hidupnya selama ini.
8. Keluarga Besar Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD), khususnya teman-teman SUKA TV yang telah memberikan pengalaman hebat luar biasa yang tak terlupakan, yang telah membekali saya hingga saya bisa menerbangkan karir saya.
9. Sahabat seperjuangan, Khoirina Nur Auliya yang selalu setia menemani dalam suka duka sejak hari pertama PBAK hingga saat ini kita akan menyelesaikan skripsi bersama, yang selalu siap sedia untuk bertukar

pikiran dan dimintai pendapat dalam pengerjaan skripsi ini. Semoga segala urusannya selalu dimudahkan.

10. Teman-teman dan keluarga besar KKN Mandiri 102 Besowo yang selama satu bulan telah menjadi keluarga dekat dan memberikan pengalaman hebat. Arum, Heru, Ridwan, Damar, Hamdan, Zakaria, dan Aji.
11. Teman-teman Magang di Kanwil Kemenag DIY yang telah menjadi tim hebat yang saling melengkapi satu sama lain, Ina, Gama, Ken, Luthfi. Terimakasih untuk kerjasamanya.
12. Kakak tingkat yang senantiasa meluangkan waktunya untuk berkonsultasi, terimakasih Mba Ages (Syifagesti Hukma Nafila)
13. Orangtua alm. Moch. Sirojul Milal, orangtua kedua yang sudah saya anggap seperti orangtua sendiri, Mamah Purwati dan Bapak Dede Setiadi, serta adik Fadia Nur Azizah, yang telah memberikan banyak dukungan dan doa tak terputus untuk kelancaran skripsi saya. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
14. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu.

Semoga segala kebaikan, jasa, dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal jariyah di akhirat kelak, diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT, dimudahkan segala urusannya, dan segala apa yang diimpikan segera tercapai. Penulis berharap semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi

seluruh pembacanya, khususnya bagi penulis sendiri. Penulis sangat menyadari skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 2021

Penulis



Indaha Zulfa Ulinuha

NIM. 17102010034



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **ABSTRAK**

### **YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI ERA DIGITAL**

**(Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bersholawat pada Video Youtube Wirda Mansur yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”)**

Indaha Zulfa Ulinnuha, NIM. 17102010034, 2021. Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Digital (Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bersholawat pada Video Youtube Wirda Mansur yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”). Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan tentang bagaimana gaya retorika dakwah Wirda Mansur yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh yang digunakan dalam video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut teori yang digunakan adalah Teori Gaya Bahasa. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan deskriptif analitis. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Dan untuk teknik analisis datanya menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian gaya retorika dakwah Wirda Mansur menunjukkan adanya penggunaan gaya bahasa tak resmi, gaya bahasa percakapan, gaya sederhana, gaya mulia dan bertenaga, gaya menengah, klimaks, repetisi (epizeuksis, anafora, dan mesodiplosis). Gaya suaranya terdiri dari nada dan jeda yang bervariasi. Gaya gerak tubuhnya terdiri dari sikap badan, penampilan dan pakaian, ekspresi dan gerakan tangan, dan pandangan mata. Semua retorika dakwah yang terdiri dari gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh yang digunakan oleh Wirda Mansur bertujuan untuk menyadarkan, mempengaruhi, dan mengajak audiensnya agar senantiasa mengamalkan sholawat dalam kehidupan sehari-hari sebagaimana yang telah diperintahkan oleh Allah SWT.

Kata Kunci : Youtube, Media Dakwah, Retorika Dakwah, Sholawat, Wirda Mansur

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	10
1. Tujuan Penelitian .....	10
2. Manfaat Penelitian .....	11
D. Kajian Pustaka .....	12
E. Kerangka Teori .....	16
1. Teori Media Dakwah .....	16
2. Teori Gaya Bahasa.....	27
F. Metode Penelitian.....	41
G. Sistematika Pembahasan.....	46
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM KANAL YOUTUBE WIRDA MANSUR, PROGRAM #NGAJIBARENGWIRDA, DAN PROFIL WIRDA MANSUR .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Profil Kanal Youtube Wirda Mansur .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Profil Youtube Wirda Mansur .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Isi Secara Umum Kanal Youtube Wirda Mansur ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	



3. Deskripsi Video “Sholawatin Aja #NgajiBarengWirda” .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Profil Wirda Mansur .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III : ANALISIS RETORIKA DAKWAH AJAKAN BERSHOLAWAT WIRDA MANSUR DALAM VIDEO YOUTUBENYA YANG BERJUDUL “SHOLAWATIN AJA! #NGAJIBARENGWIRDA” .....</b>	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
A. Hasil Transkrip Retorika Dakwah Wirda Mansur dalam Video Youtube yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda” ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Analisis Retorika Dakwah Wirda Mansur dalam Video Youtube yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda” .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV : PENUTUP .....</b>	<b>124</b>
A. Kesimpulan .....	124
B. Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 2 Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Nada.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 3 Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4 Hasil Analisis Gaya Bahasa Repetisi .....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 5 Hasil Analisis Gaya Suara .....</b>	<b>98</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah menjadi kegiatan yang sudah tidak asing lagi bagi umat muslim di seluruh dunia. Bahkan dakwah menjadi sebuah kewajiban, bukan hanya kewenangan ulama. Setiap muslim bisa melakukan dakwah, karena dakwah bukan hanya ceramah agama.<sup>1</sup> Sejarah dakwah telah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW di mana beliau diutus oleh Allah SWT untuk mengajak umat-Nya memeluk agama Islam, menyeru pada kebaikan, dan menjauhi segala larangan. Seruan dakwah termaktub dalam firman Allah Q.S. An Nahl/16: 125 yang artinya,

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.*<sup>2</sup>

Secara bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*” yang mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menanggapi,<sup>3</sup> dan meratapi. Sedangkan menurut Abu Bakar Zakaria dakwah ialah usaha para ulama dan orang-

---

<sup>1</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 12.

<sup>2</sup> Al-Quran, 16:125. Semua terjemah ayat Al-Quran di skripsi ini diambil dari website Kementerian Agama, <https://quran.kemena.go.id/sura/16>, Diakses tanggal 12 April 2021.

<sup>3</sup>*Ibid.*, hlm. 5.

orang yang memiliki pengetahuan agama Islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan.<sup>4</sup>

Di era yang serba digital ini, dakwah disampaikan tidak hanya melalui tatap muka secara konvensional, tidak hanya melalui media cetak seperti koran atau majalah, tidak juga melalui media massa konvensional seperti televisi atau radio, melainkan sekarang sudah merambah ke jejaring yang lebih luas lagi yakni media sosial. Banyak platform yang bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah, seperti facebook, twitter, instagram, youtube, dan masih banyak lagi lainnya. Sehingga para da'i semakin mudah menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada mad'u. Dari sini banyak bermunculan da'i-da'iyah baru yang sebelumnya tidak begitu dikenal masyarakat luas. Pun banyak juga dari kalangan da'i-da'iyah kondang yang juga tidak mau ketinggalan zaman demi bisa menyampaikan materi dakwahnya secara lebih mudah, kapan pun dan dimana pun sehingga terasa semakin dekat dengan jamaahnya.

Berdasarkan survey dari *We are Social*, menyebutkan bahwa youtube merupakan media sosial nomor satu di Indonesia. Berdasarkan data yang ada ditemukan bahwa penduduk Indonesia yang aktif bermain media sosial mencapai 150 juta orang di tahun 2019. Dan dari beragam jenis media sosial yang ada, youtube menjadi platform yang paling sering diakses sebanyak 88% dari total pengguna media sosial. Kemudian disusul dengan whatsapp yang mencapai 83%

---

<sup>4</sup>*Ibid*, hlm. 9.

pengguna, facebook dengan 81% pengguna, instagram 80% pengguna, line 59% pengguna, dan twitter 52% pengguna. Kebanyakan pengguna media sosial di Indonesia masih tergolong berusia muda yakni sekitar 18-34 tahun atau sebesar 66%.<sup>5</sup> Tak heran jika saat ini banyak yang berbondong-bondong beralih ke media sosial terutama youtube, tak terkecuali tokoh agama sekalipun.

Sebagai media sosial berbasis video, domain *www.youtube.com* telah resmi mengudara sejak 14 Februari 2005 silam.<sup>6</sup> 15 tahun berjalan youtube mengalami berbagai macam perkembangan hingga akhirnya menjadi primadona banyak kalangan saat ini. Beragam konten tersedia di youtube, mulai dari musik, film, hiburan, *travelling*, kuliner, horor, *prank*, *tips and tricks*, *social experiment*, *games*, vlog, pendidikan, dan tidak kalah konten keagamaan pun juga merambah ke youtube. Namun tetap perlu diwaspadai, beredarnya konten negatif yang terbilang cukup banyak di youtube juga mengharuskan kita untuk lebih berhati-hati memilah konten seperti apa yang sepatutnya dikonsumsi dan dihindari.

Banyaknya pendakwah yang terjun ke youtube dengan menyajikan konten keagamaan menjadikan youtube sebagai salah satu media dakwah baru di era digital saat ini. Kehadiran konten agama terlebih agama Islam memberikan variasi baru dalam dunia per-*youtube*-an. Youtube memiliki pengaruh yang sangat besar sebagai media penyebaran dakwah, karena sifatnya yang fleksibel bisa diakses dimana saja

---

<sup>5</sup> Aria W. Yudhistira, "Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia", Katadata, 6 Maret 2019, <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/youtube-medsos-no-1-di-indonesia>, Diakses tanggal 22 November 2020.

<sup>6</sup> Ahmad Zaenudin, "Sejarah Youtube Merevolusi Layanan Video di Internet", Tirto, 14 Februari 2019, <https://tirto.id/sejarah-youtube-merevolusi-layanan-video-di-internet-dgFD>, Diakses tanggal 22 November 2020.



dan kapan saja tanpa ada batasan ruang dan waktu, dan sangat mudah menjangkau orang-orang di luar sana. Dengan begitu, konten agama di youtube memiliki peluang yang sangat besar untuk tersebar luas dengan harapan dapat menyampaikan pesan-pesan agamis dan diterima sebagaimana mestinya.

Konten berbasis agama Islam pun beragam jenisnya. Mulai dari video blog (vlog), musik religi, animasi, ceramah, ngaji, podcast, dan masih banyak lagi format lainnya. Berikut beberapa contoh kanal youtube di Indonesia yang berdedikasi untuk menyajikan konten islami di youtube, seperti *Syubbanul Muslimin* ((2,32 juta subscriber), *Oki Setiana Dewi* (1,49 juta subscriber), *Hanan Attaki* (1,67 juta subscribers), *Taqy Malik* (656.000 subscriber), *Zaky Mirza Official* (187.000 subscriber), *Ustadz Abdul Somad Official* (1,48 juta subscriber), *Gus Miftah Official* (603.000 subscriber), *Khalid Basalamah Official* (1,59 juta subscriber), *Nussa Official* (6,62 juta subscriber), *Sabyan* (5,16 juta subscriber), *Veve Zulfikar* (485.000 subscriber), *Syakir Daulay* (3,07 juta subscriber), *Wirda Mansur* (1,27 juta subscriber),<sup>7</sup> dan lain sebagainya.

Dari beberapa kanal youtube terkait konten agama di atas, terlihat banyaknya jumlah *subscriber* mereka yang mampu bersaing dengan konten-konten selain agama di luar sana. Terlihat juga untuk segmen religi ini masih banyak di dominasi oleh pendakwah senior. Hal ini menunjukkan bahwa mereka para da'i/da'iyah mencoba melebarkan sayapnya ke dunia digital untuk mempertahankan eksistensinya demi tetap mensyiarkan dakwah kepada khalayak.

---

<sup>7</sup> Youtube, <https://www.youtube.com>, Diakses tanggal 22 November 2020.

Untuk kalangan anak muda atau remaja yang mengambil segmen konten agamis atau religi di sini masih tergolong sedikit. Namun, patut diapresiasi karena mereka berani berbeda dibandingkan dengan kebanyakan youtuber sebayanya.

Dari banyaknya pendakwah yang sudah disebutkan di atas, di sini peneliti tertarik untuk menelaah lebih dalam lagi terkait kanal youtube Wirda Mansur. Seorang putri sulung dari da'i kondang tanah air, Ustadz Yusuf Mansur. Wirda menjadi salah satu pendakwah muda yang sukses dan cukup berpengaruh di Indonesia. Sosoknya yang gigih dan mandiri sejak kecil sering dijadikan contoh bagi anak-anak muda dalam mengejar impiannya. Wirda Mansur yang dikenal sebagai hafidzah 30 juz sejak ia berusia belasan tahun dan menjadi Duta Al-Quran di negeri Paman Sam, Amerika Serikat<sup>8</sup> ini berhasil mencuri perhatian masyarakat Indonesia sejak awal kemunculannya di televisi. Tak hanya itu, beragam prestasi bergengsi lainnya telah ia raih di usia yang sangat belia salah satunya menjadi Direktur Utama di PT Wirdamae Group Indonesia di saat usianya baru 18 tahun<sup>9</sup>. Wirda juga sering diundang sebagai pembicara dalam berbagai acara seminar dan *talkshow*. Hal ini lah yang menjadikan Wirda Mansur tetap eksis hingga kini, memiliki banyak penggemar, dan menjadi sosok panutan hingga *influencer* bagi kaum muda milenial. Tak berhenti disitu, Ia juga mencoba melebarkan sayapnya ke ranah youtube untuk pertama kali pada 4 Oktober 2015 dan mengunggah video

---

<sup>8</sup> Puput Akad Ningtyas Pratiwi, "6 Fakta Wirda Mansur, Putri Sulung Ustadz Yusuf Mansur yang Bergelar Direktur Utama di Usia 18 Tahun", Grid.id, 20 Mei 2019, <https://www.grid.id/read/041732596/6-fakta-wirda-mansur-putri-sulung-ustaz-yusuf-mansur-yang-bergelar-direktur-utama-di-usia-18-tahun>, Diakses tanggal 22 November 2020.

<sup>9</sup>*Ibid.*

pertamanya pada 21 Mei 2016 dengan nama kanal youtube “Wirda Mansur”.<sup>10</sup> Tetapi bukan konten dakwah yang pertama kali ia tampilkan. Dalam kanal youtubanya Wirda tidak selalu mengunggah konten religi di sana, sesekali ia mengunggah konten hiburan, *make up tutorial*, *travelling*, vlog, dll di kanalnya, namun sebagian besar video youtube yang dibagikannya tetap berisikan tentang muatan dakwah yang segmennya khusus ditujukan kepada anak-anak muda.

Wirda Mansur sangat dikenal oleh anak-anak muda dengan jargonnya *#SholawatinAja*. Ingin mendapatkan sesuatu *#SholawatinAja*, ingin menemukan jodoh yang pas *#SholawatinAja*, ingin punya rumah, punya mobil, bisnis sukses, dll di *#SholawatinAja*. Seringkali ia menggaungkan *#SholawatinAja* di platform apapun yang ia punya agar tersebar luas di masyarakat dengan tujuan memotivasi para pengikutnya untuk turut mengamalkan sholawat. Namun jelas tidak hanya “sholawat” yang diamalkan, Wirda juga menegaskan bahwa segala sesuatu yang ingin dicapai diperlukan usaha keras dan tekad yang kuat kemudian diiringi dengan “sholawat” dan amalan lainnya. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari peran sang ayah, Ustadz Yusuf Mansur yang juga selalu mengajarkan tentang pentingnya sholawat kepada keluarga dan jamaahnya.

Dalam Islam sendiri Allah swt menganjurkan umat manusia untuk bersholawat kepada Nabi Muhammad SAW. Hal ini telah termaktub dalam Q.S. Al-Ahzab/33 : 56 yang artinya,

---

<sup>10</sup> Youtube Wirda Mansur, <https://www.youtube.com/channel/UC1mFZuLNWsfLCXa5spjG7Ow/videos>, Diakses tanggal 22 November 2020.

*“Sesungguhnya Allah dan para malaikat-Nya bershalawat untuk Nabi. Wahai orang-orang yang beriman! Bershalawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam dengan penuh penghormatan kepadanya”*.<sup>11</sup>

Maksud dari terjemahan ayat tersebut ialah, menurut Abul Aliyah yang dimaksud Allah bersholawat atas Nabi ialah memuji Nabi Muhammad di hadapan para malaikat, sedangkan yang dimaksud malaikat bershalawat untuk Nabi Muhammad ialah mendoakannya.<sup>12</sup> Wirda Mansur disini sangat mengagungkan sholawat dan tidak henti-hentinya mengajak para pengikutnya untuk ikut serta bukan tanpa alasan. Banyak sekali manfaat dan hikmah yang telah dijanjikan oleh Allah SWT jika umat-Nya gemar melantunkan sholawat diantaranya, menjalankan perintah Allah, mendapatkan sepuluh kali sholawat dari Allah dan malaikat, bershalawat atas Nabi menjadi salah satu penyebab nama seseorang disebutkan di sisi Rasulullah, dapat menumbuhkan rasa cinta terhadap Rasulullah, mendapatkan jaminan akan diampuni dosa-dosanya, kesempatan untuk mendapatkan syafaat Rasulullah, jika berdoa dengan diiringi membaca shalawat maka akan dikabulkan, dengan melantunkan sholawat akan menghidupkan majelis, bersholawat dapat menghindarkan diri dari sifat kikir, sholawat dapat menuntun ke surga, bersholawat untuk meraih keberkahan, bersholawat menjadi sebab diturunkannya rahmat Allah, dengan sholawat maka akan dimudahkan dalam meraih hidayah Allah, bersholawat

---

<sup>11</sup> Al-Quran, 33:56. Semua terjemah ayat Al-Quran di skripsi ini diambil dari website Kementerian Agama <https://quran.kemenag.go.id/sura/33>, Diakses tanggal 12 April 2021.

<sup>12</sup> Syahatah Muhammad Shaqr, *Utamakan Shalawat*. terj. Sarwendi M. Amin Hasibuan (Solo : AQWAM MEDIA PROFETIKA, 2007), hlm. 15.

sama halnya dengan berdzikir dan bersyukur atas karunia Allah, dan masih banyak lagi hikmah dan manfaat lain yang bisa didapatkan melalui sholat.<sup>13</sup>

Dari situlah, Wirda mencoba menggaet *subscribers*-nya yang rata-rata masih berusia belia untuk turut serta mengamalkan sholat dalam kehidupan sehari-hari karena manfaatnya yang telah dirasakan sangat banyak. Dari *campaign* #SholawatinAja yang ia gaungkan timbul beragam *feedback* dari para pengikutnya baik berupa pertanyaan lebih jauh mengenai sholat maupun seputar berbagi pengalaman pribadi sholat pada pengikutnya di luar sana. Dari situlah Wirda tidak ingin menikmati manfaat sholat sendirian, oleh karenanya ia membuat video yang berdurasi cukup panjang sekitar 10 menit 56 detik berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”<sup>14</sup> khusus membahas tentang sholat setelah banyaknya *request* yang masuk untuk membahas sholat lebih detail lagi. Video tersebut kemudian diunggah ke kanal youtube pribadinya agar ajakan tersebut semakin tersampaikan kepada khalayak umum dan menjadi ladang untuk ia menyebarkan dakwah.

Di sini Wirda tidak hanya berbicara secara keilmuan, namun juga menceritakan bukti-bukti yang telah ia alami dari dahsyatnya sholat. Dalam video tersebut Wirda juga berhasil menarik perhatian lewat cara bertutur katanya yang dinilai mampu mempengaruhi dan menghipnotis banyak masyarakat. Berangkat dari konsep islami pada kanal youtube Wirda Mansur tersebut, peneliti

---

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm. 33-51.

<sup>14</sup> Wirda Mansur, “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”, <https://www.youtube.com/watch?v=gEdKJytV39s&t=80s>, Diakses tanggal 22 November 2020..



berupaya untuk mencari tahu dan menjelaskan bagaimana cara Wirda Mansur berdakwah melalui media sosial youtubanya dengan menggunakan retorika yang mencakup bagaimana menciptakan, mengatur pesan, gaya ceramah, penyampaian dan ingatannya. Karena selama ini Wirda dikenal sebagai pendakwah muda yang berhasil menginspirasi banyak remaja karena gaya bicaranya yang gaul dan kekinian, sehingga dirasa cocok oleh audiensnya.

Selain itu, apa yang dibagikan Wirda dalam videonya telah memberikan banyak *impact* positif terhadap para pengikutnya yang juga ikut mempraktikkan apa yang Wirda sampaikan. Banyak dari para *subscriber* youtubanya yang memberikan testimoni di kolom komentar. Hal ini jelas membuat Wirda merasa semakin dekat dengan para *subscriber*-nya, sehingga diharapkan hal baik ini akan terus membawa keberlangsungan dakwah kepada masyarakat khususnya anak-anak muda kaum milenial. Maka dari itu sosial media youtube ini dirasa sangat cocok sebagai salah satu bentuk media dakwah modern di era yang serba digital ini.

Dari apa yang dijelaskan di atas, maka dari itu penulis tertarik untuk memilih kanal youtube Wirda Mansur dan melakukan penelitian secara mendalam pada kanal youtube tersebut dengan judul : *Youtube sebagai Media Dakwah di Era Digital (Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bershawat pada Video Youtube Wirda Mansur yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”)*.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gaya bahasa retorika dakwah Wirda Mansur dalam video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda” ?
2. Bagaimana gaya suara retorika dakwah Wirda Mansur dalam video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda” ?
3. Bagaimana gaya gerak tubuh retorika dakwah Wirda Mansur dalam video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda” ?

## C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah penelitian yang diangkat yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana gaya bahasa retorika dakwah Wirda Mansur dalam video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja #NgajiBarengWirda”

- b. Untuk mengetahui bagaimana gaya suara retorika dakwah Wirda Mansur dalam video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja #NgajiBarengWirda”
- c. Untuk mengetahui bagaimana gaya gerak tubuh retorika dakwah Wirda Mansur dalam video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja #NgajiBarengWirda”

## **2. Manfaat Penelitian**

### a. Secara teoretik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai pengembangan wawasan khususnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang retorika dakwah atau gaya bahasa.

### b. Secara praktik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan pandangan mengenai bagaimana macam-macam retorika dakwah atau gaya bahasa yang terdiri dari 3 jenis, yakni gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh. Untuk kemudian kedepannya dapat dijadikan acuan bagi para pendakwah yang akan datang disesuaikan dengan ciri khas masing-masing ataupun dapat dijadikan rujukan bagi penelitian yang serupa.

#### D. Kajian Pustaka

Demi menghindari adanya duplikasi atau plagiarisme terhadap karya penelitian ilmiah lain, di sini peneliti mencoba mengkaji beberapa hasil penelitian terdahulu yang sekiranya relevan dengan penelitian penulis. Di sini penulis tidak menemukan penelitian yang membahas tokoh Wirda Mansur, sehingga penulis tetap mengambil tokoh lain yang penelitiannya berkaitan dengan retorika. Berikut ini hasil penelitian yang mengkaji tentang retorika dakwah:

1. **Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” di Indosiar**, oleh Ahmad Zaini pada Jurnal *Ilmu Dakwah : Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 11, No. 2 : (2017), 219-234. Dalam jurnal tersebut, peneliti mencoba menjabarkan tentang retorika dakwah yang disampaikan oleh Mamah Dedeh dalam media televisi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran retorika dakwah yang diterapkan oleh Mamah Dedeh. Disini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif berdasarkan teori kanon retorika gagasan Aristoteles. Adapun hasil penelitian yang didapat yakni, secara umum menunjukkan bahwa Mamah Dedeh telah menerapkan teori kanon retorika dalam dakwahnya, seperti penemuan (*invention*), pengaturan (*arrangement*), gaya (*style*), penyampaian (*delivery*), dan ingatan (*memory*).
2. **Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube**, oleh Regi Raisa Rahman, Atjep Mukhlis, Acep Aripudin, pada jurnal *Tabligh : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1 : (2019), 45-64. Dalam

jurnal tersebut menjelaskan pesatnya perkembangan media sosial sehingga dapat digunakan sebagai sarana dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan mengkonstruksi proses penyusunan retorika dakwah Ustadz Evie Effendi di kanal youtubanya yang bertemakan “Rek Kitu Wae”. Peneliti menggabungkan dua teori, yakni teori retorika Aristoteles tentang seni berbicara untuk mempengaruhi orang lain dan teori retorika Jalaludin Rakhmat tentang prinsip penyampaian pidato. Sedangkan untuk metode yang diterapkan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitiannya yakni gaya bahasa yang digunakan Ustadz Evie Effendi meliputi, *ta’lim* dan *tarbiyah* (pengajaran dan pendidikan), *tazkir* dan *tanbih* (peringat dan penyegaran kembali), *targhib* dan *tabsyir* (penggambaran amal sholeh dan penampilan berita pahala), *tarhib* dan *inzar* (menakut-nakuti dan menyampaikan berita siksa), *qashash* dan *riwayat* (penampilan kisah atau cerita masa lalu), serta *amar* dan *nahi* (perintah dan larangan). Kemudian untuk humor yang diterapkan adalah humor *exaggeration*, parodi, *burlesque*, dan belokan mendadak.

- 3. Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny**, oleh Asep Saeful Millah, Dindin Solahudin, dan Bahrudin, pada jurnal *Tabligh : Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 3, No. 2 : (2018), h. 172-189. Dalam jurnal ini peneliti meneliti mubaligh muda, Ustadz Handy Bonny. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya bahasa, diksi, intonasi, dan gagasan retorika yang dikemukakan oleh Ustadz Handy Bonny. Teori yang dijadikan landasan

dalam penelitian ini adalah teori retorika dan teori dakwah. Metode penelitian yang diterapkan menggunakan metode deskriptif studi kasus, yakni eksplorasi mendalam dari sistem terikat. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika dakwah yang diterapkan Ustadz Handy Bonny mampu menarik perhatian dan memikat jamaah yang mendengarkan ceramahnya.

4. **Retorika Dakwah Ustadz Abdul Shomad (Analisis Wacana terhadap Youtube Ustadz Abdul Shomad)**, oleh Puspa Chika Steviasari, pada skripsi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah Ustadz Abdul Shomad dalam berceramah. Di sini menggunakan teknik analisis wacana dengan metode penelitian analisis isi kualitatif. Model yang digunakan adalah model Teun A. Van Dijk, yang mana penelitian wacana tidak terbatas pada teks semata, tetapi juga bagaimana suatu teks diproduksi. Untuk jenis penelitian ini tergolong dalam studi kepustakaan (*library research*). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis isi. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa retorika dakwah Ustadz Abdul Shomad di youtube menggunakan beberapa teknik retorika, seperti persuasif, rekreatif, dan logos.

5. **Gaya Retorika Dakwah Il & Al dalam Tajuk “Jangan Takut Miskin” pada Ajang AKSI Asia 2108**, oleh Wahyu Dini Prastiti pada skripsi



Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018. Dalam skripsi ini, menjelaskan program acara televisi Aksi Asia yang membahas religi keislaman selama bulan ramadhan. Penelitian ini difokuskan untuk menjawab bagaimana gaya retorika dakwah Il dan Al yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh yang digunakan dalam tajuk “Jangan Takut Miskin” pada ajang AKSI Asia 2018. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode deskriptif analitis. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu gaya retorika dakwah Il dan Al menggunakan gaya bahasa tidak resmi, gaya bahasa percakapan, gaya sederhana, gaya menengah, *paralelisme*, *repetisi*. Untuk gaya suara mereka terdiri dari nada dan jeda yang variatif. Sedangkan untuk gaya gerak tubuh beraneka ragam meliputi sikap badan, penampilan dan pakaian, ekspresi dan gerakan tangan, dan pandangan mata.

Dari tinjauan pustaka di atas masing-masing penelitian memiliki fokus yang berbeda-beda. Begitu juga jika dibandingkan dengan penelitian ini, dimana persamaannya yakni sama-sama meneliti tentang retorika dakwah seorang da'i namun mengenai apa yang dibahas jelas berbeda. Dalam penelitian ini penulis memilih tokoh Wirda Mansur yang nantinya akan dianalisis mengenai retorika dakwah yang digunakan. Karena Wirda Mansur juga merupakan tokoh pendakwah idola remaja yang sangat terkenal dan berpengaruh. Gayanya yang sangat modern namun tetap islami menjadi inspirasi banyak anak muda dalam mengaplikasikan

ajaran agama. Gaya bahasa gaul yang ia gunakan pun menjadi daya tarik tersendiri terlebih dengan logat khas betawinya yang membuat Wirda semakin terlihat adanya dan digemari banyak orang.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Teori Media Dakwah**

#### **a. Unsur-Unsur Dakwah**

Berbicara tentang dakwah tentu tidak bisa dijauhkan dari unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah ini selalu melekat dengan kegiatan dakwah karena jika tidak ada salah satu, maka kegiatan tersebut tidak dapat disebut dakwah. Unsur-unsur dakwah di antaranya, da'i (subjek dakwah), mad'u (objek dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode dakwah), dan atsar (efek dakwah). Berikut ini penjelasan singkatnya:<sup>15</sup>

#### **1) Da'i (subjek dakwah)**

Da'i adalah orang yang menyampaikan dakwah secara lisan, tulisan, atau perbuatan baik secara mandiri, kelompok, organisasi, lembaga, dan lain sebagainya. Da'i juga sering disebut dengan "Mubaligh". Da'i menjadi unsur dakwah yang terpenting, karena jika tidak ada da'i Islam hanya akan menjadi sebuah ideologi yang tak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Sebaik apapun ideologi Islam yang harus disebarkan kepada masyarakat

---

<sup>15</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya : Pena Salsabila, 2013), hlm. 58-83.

luas, maka ideologi tersebut hanya akan tetap menjadi ide, hanya akan tetap menjadi cita-cita yang tidak pernah terwujud apabila tidak ada satupun manusia yang mau menyebarkannya. Da'i juga sangat berpengaruh atas keberadaan media dakwah karena hampir semua media dakwah bergantung pada keahlian seorang da'i tidak hanya pada operasional media, namun juga wawasan dan seni dalam penerapan media tersebut.<sup>16</sup>

## **2) Mad'u (objek dakwah)**

Mad'u adalah sasaran dakwah atau penerima dakwah baik itu bersifat individu maupun kelompok, baik yang beragama Islam maupun non-Islam. Untuk mad'u yang belum beragama Islam, kegiatan dakwah bermaksud untuk mengajak mereka mempelajari agama Islam, sedangkan untuk mereka yang sudah memeluk agama Islam dakwah bermaksud untuk meningkatkan kualitas iman, islam, dan ihsan.

## **3) Maddah (materi dakwah)**

Maddah ialah isi pesan atau materi dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Dalam hal ini sangat jelas bahwa yang menjadi materi dakwah tentu saja ajaran keislaman. Karena ajaran Islam itu sendiri sangat luas dan semuanya dijadikan sebagai materi dakwah yang dikemas kedalam tiga topik utama, yaitu aqidah, syari'ah, dan akhlak. Ajaran Islam yang menjadi materi dakwah semuanya bersumber dari Al-Qur'an dan Al-

---

<sup>16</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 366.

Hadits. Seorang da'i harus selalu berusaha dan terus mempelajari sumber-sumber utama agama Islam tersebut dan kitab-kitab penunjang lainnya, serta mempelajari keadaan sosial dimanapun ia berada agar tidak menjadi seorang da'i yang kekurangan materi dan monoton bagi mad'u. Semakin berlimpah keilmuan seorang da'i maka akan semakin mengangkat derajat reputasi da'i itu sendiri.

#### 4) Wasilah (media dakwah)

Wasilah adalah alat yang digunakan untuk menyalurkan materi dakwah ajaran Islam kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam dapat menggunakan berbagai media. Gerlach dan Ely menyebutkan secara umum media meliputi manusia, materi, dan lingkungan yang mengakibatkan orang lain mendapat wawasan, keterampilan, atau sikap. Demikian juga saat Rasulullah SAW memberi nasihat kepada sahabat yang menemuinya, maka Rasulullah SAW merupakan media dakwah itu sendiri.<sup>17</sup>

Dalam Ilmu Komunikasi, media diklasifikasi menjadi tiga jenis, diantaranya media terucap, media tertulis, dan media dengar pandang. Media terucap (*the spoken words*), ialah alat yang mampu menghasilkan bunyi seperti radio, telepon, dll. Media tertulis (*the printed writing*), ialah media berbentuk tulisan atau cetakan seperti buku, majalah, pamflet, surat kabar, lukisan, gambar, dll. Dan terakhir media dengar pandang (*the audio*

---

<sup>17</sup>*Ibid*, hlm. 345.

*visual*), ialah media bermuatan gambar bergerak yang dapat dilihat dan didengar seperti televisi, film, video, dll<sup>18</sup>

Selain itu jenis media dakwah juga dikelompokkan menjadi dua bagian, diantaranya media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi).

##### **5) Thariqah (metode dakwah)**

Thariqah dakwah selalu berkaitan erat dengan wasilah dakwah. Jika wasilah dakwah merupakan media atau alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam, maka thariqah ini merupakan metode atau cara dalam menyampaikan dakwah ajaran Islam. Dakwah selalu membutuhkan metode supaya penyampaian materi lebih mengena dan mudah diterima oleh sasaran dakwah. Metode yang ditentukan pun juga harus tepat, agar Islam dapat dimengerti dengan tepat dan menghasilkan pencitraan Islam yang tepat pula.<sup>19</sup>

Banyak metode dakwah yang disebutkan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits, namun secara garis besar dibagi menjadi tiga pokok metode dakwah, yaitu hikmah, mau'idhah hasanah, dan mujadalah. Hikmah, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dan disesuaikan dengan kemampuan mereka, sehingga tidak merasa keberatan dan tidak ada unsur paksaan. Selanjutnya adalah Mau'idhah Hasanah, yaitu

---

<sup>18</sup>*Ibid*, hlm. 348.

<sup>19</sup>*Ibid*, hlm. 307.

berdakwah dengan memberikan nasehat atau menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kasih sayang sehingga dapat menyentuh hati para sasaran dakwah. Dan terakhir Mujadalah, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau berdebat dengan baik-baik tanpa memberi tekanan atau menjelek-jelekan orang yang menjadi sasaran dakwahnya.<sup>20</sup>

#### 6) **Atsar (efek dakwah)**

Setiap aksi akan menimbulkan reaksi. Hal tersebut sudah menjadi hukum alam. Begitupun dengan kegiatan dakwah. Apabila kegiatan dakwah selesai dilakukan oleh seorang da'i dengan materi, media, dan metode dakwah tertentu, selanjutnya akan muncul respon atau efek atau *feedback* pada diri mad'u. Dakwah juga ditujukan untuk mengajak perubahan pada diri mad'u melalui tiga aspek penting, diantaranya aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*), dan aspek perilaku (*behavioral*). Jalaluddin Rahmat mengemukakan tiga proses perubahan perilaku yang bisa terjadi pada diri mad'u, diantaranya: efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral.

Efek kognitif berhubungan dengan perubahan terhadap apa saja yang diketahui, dimengerti, atau dipersepsi oleh publik. Efek ini berhubungan dengan penyebaran wawasan, keterampilan, kepercayaan, dan informasi. Efek afektif muncul jika ditemukan perubahan terhadap apa saja

---

<sup>20</sup> Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu*, hlm. 80-81.



yang dirasakan, digemari, atau dibenci oleh publik, yang mencakup segala sesuatu terkait dengan emosi, sikap, dan nilai. Efek behavioral merujuk pada sikap nyata yang dapat diperhatikan, seperti pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.<sup>21</sup>

### **b. Pengertian Media Dakwah**

Pada penelitian ini, peneliti mengambil salah satu unsur dakwah sebagai fokus penelitian, yakni pada unsur wasilah atau media dakwah. Secara harfiah, media berasal dari bahasa Latin *medius* yang memiliki arti perantara, tengah, atau pengantar. Sedangkan dalam bahasa Inggris *media* menjadi bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dan dalam bahasa Arab media disebut dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasal* yang berarti alat atau perantara. Dari beberapa pengertian bahasa tersebut ahli komunikasi merumuskan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi dari pengirim pesan untuk kemudian disampaikan kepada penerima pesan. Berikut ini definisi media dakwah yang dikemukakan oleh beberapa ahli:<sup>22</sup>

- 1) Abdul Kadir Munsyi, media dakwah merupakan alat yang menjadi perantara untuk menghubungkan ide atau konsep dengan umat.
- 2) Asmuni Syukir, media dakwah merupakan segala hal yang dapat difungsikan sebagai alat untuk meraih target dakwah yang telah ditentukan.

---

<sup>21</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 390.

<sup>22</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 345-346.

- 3) Mira Fauziyah, media dakwah merupakan sarana berdakwah yang bertujuan untuk memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada mad'u agar lebih efisien.

Media adalah segala bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Jadi dalam pengertian lain, media adalah alat atau sarana yang difungsikan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.<sup>23</sup> Media menjadi sangat penting keberadaannya karena jika tidak ada media, mustahil pesan dakwah akan tersampaikan kepada khalayak.

Sedangkan dakwah adalah suatu aktifitas, seruan, atau ajakan penyampaian ajaran Islam kepada umat manusia dalam bentuk lisan, tulisan, dan tingkah laku baik secara langsung maupun tidak langsung menggunakan strategi yang menarik agar dapat mempengaruhi khalayak untuk mempelajari agama Islam lebih lanjut. Menurut Syekh Adam 'Abdullah al-Aluri pengertian dakwah adalah menunjukkan akal manusia dan membuka pandangannya terhadap keyakinan yang berguna dan kebaikan yang bermanfaat. Dakwah juga mengajak untuk menyelamatkan manusia dari kebutaan, kesesatan, dan penyimpangan yang akan menjatuhkannya atau dari kemaksiatan yang selalu mengelilinginya.<sup>24</sup>

Seperti yang telah disebutkan diatas bahwasanya metode dakwah tidak bisa terlepas dengan media dakwah, untuk itu Zulkiple Abdul Ghani memaparkan secara rinci pembagian media dakwah, diantaranya:<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta : DeePublish, 2018), hlm. 71.

<sup>24</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 10.

<sup>25</sup> Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, hlm. 99-107.

- 1) *Dakwah melalui saluran lisan*, yaitu kegiatan dakwah yang mana da'i secara langsung menyampaikan materi dakwahnya kepada mad'u melalui lisan atau ucapan. Contoh : khutbah, mauidhoh hasanah, ceramah, diskusi, perkuliahan, dan lain sebagainya yang dilakukan secara langsung atau tatap muka.
- 2) *Dakwah melalui saluran tertulis*, yaitu kegiatan dakwah yang disalurkan melalui tulisan. Contoh : buku, majalah, buletin, surat kabar, tabloid, *quotes*, dll.
- 3) *Dakwah melalui alat visual*, yaitu kegiatan dakwah yang dilakukan menggunakan alat-alat yang mampu dilihat dan dinikmati oleh mata manusia. Contoh : lukisan, poster, foto, kaligrafi, karikatur islami, dll.
- 4) *Dakwah melalui alat audio*, yaitu kegiatan dakwah yang dapat dinikmati melalui indra pendengar, hasil akhirnya hanya berupa suara. Contoh : radio, podcast, dll.
- 5) *Dakwah melalui alat audio visual*, yaitu kegiatan dakwah yang disampaikan menggunakan alat yang dapat dinikmati melalui indra pendengaran dan penglihatan. Dakwah melalui audio visual ini bisa disampaikan secara tersirat maupun tersurat. Contoh : televisi, film, teater, dan sosial media; youtube, instagram, facebook, dll.
- 6) *Dakwah melalui keteladanan*, yaitu kegiatan dakwah yang ditunjukkan melalui perbuatan yakni percontohan atau keteladanan langsung dari seorang da'i.

Sedangkan menurut Dr. Hamzah Ya'qub, media dakwah dibagi menjadi lima macam diantaranya lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. Berikut penjelasannya:<sup>26</sup>

- 1) *Lisan*, lisan menjadi wasilah dakwah yang paling sederhana karena hanya menggunakan lidah dan suara. Dakwah yang menggunakan wasilah ini cukup beragam seperti pidato, tausiyah, kuliah, ceramah, bimbingan, penyuluhan, dan lain sebagainya.
- 2) *Tulisan*, wasilah dakwah yang satu ini memanfaatkan tulisan sebagai perantaranya. Tulisan yang biasa digunakan sebagai media dakwah diantaranya buku majalah, brosur, surat menyurat, surat kabar, spanduk, flash card, dan lain sebagainya.
- 3) *Lukisan*, saluran dakwah yang bisa digunakan selanjutnya berupa lukisan. Bagi para da'i yang menyukai hal-hal berbau seni, lukisan ini bisa menjadi alternatif media dalam menyampaikan dakwahnya. Lukisan pun banyak macamnya, bisa dengan gambar, karikatur, desain, vektor, kaligrafi, dan lain sebagainya.
- 4) *Audio Visual*, merupakan alat dakwah yang mampu merangsang indera pendengaran atau penglihatan atau kedua-duanya. Media ini tergolong lebih modern karena keterlibatan teknologi yang ada di dalamnya, seperti radio, televisi, film, *Over Head Projector*, media sosial, dan sebagainya.

---

<sup>26</sup>Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu*, hlm. 77.

- 5) *Akhlak*, akhlak disini berupa perbuatan-perbuatan nyata sebagai bentuk pencerminan ajaran Islam yang dapat diamati, dimengerti, dan ditiru oleh mad'u.

Pada dasarnya dakwah dapat dilakukan melalui media apapun yang dapat merangsang indra manusia dan mampu menimbulkan perhatian sehingga dakwah dapat diterima oleh masyarakat. Semakin cepat dan efektif media yang digunakan maka akan semakin efektif pula upaya penyampaian ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.<sup>27</sup> Media dakwah juga akan berfungsi secara efektif jika seorang da'i dapat menyesuaikan dengan tepat antara objek dakwah, pesan dakwah, metode dakwah, dan media dakwah sehingga menjadi satu kesatuan yang selaras. Walaupun media dakwah bukan satu-satunya penentu utama bagi kegiatan dakwah, namun perlu diketahui bahwa media dakwah ikut serta memberikan andil besar untuk kesuksesan dakwah. Seorang da'i juga perlu mengetahui karakteristik media agar dapat menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan jenis media dan mad'unya.<sup>28</sup>

Kegiatan dakwah di era perkembangan teknologi dan informasi saat ini tidak hanya mempertahankan penggunaan media tradisional seperti ceramah dan pengajian secara langsung, namun juga bergerak cepat mengikuti perkembangan zaman dan memanfaatkan sebaik mungkin teknologi yang ada. Dengan teknologi yang semuanya serba digital ini, media dakwah juga turut berkembang pesat. Terlebih media massa yang memiliki jangkauan komunikasi dengan pengaruh

---

<sup>27</sup>*Ibid.*

<sup>28</sup> Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*, hlm. 366-367.

sosial yang cukup besar. Banyak platform digital yang kini bisa di konsumsi oleh masyarakat luas dengan mudah hanya berbekal gawai.

### **c. Youtube Sebagai Media Dakwah**

Youtube adalah alat komunikasi massa yang belakangan ini berkembang sangat pesat. Youtube merupakan platform yang bisa dinikmati oleh indera penglihatan dan indera pendengaran. Di sana semua orang dari semua kalangan bisa membuat konten apapun untuk menarik perhatian audiens, tidak terkecuali dengan konten dakwah. Sesuai dengan misinya, youtube memberikan kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang. Youtube meyakini bahwa setiap orang berhak berekspresi dan berkreasi untuk kemudian dibagikan dan ditonton oleh jutaan pengguna youtube di dunia, yang nantinya akan menjadi tempat yang lebih baik jika sama-sama bersedia mendengar, berbagi, dan membangun komunitas melalui kisah-kisah yang dimiliki.<sup>29</sup> Kelebihan yang dimiliki oleh youtube adalah karena youtube identik dengan jiwa muda, fleksibel, modern, kekinian, dan canggih. Sehingga banyak para da'i/da'iyah yang memilih youtube sebagai sarana berdakwah, agar materi yang disampaikan dapat tersebar dengan luas dalam waktu yang singkat, dan menjangkau semua kalangan. Dakwah melalui youtube juga dirasa lebih sederhana dan praktis karena bisa dilakukan dimana saja, bahkan di rumah sekalipun.

---

<sup>29</sup> Youtube, <https://www.youtube.com/intl/id/about/>. Diakses pada tanggal 12 Februari 2021.



Youtube merupakan salah satu media sosial yang memiliki efek luar biasa dalam menyampaikan dan mempengaruhi kajian dakwah bagi para penontonnya. Hal ini juga selaras dengan nilai kebebasan youtube dalam mendapatkan informasi, yaitu video merupakan media yang paling berpotensi untuk pendidikan, membangun pemahaman, dan mendokumentasikan peristiwa di dunia, baik besar maupun kecil.<sup>30</sup> Dilihat dari banyaknya respon positif melalui fitur kolom komentar yang disediakan oleh youtube, bahkan tak jarang, banyak dari para penonton yang memberikan testimoni atau *feedback* terhadap apa yang telah disampaikan oleh para da'i, dan beramai-ramai mengikuti *challenge* bernuansa keislaman yang kerap diadakan oleh seorang dai itu sendiri, sehingga membuktikan bahwa youtube sangat kuat dalam mempengaruhi sikap, perasaan, dan tindakan penontonnya. Berdasarkan hal tersebut, dakwah dan youtube merupakan dua hal yang sangat berkaitan. Dakwah sebagai sebuah proses komunikasi tentu memerlukan sebuah media untuk menyampaikan pesan kepada audien, sedangkan youtube bisa digunakan sebagai salah satu alat media komunikasi, maka youtube merupakan salah satu dari media dakwah.

## 2. Teori Gaya Bahasa

Retorika berasal dari bahasa Inggris, "*rhetoric*" dan bersumber dari bahasa Latin "*rhetorica*" yang berarti ilmu berbicara. Istilah retorika diperkenalkan pertama kali oleh Aristoteles (384 - 322 SM) yang kemudian menyebar luas dan

---

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

digunakan di berbagai bidang.<sup>31</sup> Retorika memiliki makna sempit sebagai seni berbicara, sedangkan secara luas makna retorika mencakup penggunaan bahasa baik secara lisan maupun tulisan.<sup>32</sup> Esensi retorika sendiri adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh pembicara (pada bahasa lisan) dan penulis (pada bahasa tulisan) dalam memilih bentuk ungkapan yang dinilai paling efektif untuk menarik perhatian pendengar maupun pembaca. Untuk itu, hakikat retorika adalah kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan bahasa sebagai alatnya.<sup>33</sup> Sebagai seorang pembicara penting baginya untuk mempelajari ilmu retorika ini agar para audiens bisa tertarik dan tidak merasa bosan mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan dan tidak berhenti sampai disitu namun juga mengaplikasikannya di kehidupan sehari-hari. Itulah pentingnya sifat persuasi yang ada dalam retorika.

Dalam ilmu retorika, gaya khususnya gaya bahasa dikenal dengan istilah *style*. *Style* merupakan ciri khas penceramah ketika menyampaikan suatu pesan kepada para pendengar atau audiens. Biasanya gaya atau *style* ini berupa gerakan tangan, gerakan anggota tubuh, mengerutkan kening, arah pandang, irama suara, pemilihan kata, melihat persiapan, membuka lembaran buku, persiapan, dan sebagainya.<sup>34</sup> Sedangkan menurut Gorys Keraf dalam bukunya dijelaskan bahwa

---

<sup>31</sup> Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal. *Buku Ajar Retorika*, (Banten : CV. AA. Rizky, 2020), hlm. 2.

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> *Ibid*, hlm. 7.

<sup>34</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya : Al-Ikhlas, 1983), hlm. 118-119.

gaya merupakan suatu bentuk ekspresi dalam mengungkapkan diri sendiri baik melalui bahasa, tingkah laku, penampilan, dan lain sebagainya.<sup>35</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diidentifikasi bahwa macam-macam gaya retorika yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi :

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara untuk menggunakan bahasa. Gaya bahasa lebih menekankan kepada penggunaan bahasa yang disampaikan, seperti pemilihan diksi yang tepat sesuai dengan materi yang disampaikan. Gaya bahasa yang baik mencakup tiga unsur diantaranya kejujuran, sopan santun, dan menarik. Berikut ini beberapa jenis gaya bahasa:<sup>36</sup>

1) Gaya Bahasa berdasarkan Pilihan Kata

Gaya bahasa ini membicarakan tentang ketepatan atau kesesuaian kata ketika berada di posisi tertentu dalam kalimat atau ketika menghadapi situasi tertentu. Gaya bahasa ini dibagi lagi menjadi tiga kategori, diantaranya:

- a) Gaya Bahasa Resmi, Gaya bahasa yang digunakan dalam acara-acara resmi, seperti amanat kepresidenan, berita negara, pidato penting, khutbah mimbar, artikel yang serius, atau esai yang berisikan subjek penting, dll. Contoh: gaya bahasa resmi yang terdapat dalam pembukaan UUD 1945.

---

<sup>35</sup> Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 113.

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 117.

- b) Gaya Bahasa Tak Resmi, Gaya bahasa yang bersifat standar, biasa digunakan dalam kesempatan yang tidak begitu formal, sangat umum, dan normal bagi kaum terpelajar. Gaya ini juga biasa digunakan dalam karya tulis, buku pegangan, artikel perkuliahan, editorial, dll.
- c) Gaya Bahasa Percakapan, Gaya bahasa yang lebih santai biasa digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Gaya ini menggunakan kata-kata populer dan percakapan yang biasanya ditambahkan segi morfologis dan sintaksis.

## 2) Gaya Bahasa berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasar nada ini muncul karena sugesti yang terpancar dari rangkaian kata yang telah disusun. Sugesti ini akan menjadi nyata apabila diikuti sugesti suara dari pembicara. Gaya bahasa ini dibagi lagi menjadi tiga kategori sebagai berikut:

- a) Gaya Sederhana, Gaya sederhana cocok digunakan ketika memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, penyampaian fakta, pembuktian, dan sejenisnya.
- b) Gaya Mulia dan Bertenaga, Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan energi karena biasa digunakan untuk menggerakkan emosi setiap pendengar melalui nada keagungan dan kemuliaan. Contoh : khutbah tentang kemanusiaan, kesusilaan, keagamaan, dan ketuhanan biasa dibawakan dengan nada yang agung dan mulia.
- c) Gaya Menengah, Gaya ini bertujuan untuk memunculkan suasana senang dan damai dengan pembawaan nada yang lemah lembut, penuh

rasa kasih sayang, dan memuat humor yang sehat. Gaya ini biasa diaplikasikan ketika ada acara pertemuan, pesta, rekreasi, dan acara lain yang lebih mementingkan kesenangan, ketenangan, dan kedamaian.

### 3) Gaya Bahasa berdasarkan Struktur Kalimat

Struktur kalimat dapat dijadikan sebagai landasan dalam menciptakan suatu gaya bahasa. Dari sini muncullah berbagai jenis gaya bahasa diantaranya:

- a) Klimaks, Gaya bahasa ini mengandung urutan-urutan gagasan yang semakin lama kepentingannya semakin meningkat. Klimaks biasa disebut dengan istilah *gradasi* yang umum ditujukan pada tingkat atau gagasan tertinggi. Jika klimaks terdiri dari berbagai gagasan yang kepentingannya berturut-turut semakin tinggi, maka biasa disebut dengan istilah *anabasis*.
- b) Anti Klimaks, Berbanding terbalik dengan gaya bahasa klimaks, gaya bahasa antiklimaks mengandung urutan-urutan gagasan yang semakin lama semakin kurang penting. Antiklimaks dianggap tidak efektif karena penempatan gagasan penting yang ada di awal kalimat. Hal ini mengakibatkan seorang pembaca atau pendengar merasa tidak perlu lagi memperhatikan kalimat pada bagian-bagian berikutnya. Antiklimaks yang mengurutkan sejumlah gagasan menjadi semakin kurang penting disebut dengan istilah *katabasis*. Sedangkan jika ada gagasan yang penting lalu tiba-tiba menukik tajam ke sebuah gagasan yang sama sekali tidak penting, maka antiklimaks itu disebut dengan istilah *batos*.

- c) Paralelisme, Seperti namanya, gaya bahasa ini berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata atau frasa yang berfungsi sama dalam bentuk gramatikal yang sama pula. Gaya bahasa paralelisme sangat bagus untuk ditonjolkan asalkan dalam jumlah yang wajar, jika terlalu banyak justru tidak baik dan akan mengakibatkan frasa menjadi kaku atau mati.
- d) Antitesis, Gaya bahasa ini mengandung gagasan yang saling bertentangan, yang mana menggunakan kata atau frasa yang berlawanan. Gaya bahasa antitesis ini biasa muncul pada kalimat berimbang yakni kalimat yang berisi dua bagian kalimat atau lebih yang berkedudukan sama tinggi atau sederajat.
- e) Repetisi, Gaya bahasa ini berupa perulangan bunyi, suku kata, kata, atau bagian-bagian kalimat yang dirasa penting untuk diberikan sebuah penekanan. Repetisi juga memiliki banyak variasi didasarkan pada tempat kata yang diulang, baik dalam baris, klausa, ataupun kalimat, diantaranya sebagai berikut:

**(Epizeuksis)** yaitu pengulangan kata secara berturut-turut dalam sebuah kalimat.

Contoh : *Kita harus bekerja, bekerja, sekali lagi bekerja untuk mengejar semua ketinggalan kita.*

**(Tautotes)** yaitu pengulangan kata yang terjadi dalam sebuah konstruksi. Contoh :

*Kau menuding aku, aku menuding kau, kau dan aku menjadi seteru.*



**(Anafora)** yaitu pengulangan kata pertama di awal kalimat pada kalimat selanjutnya atau setelah tanda koma dalam satu kalimat.

**(Epistrofa)** yaitu pengulangan kata atau frasa akhir pada setiap baris atau kalimat selanjutnya.

**(Simploke)** yaitu pengulangan kata pada awal dan akhir suatu kalimat untuk diulang di kalimat berikutnya secara berturut-turut.

**(Mesodiplosis)** yaitu pengulangan kata di tengah baris dalam beberapa kalimat.  
Contoh : *Pegawai kecil jangan mencuri kertas karbon. Babu jangan mencuri tulang-tulang ayam goreng.*

**(Epanalepsis)** yaitu mengulang kata di awal kalimat dan meletakkannya di akhir suatu kalimat. Contoh : *Kita gunakan pikiran dan perasaan kita.*

**(Anadiplosis)** yaitu pengulangan kata atau frasa yang berada di akhir kalimat, untuk diulang lagi di awal kalimat berikutnya. Contoh : *Dalam laut ada tiram, dalam tiram ada mutiara.*

b. Gaya Suara

Gaya suara termasuk seni dalam berkomunikasi. Gaya suara lebih menekankan kepada cara menyampaikan bahasa itu sendiri. Seperti adanya irama atau nada yang berubah-ubah, adanya penekanan pada kata-kata tertentu, dan lain sebagainya. Hal tersebut dimaksudkan agar penyampaian pesan tidak cenderung

datar atau monoton.<sup>37</sup> Untuk itulah gaya suara juga perlu menjadi perhatian khusus bagi para pembicara. Berikut ini beberapa aspek gaya suara yang perlu diperhatikan, diantaranya:

#### 1) Rate (Laju)

Rate adalah kecepatan seseorang ketika berbicara. Menjadi seorang pemateri harus mampu mengatur kecepatan suara yang akan dikeluarkan serta menyelaraskan dengan irama. Jika terlalu cepat atau lambat dikhawatirkan akan menyusahkan audiens dalam mencerna makna dari pesan yang disampaikan.<sup>38</sup> Memberikan variasi pada kecepatan berbicara dan cara penyampaiannya justru akan menambah pengertian lebih dan menarik perhatian audiens untuk mendengarkan lebih intens.<sup>39</sup> Penggunaan rate yang cepat asalkan tidak berlebihan akan meningkatkan persuasif dan kredibilitas pembicara.

#### 2) Pause (Jeda)

Jeda atau pause adalah hentian bunyi. Antar kalimat yang diucapkan harus ada jarak waktunya, inilah yang disebut dengan jeda.<sup>40</sup> Jeda tidak semata-merta hanya diam tanpa makna, namun diam yang dimaksud ini bertujuan untuk memberikan kesan kepada audiens.<sup>41</sup> Penempatan jeda yang pas dan sesuai akan memberikan kesempatan audiens untuk mencerna makna pesan dalam materi yang

<sup>37</sup> AW. Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta : Bumi Aksara, 2010), hlm. 50.

<sup>38</sup> Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta : Rineka Cipta, 1995), hlm. 91.

<sup>39</sup> John W. Osborne, *Kiat Berbicara di depan Umum untuk Eksekutif*, terj. Walfred Andre (Jakarta : Bumi Aksara, 1993), hlm. 66.

<sup>40</sup> AW. Widjaja. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. hlm. 50.

<sup>41</sup> Ongky Hojanto, "Pengaruh Jeda dalam Public Speaking", *Public Speaking Academy*, <http://publicspeakingacademy.co.id/pengaruh-jeda-dalam-public-speaking-2/>, diakses tanggal 13 April 2021.

telah disampaikan oleh pembicara. Selain itu jeda juga akan berpengaruh terhadap isi pesan yang dibawakan.<sup>42</sup> Jeda dibedakan menjadi dua, yakni jeda sendi dalam (*internal juncture*) dan jeda sendi luar (*open juncture*). Sendi dalam menunjukkan batasan antara satu suku kata dengan suku kata yang lain. Biasanya ditandai dengan tanda tambah (+), contoh:

/pe+ran+ta+ra/

/pin+jam/

/ko+mu+ni+ka+si/

Sedangkan sendi luar menunjukkan batasan yang lebih besar dibandingkan hanya sekedar suku kata. Sendi luar dibagi lagi menjadi tiga, diantaranya, jeda antarkata dalam frasa diberi tanda garis miring tunggal (/), jeda antar frase dalam klausa, diberi tanda garis miring ganda (//), jeda antarkalimat dalam wacana, diberi tanda garis silang ganda (#).<sup>43</sup>

### 3) Durasi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia makna kata durasi adalah lamanya sesuatu berlangsung atau rentang waktu.<sup>44</sup> Dalam hal ini yang dimaksud adalah seberapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyampaikan suatu materi. Baik itu durasi untuk materi secara keseluruhan, atau durasi untuk bagian-bagian tertentu dari keseluruhan materi.

### 4) Rhytm (Irama)

<sup>42</sup> Yoga Dwi J, "Pentingnya Intonasi, Volume, dan Speed and Pause", *Menara ilmu Public Speaking Sekolah Vokasi UGM*, <https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/12/04/pentingnya-intonasi-volume-dan-speed-and-pause/>, diakses tanggal 13 April 2021.

<sup>43</sup> Achmad HP dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum* (Jakarta : Erlangga, 2012), hlm. 34-35.

<sup>44</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/durasi>, diakses tanggal 13 April 2021.

Irama adalah gerakan berturut-turut secara teratur, biasanya berupa naik turun.<sup>45</sup> Seperti ketika menyampaikan suatu materi pasti ada tempo atau irama yang diberikan agar materi tersebut enak didengar dan tidak membuat audiens merasa jenuh. Biasanya dalam pembukaan, materi disampaikan dengan irama yang cenderung pelan, kemudian memasuki materi inti irama akan dipercepat disertai dengan tanda-tanda verbal yang menunjukkan ada sesuatu yang penting. Selanjutnya masuk ke kesimpulan atau penutup, irama yang digunakan kembali pelan.

#### 5) Pitch (Nada)

Dalam istilah musik, *pitch* merupakan sebutan untuk tangga nada.<sup>46</sup> *Pitch* merupakan persepsi perubahan gelombang suara seperti nada yang ada dalam musik. Nada suara yang dihasilkan harus bervariasi terdiri dari rendah, sedang, dan tinggi, disesuaikan dengan pembawaan materi. Hindari nada suara yang monoton karena akan mengundang kebosanan audiens.<sup>47</sup> Setiap orang menghasilkan nada secara alami yang berbeda-beda. Nada juga berfungsi untuk membedakan suatu bunyi. Dalam bahasa-bahasa bernada atau bahasa *tonal*, dikenal sebanyak lima macam nada, diantaranya:

- a) **Nada naik atau meninggi**, diberi tanda garis keatas (↑),
- b) **Nada datar**, diberi tanda garis lurus mendatar (↔),
- c) **Nada turun atau merendahkan**, diberi tanda garis ke bawah (↓),
- d) **Nada turun naik**, yakni nada merendahkan lalu meninggi, ditandai dengan (^),

<sup>45</sup><https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/irama>, diakses tanggal 13 April 2021.

<sup>46</sup>Gentasri Anwar, *Retorika Praktis*, hlm. 87.

<sup>47</sup>*Ibid*, hlm. 87-88.

- e) **Nada naik turun**, yakni nada yang meninggi lalu merendah, ditandai dengan (∨).<sup>48</sup>

Nada yang menyerupai bunyi segmental dalam kalimat disebut intonasi atau lagu kalimat. Untuk itulah perlu adanya intonasi suara yang menjadi unsur penting dalam penyampaian materi agar semakin efektif.<sup>49</sup> Ketika menyampaikan materi, intonasi yang digunakan selayaknya intonasi percakapan sehari-hari agar audiens merasa dekat seperti diajak berbicara secara intens.<sup>50</sup> Selain itu intonasi juga digunakan untuk mempertegas pesan yang hendak diutarakan dan meminimalisir kesalahpahaman.<sup>51</sup>

- 6) Volume (Keras dan Lembutnya Suara)

Seorang pembicara harus mampu mengatur penggunaan volume yang tepat ketika menyampaikan materi sesuai dengan situasi dan kondisi. Penggunaan volume suara salah satunya ditentukan melalui jumlah audiensnya. Semakin banyak audiens maka volume suara yang dikeluarkan juga harus semakin keras, begitupun sebaliknya.<sup>52</sup> Volume suara yang keras digunakan untuk menyampaikan materi yang bergelora penuh semangat. Sedangkan volume rendah untuk menarik perhatian audiens. Termasuk juga dalam menyesuaikan tempat, jika dilakukan

<sup>48</sup>Achmad HP dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum*, hlm. 34

<sup>49</sup> John W. Osborne, *Kiat Berbicara di depan Umum*, terj. Walfred Andre, hlm. 67.

<sup>50</sup> Yoga Dwi J, "Pentingnya Intonasi, Volume, dan Speed and Pause", *Menara Ilmu Public Speaking Sekolah Vokasi UGM*, <https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/12/04/pentingnya-intonasi-volume-dan-speed-and-pause/>, diakses tanggal 14 April 2021.

<sup>51</sup> Achamd HP dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum*, hlm. 76.

<sup>52</sup>*Ibid*, hlm. 90.

dalam ruangan terbuka maka volume yang keras dibutuhkan, begitupun sebaliknya apabila dilakukan di ruangan tertutup usahakan tidak terlalu keras atau pelan.<sup>53</sup>

#### 7) Artikulasi

Artikulasi merupakan kejelasan suara ketika berbicara, kejelasan pengucapan huruf demi huruf, kata demi kata, dan kalimat demi kalimat. Cara mengucapkan suatu huruf, kata, ataupun kalimat ini menjadi faktor yang sangat berpengaruh bagi setiap orang.<sup>54</sup> Seringkali tanpa disadari pembicara berbicara terlalu cepat sehingga menghasilkan bunyi yang kurang jelas dan terkesan bergumam. Oleh karena itu penting untuk memperhatikan artikulasi agar informasi yang disampaikan kepada audiens jelas dan mudah dicerna.<sup>55</sup>

#### c. Gaya Gerak Tubuh

Komunikasi yang tidak diiringi dengan gaya gerak tubuh akan terasa hampa dan serangkaian kata yang disampaikan oleh pembicara menjadi kurang bermakna.<sup>56</sup> Gaya gerak tubuh disini semakin memperkuat gaya bahasa dan gaya suara yang telah disampaikan. Selain itu apabila diaplikasikan dengan tepat, gaya gerak tubuh akan menambah efektivitas pembicaraan.<sup>57</sup> Dengan adanya gerak

<sup>53</sup>Yoga Dwi J, "Pentingnya Intonasi, Volume, dan Speed and Pause", *Menara Ilmu Public Speaking Sekolah Vokasi UGM*, <https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/12/04/pentingnya-intonasi-volume-dan-speed-and-pause/>, diakses tanggal 6 April 2021.

<sup>54</sup> John W. Osborne, *Kiat Berbicara di depan Umum*, terj. Walfred Andre, hlm. 71.

<sup>55</sup> Johannes Ariffin Wijaya dan Budi Setiawan, *Public Speaking is Easy, From Fear to Dare* (Yogyakarta : ANDI, 2007), hlm. 91.

<sup>56</sup> Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di depan Publik Teori dan Praktik* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 80.

<sup>57</sup> Yoga Dwi J, "Body Language", *Menara Ilmu Public Speaking Sekolah Vokasi UGM*, <https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/12/04/body-language/>, diakses tanggal 13 April 2021.



tubuh, justru pembicara semakin terlihat ekspresif, enak dipandang, dan tidak kaku, karena gerak tubuh dapat membantu menjelaskan makna dari materi yang disampaikan. Gerak tubuh menjadi hal yang sangat penting dan harus diperhatikan karena membawa banyak manfaat, seperti mampu menghilangkan ketegangan, mengusir kebosanan, dan sebagai isyarat adanya poin penting dalam penyampaian materi.<sup>58</sup> Berikut ini macam-macam gaya gerak tubuh dalam berkomunikasi:

#### 1) Sikap Badan

Sikap badan selama berbicara menjadi penentu berhasil atau tidaknya sebuah penampilan, baik itu berupa duduk, berdiri, berjalan, dll. Untuk itu sikap badan ini sangat perlu diperhatikan dengan baik karena dapat menimbulkan berbagai penafsiran dari audiens.<sup>59</sup> Sikap yang terlalu kaku mengindikasikan ketegangan dan kegelisahan, sebaliknya sikap yang terlampau bebas tidak beraturan justru mengindikasikan kecerobohan.<sup>60</sup>

#### 2) Penampilan dan Pakaian

Penampilan merupakan hal yang pertama kali mendapatkan perhatian dari orang lain. Penampilan menunjukkan seberapa besar tingkat kepercayaan diri seseorang yang selalu dikaitkan dengan pakaian yang sedang dikenakannya. Pakaian ini menjadi salah satu pusat perhatian audiens sehingga tidak bisa diabaikan begitu saja. Mengenakan pakaian yang tepat juga akan menambah kesan kewibawaan seorang pembicara.<sup>61</sup> Pakaian dapat dijadikan tolak ukur atas citra

---

<sup>58</sup> Fitriana Utami, *Public Speaking*, hlm. 89.

<sup>59</sup> Gentasri Anwar, *Retorika Praktis*, hlm. 62

<sup>60</sup> John W. Osborne, *Kiat Berbicara di depan Umum*, terj. Walfred Andre, hlm. 58.

<sup>61</sup> Gentasri Anwar, *Retorika Praktis*, hlm. 59.

kekuasaan, otoritas, intelektualitas, dan hasrat seseorang.<sup>62</sup> Penampilan yang profesional menunjukkan kualitas diri seseorang dan akan menempatkannya pada suasana yang positif.<sup>63</sup>

### 3) Air Muka (Ekspresi) dan Gerakan Tangan

Penyampaian ekspresi harus wajar dan tepat sesuai dengan materi yang dibawakan. Ekspresi bukan hanya untuk mengikat perhatian audiens terhadap pembawaan kita, namun lebih dari itu ekspresi yang tepat akan menyentuh jiwa audiens secara langsung.<sup>64</sup> Ekspresi wajah akan timbul secara alami dan spontan, tidak dapat direncanakan karena ekspresi wajah menggambarkan apa yang sedang dirasakan oleh pembicara. Oleh karena itu perlu menanamkan hal-hal positif dalam diri setiap harinya.<sup>65</sup> Ekspresi wajah meliputi tertawa, tersenyum, kedipan mata, gerakan alis, kerutan dahi, terkejut, mimik yang lucu, ragu, terharu, dan lain sebagainya. Begitupun dengan gerakan tangan yang dilakukan. Ini sebagai bentuk penegasan ketika menyampaikan materi sehingga dapat menarik perhatian audiens. Gerakan tangan juga harus diperhatikan, jangan sampai salah atau berkebalikan dengan apa yang disampaikan pembicara.<sup>66</sup>

### 4) Pandangan Mata

Pandangan mata adalah salah satu bentuk gaya gerak tubuh yang berfungsi untuk mengikat perhatian audiens. Melalui mata juga seorang pembicara dapat mengeluarkan kekuatannya untuk mengarahkan dan mengendalikan perhatian

---

<sup>62</sup> Fitriana Utami, *Public Speaking*, hlm. 92.

<sup>63</sup> John W. Osborne, *Kiat Berbicara di depan Umum*, terj. Walfred Andre, hlm. 60.

<sup>64</sup> Gentasri Anwar, *Retorika Praktis*, hlm. 73-74.

<sup>65</sup> Fitriana Utami, *Public Speaking*, hlm. 86.

<sup>66</sup> Gentasri Anwar, *Retorika Praktis*, hlm. 74-75.

audiens.<sup>67</sup> Komunikasi merupakan interaksi dua arah, oleh karena itu kontak mata sangat diperlukan tetapi juga disesuaikan dengan situasi dan kondisi audiens setempat. Pandangan mata akan lebih baik jika diarahkan ke seluruh audiens secara merata, tidak hanya terfokus pada satu titik untuk menghindari kesalahpahaman.<sup>68</sup>

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan deskriptif analitis, yaitu suatu sifat penelitian yang tujuan utamanya memberikan gambaran secara utuh pada suatu individu, keadaan, gejala, maupun kelompok-kelompok tertentu.<sup>69</sup>

### **2. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian berfungsi sebagai batasan-batasan hal yang akan diteliti oleh peneliti. Berdasarkan judul di atas, penulis memfokuskan penelitian pada Analisis Retorika Dakwah Ajakan Bersholawat pada Video Youtube Wirda Mansur yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”.

---

<sup>67</sup>*Ibid*, hlm. 71-72.

<sup>68</sup> Fitriana Utami, *Public Speaking*, hlm. 163.

<sup>69</sup> Puspa Chika Steviasari, Skripsi : *"Retorika Dakwah Ustadz Abdul Shomad (Analisis Wacana terhadap YouTube Ustadz Abdul Shomad)"* (Lampung : UIN Raden Intan Lampung, 2020), hlm. 7.

### 3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sasaran utama dalam analisis, dan data sekunder menjadi data pendukung atau pembanding dari data primer.

#### a. Data Primer

Sumber data primer ialah sumber data asli yang didapat dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber utama. Pada penelitian ini data primer yang dimaksud adalah tayangan video yang diunggah di kanal youtube Wirda Mansur. Peneliti memilih video berjudul "Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda" di kanal youtubanya yang sebagian besar berisikan tentang kajian keislaman.

#### b. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pendukung yang melengkapi dan memperkuat data primer. Data sekunder diperoleh dari pihak kedua, bukan dari sumber utama. Biasanya diambil dari buku-buku, literatur, situs website atau artikel, dan bacaan lain yang berkaitan dengan objek penelitian.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah sebuah fakta yang ditemukan oleh peneliti ketika melakukan sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data diperlukan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan data yang valid, sehingga dapat

mengungkapkan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu:

**a. Observasi**

Observasi merupakan pengamatan secara langsung, detail, dan mendalam terhadap objek penelitian. Dengan melakukan observasi berarti peneliti harus mencatat secara sistematis permasalahan yang diteliti. Peneliti akan menganalisis video di kanal youtube Wirda Mansur yang berjudul "Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda"

**b. Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda, dan sebagainya.<sup>70</sup> Dokumentasi menjadi teknik pengumpulan data yang dirasa tidak begitu sulit dibandingkan teknik lainnya. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi didapatkan dengan cara menonton video youtube Wirda Mansur yang menjadi objek penelitian, untuk kemudian di *screenshot* dan dikumpulkan sebagai bukti dokumentasi.

**5. Teknik Analisis Data**

Menurut Moleong analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar

---

<sup>70</sup> Diroyatun Nafi'ah, Skripsi : "Retorika Dakwah Habib Ja'far Shodiq Al-Musawwa dalam Program Acara Kajian Petang Radio Dais 107.9 FM Semarang" (Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2018), hlm. 14.

sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>71</sup> Analisis data adalah menganalisis proses berlangsungnya suatu fenomena dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses tersebut. Bisa juga untuk menganalisis makna yang ada dibalik informasi, data, dan proses suatu fenomena sosial.<sup>72</sup>

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif karena objek yang akan dikaji adalah gaya retorika dakwah Wirda Mansur. Analisis ini bertujuan untuk menginterpretasikan gaya retorika dakwah Wirda Mansur dalam video youtubenya yang berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda” sehingga dapat diinterpretasikan dalam realitas sosial. Dalam penelitian ini model analisis yang digunakan ialah analisis kualitatif model Miles dan Huberman.

Miles dan Huberman menyebutkan bahwa kegiatan analisis dan pengumpulan data ini membentuk sebuah proses siklus yang interaktif yang terjadi secara berulang-ulang.<sup>73</sup> Terdapat tiga unsur kegiatan yang terjadi secara bersamaan dalam model analisis kualitatif Miles dan Huberman, antara lain reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.<sup>74</sup>

---

<sup>71</sup>Salim dan Syahrudin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Citapustaka Media, 2012), hlm. 144.

<sup>72</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial* (Jakarta : Kencana Pranada Media, 2007), hlm. 161.

<sup>73</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisis Data* (Jakarta : Rajawali Press, 2016), hlm. 134-135.

<sup>74</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta : UI-Press, 2009), hlm.16.



a. Reduksi Data

Reduksi Data ialah kegiatan analisis untuk mempertajam, memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, memisahkan, mentransformasikan, dan menyusun data yang masih mentah hasil catatan tertulis di lapangan.<sup>75</sup> Hasil reduksi data selanjutnya dinarasikan untuk dapat ditarik kesimpulan akhir dan diverifikasikan.<sup>76</sup> Proses ini sangat diperlukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang telah disusun sehingga dapat ditarik kesimpulan atau tindakan lebih lanjut. Penyajian data kualitatif yang paling sering ditemui ialah berupa teks naratif.<sup>77</sup> Namun ada juga penyajian data yang berupa bagan, grafik, berbagai jenis matriks, jaringan kerja, dll. Seluruh bentuk penyajian data tersebut sangat membantu peneliti untuk menyusun informasi dengan lebih praktis, karena peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi. Sehingga hal tersebut memudahkan peneliti untuk menggambarkan kesimpulan dan lanjut ke tahap analisis selanjutnya.<sup>78</sup>

---

<sup>75</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 129-130.

<sup>76</sup> *Ibid.*

<sup>77</sup> *Ibid.*, hlm. 131.

<sup>78</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, hlm. 18.

### c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi Data

Dalam penelitian kualitatif, sering ditemui bahwasanya kesimpulan sudah dirumuskan sejak awal, dan bisa juga kesimpulan final tidak ditemui hingga pengumpulan data berakhir. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti banyaknya kumpulan catatan di lapangan, penyimpanan, pengkodean, metode yang digunakan, kemahiran peneliti, tuntutan pemberi dana, dan lain sebagainya.<sup>79</sup> Kesimpulan nantinya juga akan diverifikasi. Verifikasi dapat berlalu dengan cepat melalui pemikiran peneliti selama menulis, atau diteliti dengan argumentasi yang panjang, atau dengan adanya usaha meniru temuan dengan rangkaian data yang lain.<sup>80</sup>

## G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus penjabaran secara garis besar mengenai hal-hal yang akan ditulis dalam penulisan skripsi ini yang berisi bagian awal, isi, dan akhir. Berikut ini uraian singkat mengenai susunan pembahasan dalam penelitian ini :

---

<sup>79</sup>*Ibid*, hlm. 19.

<sup>80</sup>Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 133.

BAB I memuat tentang pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II memuat tentang gambaran umum kanal youtube Wirda Mansur, program #NgajiBarengWirda, dan profil Wirda Mansur.

BAB III memuat tentang analisa data beserta hasil penelitian yang telah terkumpul, antara pembahasan tentang gaya bahasa, gaya suara, gaya gerak tubuh dan Ajakan Bersholawat pada Video Youtube Wirda Mansur yang Berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda”.

BAB IV merupakan bab penutup. Di sini memuat tentang kesimpulan uraian yang telah dipaparkan dan saran sebagai masukan lebih lanjut setelah dilakukan penelitian.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan analisis menggunakan kaidah retorika dakwah, penelitian ini menghasilkan kesimpulan yang menyatakan bahwa retorika dakwah Wirda Mansur pada video dakwahnya di youtube yang berjudul “Sholawatin Aja! #NgajiBarengWirda” yang diunggah pada 11 September 2019 ditinjau dari penggunaan gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh menunjukkan adanya penggunaan kaidah retorika dakwah. Dari segi bentuk penggunaan gaya bahasa, dapat diketahui adanya penggunaan tiga unsur bentuk penggunaan gaya bahasa yakni gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa berdasarkan nada, dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.

Gaya bahasa yang digunakan oleh Wirda Mansur dalam keseluruhan isi video dakwahnya sebenarnya bermuatan gaya bahasa percakapan. Namun gaya bahasa percakapan ini tidak murni berdiri sendiri. Gaya bahasa percakapan yang ada dapat diklasifikasi lagi menjadi berbagai macam jenis gaya bahasa. Seperti gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan oleh Wirda Mansur adalah gaya bahasa tak resmi sehingga materi yang dibawakan lebih mudah tersampaikan kepada audiens. Selain itu terdapat juga gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan oleh Wirda Mansur yakni gaya sederhana, gaya mulia dan bertenaga, dan gaya menengah. Selanjutnya gaya bahasa yang terakhir yakni berdasarkan struktur kalimat

yang digunakan diantaranya gaya bahasa klimaks dan gaya bahasa repetisi yang terdiri dari epizeuksis, anafora, dan mesodiplosis.

Dari segi gaya suara, Wirda Mansur sangat memperhatikan jeda dan nada dalam suaranya, sehingga membuat audiens merasa nyaman untuk mendengarkan materi dakwahnya. Nada yang variatif ditambah dengan logat betawi gaungnya yang khas menjadikan Wirda sangat dikenal oleh kalangan milenial sebagai ustadzah gaul kekinian. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan jeda yang digunakan oleh Wirda Mansur ialah jeda sendi luar atau *open juncture* yang menunjukkan jeda antarkata dalam frasa dengan tanda garis miring satu (/) dan jeda antar frasa dalam klausa dengan tanda garis miring dua (//). Sedangkan untuk nada yang digunakan oleh Wirda Mansur bervariasi, diantaranya nada naik atau meninggi, nada turun atau merendah, nada datar, nada naik turun, dan nada turun naik.

Dari segi gaya gerak tubuh yang dilakukan Wirda Mansur sangatlah beragam dan sangat menggambarkan apa yang disampaikannya. Gaya gerak tubuh ini sangat melengkapi keberadaan gaya bahasa dan juga gaya suara, sehingga perpaduan antara ketiganya semakin membuat audiens tertarik untuk menonton video dakwah Wirda Mansur hingga akhir. Gaya gerak tubuh yang ditampilkan Wirda diantaranya seperti sikap badan yang duduk tegak, penampilan dan pakaian yang rapi, ekspresi wajah dan gerakan tangan, serta pandangan mata yang mampu mempengaruhi banyak orang.

## B. Saran

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan. Sebagai penutup, peneliti akan memberikan saran untuk peneliti berikutnya dan kanal youtube Wirda Mansur, sebagai berikut :

1. Bagi seorang pendakwah, lanjutkan terus dalam menggali potensi diri, menampilkan ciri khas pribadi, dan tidak berhenti mempelajari teknik retorika, agar dapat menjadi pendakwah milenial yang mampu mempengaruhi banyak audiensnya dan dijadikan panutan bagi pendakwah yang akan datang.
2. Selain itu juga, saran untuk perkembangan kanal youtube Wirda Mansur, agar kedepannya lebih sering lagi mengunggah video-video dakwah semacam ini dengan mengangkat beragam topik atau permasalahan yang sedang hangat terjadi di masyarakat sekarang.
3. Kepada peneliti selanjutnya, pelajari kajian retorika dakwah lebih dalam lagi, dan perbanyak referensi agar materi yang didapat semakin luas.
4. Kajian seputar retorika dakwah ini perlu dikembangkan lebih luas lagi agar dapat dijadikan pedoman bagi calon da'i/da'iyah di masa mendatang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Gentasri. *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*. Jakarta : Rineka Cipta, 1995.
- Asib, Misrawati. *"Analisis Retorika Dakwah Program Islam itu Indah di Trans TV (Episode Jodoh Salah Alamat)"*. Skripsi. FDK, KPI, IAIN Pare-Pare, Pare-Pare, 2019.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia, 2004.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta : Kencana Prenadamedia, 2007.
- Dewi, Fitriana Utami. *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di depan Publik Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisis Data*. Jakarta : Rajawali Pers, 2016.
- Hasan, Muhammad. *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya : Pena Salsabila, 2013.
- HP, Achmad dan Alek Abdullah. *Linguistik Umum*. Jakarta : Erlangga, 2012.
- <https://www.grid.id/read/041732596/6-fakta-wirda-mansur-putri-sulung-ustaz-yusuf-mansur-yang-bergelar-direktur-utama-di-usia-18-tahun> Grid.id, Diakses pada 22 November 2020.
- <https://www.youtube.com/channel/UC1mFZuLNWsFLCXa5spjG7Ow>  
Kanal Youtube Wirda Mansur, Diakses pada 22 November 2020.
- <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/youtube-medsos-no-1-di-indonesia> Katadata.co.id, Diakses pada 22 November 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=gEdKJytV39s&t=80s> “Sholawat in Aja #NgajiBarengWirda”, Diakses pada 22 November 2020.

<https://tirto.id/sejarah-youtube-merevolusi-layanan-video-di-internet-dgFD> Tirto.id, Diakses pada 22 November 2020.

<https://www.youtube.com/intl/id/about/> Youtube, Diakses pada 12 Februari 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=HPA-AWlsmCo> Kanal Youtube Oki Setiana Dewi, Diakses pada 6 April 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=HcDBYy0pZ1w> Kanal Youtube Indonesia morning Show NET, Diakses pada 6 April 2021.

<https://news.detik.com/berita/d-3029585/jadi-duta-quran-wirda-yusuf-mansur-terbang-ke-new-york> Detik News, Diakses pada 6 April 2021.

<https://wolipop.detik.com/hijab-profile/d-3184875/wirda-mansur-putri-yusuf-mansur-yang-berhenti-ke-sekolah-demi-hafal-al-quran> Wolipop Lifestyle, Diakses pada 6 April 2021.

<https://www.youtube.com/channel/UC1mFZuLNWsFLCXa5spjG7Ow/about> Kanal Youtube Wirda Mansur, Diakses pada 7 April 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=naNkxZ5UIgU&t=119s> “What’s in My Backpack”, Diakses pada 7 April 2021.

<https://www.solopos.com/trending-sosmed-dapat-silver-play-button-putri-yusuf-mansur-pengin-beli-youtube-821934> Solopos.com, Diakses pada 7 April 2021.

<https://www.youtube.com/channel/UC1mFZuLNWsFLCXa5spjG7Ow/vidEOS> Kanal Youtube Wirda Mansur, Diakses pada 10 April 2021.

<https://glints.com/id/lowongan/podcast-adalah/#.YHu7IugzbIV>

Glints.com, Diakses pada 11 April 2021.

<https://www.oberlo.com/blog/what-is-podcast> Oberlo.com, Diakses pada 11 April 2021.

<https://quran.kemenag.go.id/sura/16> Qur'an Kemenag Q.S An-Nahl:125, Diakses pada 12 April 2021.

<https://quran.kemenag.go.id/sura/33> Qur'an Kemenag Q.S Al-Ahzab:56, Diakses tanggal 12 April 2021.

<http://publicspeakingacademy.co.id/pengaruh-jeda-dalam-public-speaking-2/> Public Speaking Academy, Diakses pada 13 April 2021.

<https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/12/04/body-language/> Menara Ilmu Public Speaking Sekolah Vokasi UGM, Diakses pada 13 April 2021.

<https://publicspeaking.sv.ugm.ac.id/2019/12/04/pentingnya-intonasi-volume-dan-speed-and-pause/> Menara Ilmu Public Speaking Sekolah Vokasi UGM, Diakses pada 6 dan 14 April 2021.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/durasi> KBBI Daring, Diakses pada 13 April 2021.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/irama> KBBI Daring, Diakses pada 13 April 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=r2nnXwqI7YA&t=9s> Kanal Youtube Oki Setiana Dewi, Diakses pada 18 April 2021.

<https://millennialantibokek.blogspot.com/2020/08/siapa-sih-yang-ga-pengin-jadi-pengusaha.html> Millenial Anti Bokek, Diakses pada 18 April 2021.

<https://www.popbela.com/fashion/style-trends/hafidhza-putri-andiza/arti-warna-baju/> Popbela.com, Diakses pada 3 Juni 2021.

Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007.

- Millah, Asep Saeful., dkk. “*Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny*”, Tabligh : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, vol. 3:2, 2018.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif : Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. terj. Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta : UI-Press, 2009.
- Nafi'ah, Diroyatun. "*Retorika Dakwah Habib Ja'far Shodiq Al-Musawwa dalam Program Acara Kajian Petang Radio Dais 107.9 FM Semarang*". Skripsi. FDK, KPI, UIN Walisongo, Semarang, 2018.
- Nurjanah, Siti., dkk. “*Retorika Ilyasa dan Alyasa di Ajang Aksi Asia Indosiar*”, Tabligh : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, vol. 4:2, 2019.
- Osborne, John W. *Kiat Berbicara di depan Umum untuk Eksekutif*. terj. Walfred Andre. Jakarta : Bumi Aksara, 1993.
- Pirol, Abdul. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Yogyakarta : DeePublish, 2018.
- Rahman, Regi Raisa., dkk. “*Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendy di Video Youtube*”, Tabligh : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, vol. 4:1, 2019.
- Salim dan Syahrums. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Citapustaka Media, 2012.
- Shaqr, Syahatah Muhammad. *Utamakan Shalawat*. terj. Sarwendi M. Amin Hasibuan. Solo : AQWAM MEDIA PROFETIKA, 2007.
- Steviasari, Puspa Chika. "*Retorika Dakwah Ustadz Abdul Shomad (Analisis Wacana terhadap Youtube Ustadz Abdul Shomad)*". Skripsi. FDK, KPI, UIN Raden Intan, Lampung, 2020.
- Sulistyarini, Dhanik dan Anna Gustina Zainal. *Buku Ajar Retorika*. Banten : CV. AA. Rizky, 2020.

- Swara, Eno Bening. “*Membedah Youtube sebagai New Media dengan Pemikiran Baudrillard*”, Jurnal Departemen Filsafat, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, 2014.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya : Al-Ikhlash, 1983.
- Widjaja, AW. *Komunikasi : Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara, 2010.
- Wuwur Hendrikus, Dori. *Retorika : Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, dan Bernegosiasi*. Yogyakarta : Kanisius, 1991.
- Zaini, Ahmad. “*Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” di Indosiar*”, Ilmu Dakwah : Academic Journal for Homiletic Studies, vol. 11:2, 2017.



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**  
**(CURRICULUM VITAE)**

**A. Identitas Diri**

Nama : Indah Zulfa Ulinnuha

Tempat/Tgl. Lahir : Kediri, 3 Januari 1999

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jl. Raya Papar-Pare, Dusun Tawangrejo,  
RT/RW. 002/011, Desa Papar, Kec. Papar, Kab.  
Kediri, Jawa Timur, 64153

E-mail : [indahazulfa03@gmail.com](mailto:indahazulfa03@gmail.com)

No. Telepon : 085770119397



**B. Riwayat Pendidikan**

SD Negeri Maduretno 2, lulus tahun 2011

MTs Negeri Juwet, lulus tahun 2014

MAN 3 Kediri, lulus tahun 2017

**C. Riwayat Organisasi**

1. Manager Program News “UIN Today” Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV) tahun 2020