

**RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD
DAN USTADZ ADI HIDAYAT DI CHANNEL YOUTUBE**



Oleh:

Rif'atul Khoiriah Malik
NIM : 18202010003

TESIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rif'atul Khoiriah Malik
NIM ; 18202010003
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 09 Agustus 2021
Saya yang menyatakan,



Rif'atul Khoiriah Malik
NIM: 18202010003

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rif'atul Khoiriah Malik
NIM : 18202010003
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jerjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas plagiasi.

Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 09 Agustus 2021

Saya yang menyatakan,



Rif'atul Khoiriah Malik

NIM: 18202010003



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B.349/Un.02/DD/PP.00.9/ 08/2021

Tugas Akhir dengan judul : Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel Youtube
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RIF'ATUL KHOIRIAH MALIK, S.Kom.I
Nomor Induk Mahasiswa : 18202010003
Telah diujikan pada : Rabu, 25 Agustus 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum SIGNED



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 612db149af369



Penguji III

Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 612d01016eae6



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

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

Valid ID: 612dbdfa363f4

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul : **Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel Youtube**

Oleh:


Nama : Rif'atul Khoiriah Malik
NIM : 18202010003
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Yogyakarta, 16 Agustus 2021
Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA


Dr. Khadiq, M.Hum
NIP. 19700125 199903 1 001

MOTTO

*Teruslah berkiprah di masyarakat, meski badai menerjang.
Perjuangan tetap harus dilanjutkan, guna menyongsong masa depan.*

Berdamai lah dengan diri sendiri

Menerima segala ketentuan yang diberikan Tuhan

Dan mencapai kebahagiaan hakiki dengan beribadah kepada-Nya

Melewati segala keterbatasan

*Terakhir, katakan pada dirimu bahwa kau mampu bermanfaat untuk
ummat.*

By: Rif'atul Khoiriah M



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Sebuah karya tidak akan pernah tercipta tanpa adanya dukungan segala pihak. Penulis persembahkan karya ini kepada Ibunda Rosmini dan Alm. Bapak La Malik Idris yang telah mendahului kami pulang ke haribaan-Nya. Terimakasih yang tak terhingga kepada mereka yang selalu menjadi pendukung terdepan dan teladan sepanjang masa. Sosok ibu yang tanpanya penulis bukanlah siapa-siapa. Dan ayah meski sudah tiada tetap menjadi panutan bagi anak-anaknya.

Karya ini diperuntukkan kepada kalian yang ingin berjuang di jalan Allah dengan berdakwah. Semoga apa yang diniatkan menjadi khidmat terdalam dan mampu terealisasikan dengan pertolongan Allah. Retorika yang diteliti dalam karya ini bisa menjadi rujukan agar dimaksimalkan secara aplikatif, komprehensif, dan masif. Selain itu, pemanfaatan media YouTube hendaknya dimaksimalkan kepada da'i-da'i yang mampu menjadi teladan masyarakat. Agar konten dakwah yang ada di YouTube dapat memfilter banyaknya konten yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Terimakasih kepada semua kerabat dan sahabat yang selalu menemani dan mendukung penulis. Semua keluarga besar Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, semoga selalu dalam bimbingan-Nya, sehingga mampu melahirkan mujahid dan mujahidah. Serta keluarga besar Rajabone, yang senantiasa menjadi kerabat dan rumah bagi penulis.

Semoga karya akademik ini, bisa bermanfaat dengan baik dan menjadi salah satu rujukan bagi para peneliti lainnya. Aamiin...

ABSTRAK

Rif'atul Khoiriah Malik (18202010003) "Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube". Tesis. Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

Retorika dakwah merupakan seni berdakwah yang bisa jadi menarik perhatian khalayak atau menjadi boomerang jika dilakukan orang yang salah. Ustadz Abdul Somad (UAS) dan Ustadz Adi Hidayat (UAH) ialah da'i yang mampu memberi pencerahan *khazanah* keilmuan Islam lewat Channel YouTube mereka. Keduanya memanfaatkan teknologi sebagai media penyebaran Islam. Tujuan dari penelitian ini ialah melihat kesesuaian retorika dakwah UAS dan UAH dengan situasi khalayak dan retorika dakwah yang digunakan keduanya dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat lewat media YouTube.

Peneliti mengkaji menggunakan konsep dakwah Ibnu Rusyd, retorika Al-Qur'an, teori retorika Alan H. Monroe dan Aristoteles untuk melihat apakah retorika dakwah UAS dan UAH telah sesuai dengan khalayak dan bagaimana retorika dakwah keduanya dalam menyampaikan pesan. Metode penelitian ini ialah kualitatif deskriptif, jenis kajian *library research*. Peneliti menggunakan pendekatan analisis naratif. Sumber data diperoleh melalui studi pustaka, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya data dianalisis menggunakan metode deduktif-komparatif.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa, *pertama*, terdapat kesesuaian retorika dakwah UAS dan UAH dengan situasi khalayak. Penggunaan dakwah *bil hikmah* memberikan ketegasan dan bukti-bukti berdasarkan Al-Qur'an dan hadist. Serta dakwah *bil mau'idhah al hasanah* yang dilakukan UAS dan UAH telah disampaikan dengan menggunakan retorika *qaul ma'ruf, qaul sadid, qaul baligh* dan *qaul layyin*. *Kedua*, penyusunan pesan yang dilakukan kedua tokoh sama-sama melengkapi struktur ceramah yaitu lima tahap urutan bermotif: perhatian, kebutuhan, pemuasan, visualisasi dan tindakan. Dengan kata lain, UAS dan UAH melakukan ceramah persuasi untuk menggerakkan khalayak dalam melakukan *amr ma'ruf nahi munkar*. *Ketiga*, penyampaian pesan UAS dan UAH mencakup dimensi *ethos, pathos* dan *logos*. Pada dimensi *ethos*, UAS dan UAH sama-sama memiliki kredibilitas yang setara dilihat dari keilmuan mereka di bidang tauhid, fiqih, ibadah, dan akhlak. Perbedaannya terletak pada kekuasaan keahlian yang mereka miliki. UAS memiliki perbendaharaan kosakata *slank*, ahli dalam membuat analogi, serta mahir dalam menempatkan humor spontanitas. Sedang UAH terlihat dari penguasaannya mengenai semantik dan tematik Al-Qur'an serta letak dan posisi ayat Al-Qur'an. Dimensi *pathos*, UAS dan UAH sama-sama menyentuh emosi khalayak dan menebarkan kasih sayang menggunakan nasihat-nasihat dan do'a. Terakhir yaitu dimensi *logos*, UAS dan UAH sama-sama memiliki pengetahuan historis, kemampuan beranalogi, membuat fiksi, mengabstraksi pengalaman, dan kemampuan berlogika.

Kata kunci : *Retorika Dakwah, Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat, YouTube.*

ABSTRACT

Rif'atul Khoiriah Malik (18202010003) "The Da'wah Rhetoric of Ustadz Abdul Somad and Ustadz Adi Hidayat on the YouTube Channel". Thesis. Master of Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Islamic Da'wah and Communication, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

Da'wah rhetoric is the art of preaching that can attract public attention or become a boomerang if the wrong person does it. Ustadz Abdul Somad (UAS) and Ustadz Adi Hidayat (UAH) are preachers who are able to enlighten the treasures of Islamic scholarship through their YouTube Channel. Both use technology as a medium for spreading Islam. The purpose of this research is to see the suitability of UAS and UAH's da'wah rhetoric with the audience's situation and the da'wah rhetoric used by both of them in conveying da'wah messages to the public through YouTube.

The researcher examines using the concept of Ibn Rushd's da'wah, the rhetoric of the Qur'an, the rhetorical theory of Alan H. Monroe and Aristotle to see whether the preaching rhetoric of UAS and UAH is in accordance with the audience and how the rhetoric of both preaching in conveying messages. This research method is descriptive qualitative, the type of study is library research. The researcher uses a narrative analysis approach. Sources of data obtained through literature study, observation and documentation. Furthermore, the data were analyzed using the deductive-comparative method.

The results of this study found that, first, there was a match between UAS and UAH's propaganda rhetoric with the audience's situation. The use of da'wah *bil hikmah* provides firmness and evidence based on the Qur'an and hadith. And the da'wah *bil mau'idhah al hasanah* conducted by UAS and UAH has been delivered using the rhetoric of *qaul ma'ruf*, *qaul sadid*, *qaul baligh* and *qaul layyin*. Second, the arrangement of messages by the two characters complements the structure of the lecture, namely five stages of patterned sequence: attention, need, satisfaction, visualization and action. In other words, UAS and UAH conduct persuasive lectures to move the audience in doing *amr ma'ruf nahi munkar*. Third, the delivery of UAS and UAH messages includes the dimensions of ethos, pathos and logos. In the ethos dimension, UAS and UAH both have equal credibility seen from their knowledge in the fields of monotheism, fiqh, worship, and morals. The difference lies in the power of expertise they have. UAS has a slang vocabulary, is an expert in making analogies, and is proficient in putting humor into spontaneity. Meanwhile, UAH can be seen from its mastery of the semantics and thematics of the Qur'an as well as the location and position of the verses of the Qur'an. The dimensions of pathos, UAS and UAH both touch the emotions of the audience and spread love using advice and prayers. Finally, the logos dimension, UAS and UAH both have historical knowledge, the ability to make analogies, create fiction, abstract experience, and the ability to reason.

Keywords: Da'wah Rhetoric, Ustadz Abdul Somad and Ustadz Adi Hidayat, YouTube

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158 Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Arab	Nama	Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba ^ʿ	B	Be
ت	ta ^ʿ	T	Te
ث	ša ^ʿ	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra ^ʿ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ص	Syin	Sy	es dan ye
ض	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ظ	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa ^ʿ	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa ^ʿ	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa ^ʿ	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	ha ^ʿ	H	H
ء	Hamzah	„	Apostrof
ي	ya ^ʿ	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعدين	Ditulis	muta' aqqidīn
عدة	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti kata salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti oleh kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الأولياء	Ditulis	karāmah al-aulyā'
----------------	---------	-------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat fathah, kasrah ḍammah, ditulis dengan tanda t.

زكاة الفطر	Ditulis	zakāt al-fiṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
---	Fathah	A	A
---	Kasrah	I	I
-----	ḍammah	U	U

E. Vokal Panjang

fathah + alif جاهلية	Ditulis Ditulis	ā Jāhiliyyah
fathah + ya' mati يسعي	Ditulis Ditulis	ā yas'ā

kasrah + ya" mati كريم	Ditulis Ditulis	Ī Karīm
ḍammah + wawu mati فروض	Ditulis Ditulis	Ū furūḍ

F. Vokal Rangkap

fathah + ya" mati بينكم	Ditulis Ditulis	Ai Bainakum
fathah + wawu mati قول	Ditulis Ditulis	Au Qaulun

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	la'insyakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti oleh Huruf Qamariyyah

القران	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	al-qiyās

b. Bila diikuti oleh Huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (*el*)-nya.

السماء	Ditulis	as-samā'
الشمس	Ditulis	asy-syams

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	ẓawī al-furūḍ
أهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Hamdan Lillahi Al-Ahad, segenap puji syukur ke hadirat Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, pemberi kesejahteraan dan sumber ketenangan. Dengan limpahan karunia-Nya serta ma'unah-Nya, akhirnya penulis mampu merampungkan dan menyempurnakan penulisan tesis. Senandung Sholawat dan salam tercurahkan tiada hentinya kepada pemimpin para Nabi, Nabi akhirul zaman, Muhammad Saw, beliaulah penegak keadilan di tengah terpuruknya kaum perempuan di masa jahiliyah.

Sebuah perjalanan panjang dalam meraih kebenaran sejati dari Yang Maha Sempurna, penulis mampu merampungkan penulisan tesis ini dengan judul **“Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube”**. Tesis ini merupakan bentuk karya ilmiah yang di hasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis tesis ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang komunikasi. Secara teknis sesuai procedural lembaga, tesis ini diajukan kepada program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Magister Sosial

Semua ini tidak akan didapatkan kecuali melalui insan-insan mulia yang senantiasa menjadi pembimbing dan sumber inspirasi dalam penulisan ini. Untuk itu, penulis menyampaikan terimakasih yang tiada tara kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Erma Marhumah, M. Pd.
3. Ketua Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Hamdan Daulay, M. Si., M.A
4. Dosen Pembimbing Tesis, Dr. Khadiq, M. Hum, yang telah memberikan waktu, tenaga serta pikirannya kepada penulis. Sehingga tesis ini bisa terselesaikan dengan baik.
5. Dosen Penguji Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si
6. Sekertaris prodi, dosen, karyawan dan staf jurusan Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah banyak membantu selama perkuliahan dan memberikan banyak pelajaran serta ilmu yang bermanfaat.
7. Kepada ayah teladan sepanjang masa Alm. Dr. La Malik Idris, M.Sos.i. Darimulah ananda memetik pengalaman pendidikan. *I miss U Father!*
8. Kepada Ibunda tercinta Rosmini, S.sos, sebagai ibu sekaligus Ayah yang tiada henti *mensport* anak-anaknya untuk terus berjuang menuntut ilmu dan tak kenal lelah mengajarkan ananda akan nilai sebuah kehidupan.
9. Kakak teladan Muhammad Hasyim L. Malik, S.Q, darimulah adik belajar arti dari sebuah kepedulian akan menghantarkan kepada kekayaan hati.
10. Adik-adikku; Robiatul Mujahidah Malik dan Zulfa Nouruzzaman L. Malik yang telah mengingatkan kakak akan sebuah perjuangan dalam mencari ilmu,

serta pilihan untuk menjadi diri sendiri. Semangat buat sekolahnya, kakak selalu mendoakan untuk kesuksesan kita bersama.

11. Sahabat-sahabatku; Zanni, Laili, Iis. Terimakasih udah selalu ada disamping ku dalam kegalauan ku, kalian lah penghilang penat dalam diri ini dan penghibur selama penulis di jogja.
12. Sahabat-sahabat Dakwah; Erna, Mike, Herman, Fajri, Mas Ali, Ansori, Irfan, Putra, Mugi, Sobron, Lilik, Bang Thibur dan masih banyak lagi. Terimakasih udah mengizinkan ku berteman dengan kalian, terlalu banyak bantuan yang kalian berikan sehingga aku tak mampu tuk membalasnya. Jadi kangen kalau udah kumpul bareng.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai tanda terimakasih, melainkan hanya doa yang tulus ikhlas. Semoga segala kebaikan yang diberikan semua pihak tercatat sebagai amal jariyah.

Penulis berharap semoga karya ini, dapat memberi manfaat pada diri penulis utamanya, serta orang lain. Dan dicatat sebagai ibadah. Saran dan kritik yang membantu kesempurnaan dalam karya ini selalu penulis tunggu. Akhirnya, hanya pada Allah SWT kita menggantungkan semua harapan dalam hidup ini. Mengharap selalu taufik dan hidayah Nya.

Yogyakarta, 10 Agustus 2021

Penulis,

RIF'ATUL KHOIRIAH M

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori.....	13
F. Metode Penelitian	48
G. Sistematika Pembahasan	55
BAB II : GAMBARAN UMUM TOKOH : USTADZ ABDUL SOMAD DAN USTADZ ADI HIDAYAT.....	57
A. Biografi Singkat Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat	57
B. Karya-Karya Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat.....	61
C. Channel YouTube Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat	65
D. Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat	69

BAB III : ANALISIS RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DAN USTADZ ADI HIDAYAT DALAM BERDAKWAH DI CHANNEL YOUTUBE..... 71

A. Kesesuaian Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dengan Situasi Khalayak.....	71
1. Dakwah <i>bil Hikmah</i>	73
2. Dakwah <i>bil Mau'idhah al-Hasanah</i>	78
a. Retorika <i>qaul ma'ruf</i>	79
b. Retorika <i>qaul sadid</i>	83
c. Retorika <i>qaul baligh</i>	86
d. Retorika <i>qaul layyin</i>	89
3. Dakwah <i>bil Mijadalah</i>	92
B. Struktur Penyusunan Pesan Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube	94
1. Bentuk Perhatian UAS dan UAH dalam Memberikan Daya Tarik Kepada Khalayak	94
2. Tahap Kebutuhan yang Disampaikan UAS dan UAH Kepada Khalayak	101
3. Tahap Pemuasan yang Ditanamkan UAS dan UAH dalam Setiap Pesan	110
4. Tahap Visualisasi yang Digunakan UAS dan UAH.....	119
5. Pesan UAS dan UAH yang Mengarah Agar Khalayak Melakukan Tindakan	128
C. Penggunaan Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dalam Menyampaikan Pesan.....	135
1. Karakter dan Kepribadian UAS dan UAH	136
a. Kredibilitas (<i>Credibility</i>) UAS dan UAH.....	137
b. Atraksi (<i>Attractiveness</i>) UAS dan UAH	148
c. Kekuasaan (<i>Source Power</i>) UAS dan UAH.....	153
2. Imbauan Emosional (<i>Emotional Appeals</i>) UAS dan UAH dalam Menyampaikan Pesan	164

3. Imbauan Logis (<i>Logical Appeals</i>) UAS dan UAH dalam Menyampaikan Pesan	170
a. Pengetahuan fakta historis	170
b. Kemampuan membuat analogi	172
c. Kemampuan membuat fiksi	174
d. Kemampuan mengabstraksi pengalaman.....	175
e. Kemampuan berlogika.....	177
BAB IV : PENUTUP	180
A. Kesimpulan.....	180
B. Saran	182
DAFTAR PUSTAKA	183
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	194

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 3 Macam Alat Persuasi	15
Tabel 1.2 Sistem Penyusunan Pesan	23
Tabel 3.1 Hasil Analisis Retorika Dakwah UAS dan UAH Berdasarkan Al- Qur'an.....	91
Tabel 3.2 Hasil Analisis Kesesuaian Retorika Dakwah UAS dan UAH dengan Situasi Khalayak.....	93
Tabel 3.3 Hasil Analisis Subscribers UAS dan UAH.....	93
Tabel 3.4 Hasil Analisis Bentuk Perhatian UAS dan UAH dalam Menyusun Pesan.....	101
Tabel 3.5 Hasil Analisis Tahap Kebutuhan yang Disampaikan UAS dan UAH	109
Tabel 3.6 Hasil Analisis Tahap Pemuasan UAS dan UAH dalam Menyusun Pesan.....	119
Tabel 3.7 Hasil Analisis Tahap Visualisasi yang Digunakan UAS dan UAH	128
Tabel 3.8 Hasil Analisis Tahap Tindakan UAS dan UAH dalam Menyusun Pesan.....	134
Tabel 3.9 Hasil Analisis Komponen Kredibilitas UAS dan UAH.....	148
Tabel 3.10 Hasil Analisis Daya Tarik UAS dan UAH.....	153
Tabel 3.11 Hasil Analisis Kekuasaan (<i>Power</i>) UAS dan UAH.....	161
Tabel 3.12 Hasil Analisis Dimensi Ethos Retorika Dakwah UAS dan UAH	163
Tabel 3.13 Hasil Analisis Dimensi Pathos Retorika UAS dan UAH.....	169
Tabel 3.14 Hasil Analisis Dimensi Logos Retorika UAS dan UAH	179

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Penggunaan Media Sosial Tahun 2021	4
Gambar 1.2 Asumsi Retorika Menurut Aristoteles.....	29
Gambar 1.3 Bagan Ethos, Pathos, dan Logos Aristoteles.....	30
Gambar 2.1 Dasbor Statistik YouTube Ustadz Abdul Somad Official	65
Gambar 2.2 Tonggak Sejarah Subscribers UAS	66
Gambar 2.3 Dasbor Statistik YouTube Adi Hidayat Official	67
Gambar 2.4 Data Riwayat Tampilan YouTube UAH.....	68
Gambar 3.1 Foto UAS saat mengilustrasikan surga	140
Gambar 3.2 Foto UAH saat menjelaskan tentang iman.....	140
Gambar 3.3 Potret Sederhana UAS Naik Motor Klasik	146
Gambar 3.4 Potret Sederhana UAH Berfoto dengan Penjahit.....	147



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Retorika dalam catatan sejarah menjadi alternatif untuk melawan tiran. Contohnya di Syracus, Hieron seorang penguasa bertangan besi telah menguasai tanah penduduknya. Untuk mendapatkan kembali tanah rampasan tersebut, orang-orang harus memiliki kepandaian berbicara untuk meyakinkan hakim bahwa tanah yang dirampas adalah tanahnya.¹ Pada awal abad ke XX, orang-orang terkenal di dunia pada umumnya ialah orang yang mahir beretorika. Nama-mana besar yang terkenal ialah Hitler, J.Nehru, M.Gandhi, Dr.Sun Yat Sen dan mayoritas Presiden Amerika Serikat.² Di Indonesia bisa dilihat pemimpin-pemimpin Pergerakan Nasional seperti Sukarno, M.Husni Thamrin, H.Agus Salim, Syahrir, Adam Malik dan lain-lain, mereka adalah orang yang hebat berbicara di depan umum.

Dengan kepandaian berbicara, mereka telah berhasil memperjuangkan kemerdekaan Negara Republik Indonesia. Sukarno bisa menguasai tampuk Pemerintahan RI sampai zaman orde lama dikarenakan bakat kepandaiannya dalam berpidato di depan publik. Oleh sebab itu peranan retorika dalam kehidupan sangat besar. Bukan hanya di bidang politik, retorika juga dibutuhkan dalam ranah dakwah. Sebagaimana agama Islam mengajarkan

¹ Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 4.

² Gentasri Anwar, *Retorika Praktis: Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), 4.

untuk mengajak kepada kebaikan dan mencegah keburukan (*amar ma'ruf nahi munkar*).

Retorika juga sangat penting dalam kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat, terlepas dari latar belakang masing-masing. Dikarenakan setiap orang pasti berinteraksi dengan yang lain, hendaknya ia berperilaku baik dalam interaksi tersebut agar kehidupannya tidak sulit. Oleh sebab itu, ia harus memahami dan pandai berbicara serta bertindak dengan baik. Di situlah persuasi dan retorika menjadi penting. Melihat bahwa retorika sangat melekat pada eksistensi manusia, Herrick kemudian menyebut manusia sebagai *rhetorical being* (pengada retorik).³

Anwar berpendapat retorika ialah ilmu dan juga seni. Artinya ilmu retorika dapat dipelajari secara sistematis dan juga teratur. Sedang sebagai seni, retorika akan berkembang dan dikuasai oleh mereka yang memilikinya secara alamiah.⁴ Retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu *rhetorikos* yang memiliki arti kecakapan berpidato. Kata tersebut berkaitan dengan kata *rhetor* yaitu pembicara public. Lalu terkait dengan kata *rhema* yang bermakna perkataan. Sehingga secara etimologis, retorika merupakan kecakapan berpidato sebagai pembicara publik yang memiliki kebiasaan mengolah kata.⁵

Apabila disandingkan dengan dakwah maka retorika dakwah bermakna seni berbicara seorang *da'i* dalam menyampaikan dakwahnya kepada khalayak untuk melakukan perintah Allah dan menjauhi larangannya.

³ Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, 5.

⁴ Anwar, *Retorika Praktis: Teknik dan Seni Berpidato*, 5.

⁵ Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, 1.

Menggunakan kata retorika dalam dakwah, tugas da'i bukan hanya terpaku pada penyampaian dakwah saja. Melainkan bagaimana agar khalayak atau mad'u bisa melakukan apa yang disampaikan oleh da'i. Retorika lebih bersifat mempengaruhi, sehingga mad'u melakukan ajaran agama dengan senang hati tanpa harus terpaksa.

Saat ini dengan teknologi yang semakin masif, para da'i bisa memanfaatkannya guna menyebarkan syiar Islam. Sebagaimana yang dilakukan oleh kedua da'i kondang Ustadz Abdul Somad (UAS) dan Ustadz Adi Hidayat (UAH). Mereka menggunakan media YouTube sebagai sarana dakwah. Ribuan bahkan milyaran penonton dari segala penjuru dunia dapat mengakses dakwah beliau. Ustadz Abdul Somad menggunakan nama akun Ustadz Abdul Somad Official memiliki subscribers yang mencapai 2.04 Milyar dan 1,145 video telah diupload⁶. Sedang Ustadz Adi Hidayat dengan akun Adi Hidayat Official telah mengupload 550 video yang ditonton sampai 55,58 juta orang.⁷

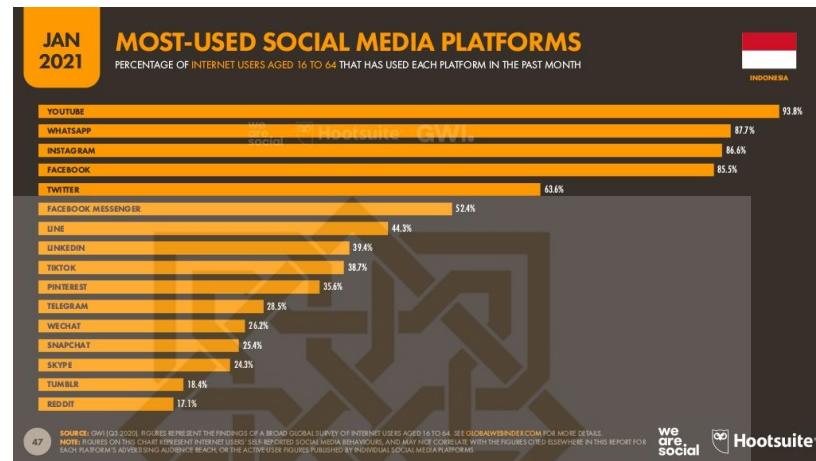
Berdasarkan riset agensi *marketing* We Are Social dan perusahaan aplikasi manajemen medsos Hootsuite, YouTube merupakan medsos yang paling sering digunakan dalam kurun waktu sebulan. YouTube digunakan oleh 93,8 persen seluruh pengguna internet di Indonesia yang berumur 16 sampai 64 tahun.

⁶ "Ustadz Abdul Somad Official - YouTube," diakses 21 Mei 2021, <https://www.youtube.com/>.

⁷ "Adi Hidayat Official YouTube Channel Analytics and Report," diakses 21 Mei 2021, https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ?utm_source=facebook.

Gambar 1.1

Presentase Penggunaan Media Sosial Tahun 2021



Sumber : portal online hasil riset wearesocial.com⁸

YouTube merajai presentase terbanyak. Disusul dengan whatsapp 87,7 persen, dengan rentan umur yang sama. Selanjutnya diikuti instagram, facebook dan twitter. Meskipun YouTube menempati presentase akses paling teratas, durasi penggunaan masih kalah dengan aplikasi whatsapp. Pengguna whatsapp di Indonesia rata-rata menghabiskan 30,8 jam perbulan. Sedang pengguna YouTube rata-rata menggunakan durasi 25,9 jam perbulan.⁹

Melalui presentase di atas dapat disimpulkan bahwa YouTube merupakan salah satu media yang banyak digunakan untuk melihat beragam konten video. Penggunaan YouTube sebagai media dakwah merupakan alternatif yang sangat baik untuk menjangkau banyak kalangan. Selain itu, akan memudahkan Islam tersebar disegala pelosok dunia. Pemilihan kedua

⁸ “Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021,” DataReportal – Global Digital Insights, diakses 10 Mei 2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.

⁹ “Digital in Indonesia.”

tokoh sebagai objek kajian ialah dikarenakan kedua tokoh tersebut menjadi primadona masyarakat, siaran dakwahnya banyak dinantikan. Tak heran apabila video ceramah mereka banyak disaksikan oleh ratusan ribu hingga milyaran orang. Kedua tokoh ini juga sangat aktif dalam melakukan dakwah di Indonesia, kemudian dipublikasikan lewat channel YouTube.

Menurut hasil pengamatan peneliti, Ustadz Abdul Somad telah bergabung di YouTube sejak 25 Juni 2019.¹⁰ Sedang Ustadz Adi Hidayat *joined* 28 Februari 2019.¹¹ UAS setiap minggu bisa mengupload 3-9 video. Dalam sebulan bisa mengunggah 29 hingga 42 video. Sedang UAH mengupload 6-26 video per minggu dan 15 sampai 46 video perbulan. Selain itu keduanya juga sering melakukan live streaming. Peneliti akan berfokus meneliti video ceramah kedua tokoh yang diupload sejak 2020-2021, dengan tujuan agar video yang dianalisis tidak terlalu melebar.

Selain itu, peneliti memilih kedua tokoh untuk diperbandingkan bukan tanpa alasan, salah satunya ialah dikarenakan mereka memiliki kredibilitas yang setara. UAS dan UAH sama-sama bergelar L.c (*Licence*). UAS mengambil studi S1 di Al-Azhar Kairo, Mesir.¹² Sedangkan UAH di Tripoli Libya.¹³ Keduanya juga pernah mengenyam ilmu pesantren. UAS di

¹⁰ “Ustadz Abdul Somad Official - YouTube,” diakses 7 Juni 2021, <https://www.youtube.com/c/UstadzAbdulSomadOfficial/about>.

¹¹ “Adi Hidayat Official - YouTube,” diakses 7 Juni 2021, <https://www.youtube.com/c/AdiHidayatOfficial/about>.

¹² “Biografi Ustadz Abdul Somad - Riwayat Sang Ustadz Kondang - Tokoh.Co.Id,” diakses 10 Maret 2021, <https://tokoh.co.id/biografi-ustadz-abdul-somad/>.

¹³ Wink, “Biografi Ustadz Adi Hidayat, Profil Dan Biodata Lengkap Ustadz Kondang | Biografiku.com,” 3 Agustus 2018, <https://www.biografiku.com/profil-dan-biografi-ustadz-adi-hidayat-lc-ma/>.

Pesantren Darularafah Deli Serdang. UAH di Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Garut.

Penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai retorika yang digunakan kedua tokoh hingga mampu memberikan pesan dakwah dengan cara yang mudah dipahami dan membuat khalayak mengerti ajaran Islam. Tujuan dari penelitian ini ialah melihat kesesuaian retorika dakwah UAS dan UAH dengan situasi khalayak dan retorika dakwah yang digunakan keduanya dalam menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat lewat media YouTube. Penelitian ini akan menjadi sumbangsih serta pelajaran bagi generasi selanjutnya khususnya lembaga dakwah untuk turut andil di tengah arus informasi teknologi, saat ini dikenal dengan era *post-truth* (pasca kebenaran). Selain itu, tokoh masyarakat bisa menjadikan kedua tokoh di atas sebagai teladan dalam menjalankan dakwahnya.

B. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang di atas, penulis menggunakan beberapa rumusan masalah guna menjawab semua persoalan yang dihadapi. Berikut adalah pertanyaan yang dirumuskan;

1. Bagaimana kesesuaian antara retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dengan situasi khalayak pada ceramah di Channel Youtube?
2. Bagaimana penggunaan retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dalam menyampaikan Syiar Islam melalui Channel Youtube?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penulisan penelitian ini bukanlah tanpa tujuan. Penulis berusaha untuk menghasilkan gagasan serta analisis dalam penelitian ini dengan tujuan sebagai berikut;

1. Mengeksplorasi pemaknaan retorika dakwah
2. Mengaplikasikan retorika dakwah dalam menyampaikan syiar Islam
3. Memaknai pentingnya peran tokoh agama dalam menyuarakan dakwah di era post truth

Di mana ada tujuan, maka ada hasil. Sebesar apapun tujuan peneliti untuk memperoleh hasil maksimal, maka akan ada manfaat di balik jerih payah tersebut, diantaranya adalah:

1. Bagi pengembangan pengetahuan

Dengan adanya kajian ini, maka peneliti turut menyumbangkan segenap pemikiran tentang besarnya peran tokoh masyarakat di era digital. Melihat dari banyaknya fakta akan hal tersebut, yang akan dipaparkan dalam kajian dakwah digital yang marak terjadi saat ini. Penggunaan retorika yang baik dan benar dalam dakwah membuat khalayak tertarik untuk mendengarkan ceramah. Dan menjadikan khalayak memahami akan pesan dakwah. Oleh sebab itu, kajian ini begitu penting guna memahami bagaimana retorika dakwah berperan dalam menyampaikan pesan dakwah.

2. Bagi masyarakat

Kajian ini menjadi salah satu sumbangsih yang perlu diaplikasikan dalam penggunaan teknologi secara bijak. Dan pentingnya memahami

sumber dakwah yang akurat untuk dijadikan pijakan di era digital. Sehingga masyarakat bisa lebih *aware* dalam menggunakan fasilitas jaringan internet dengan cerdas. Selain itu, masyarakat akan memahami penggunaan retorika yang digunakan Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat.

3. Bagi Peneliti

Memahami fenomena-fenomena komunikasi di era post truth, membuat penulis mengerti akan besarnya peran akademisi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan konsentrasi pendidikannya. Dalam hal ini, Komunikasi dan Penyiaran Islam memiliki beragam tantangan yang perlu diselesaikan. Salah satunya ialah munculnya da'i-da'i Youtube tanpa tahu pasti sumber ajaran yang diterima, apakah berlandaskan hadist *shohih* atau *dhaif*. Disinilah pentingnya melihat latar belakang da'i sebelum menerima pesan dakwahnya.

Selain itu, manfaat utama dari kajian ini yaitu akan menghantarkan peneliti dalam pemerolehan tingkat studi Strata Dua (S2) dan melewati ujian tesis demi melancarkan proses peraihan gelar magister.

D. Kajian Pustaka

Penelitian mengenai retorika dakwah sudah banyak diteliti dengan menggunakan tokoh yang beragam, secara umum sudah banyak ditemukan di beberapa penelitian bahkan buku. Namun untuk penelitian khusus membandingkan retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat belum diteliti secara mendalam khususnya dalam penyampaiannya di media Youtube. Di sinilah tugas peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai

bagaimana retorika dakwah yang digunakan kedua tokoh tersebut. Menjamurnya teknologi serta akses internet yang begitu kuat di kalangan masyarakat menimbulkan banyak problematika tersendiri, khususnya dibidang penyerapan informasi agama. Berdasarkan penelitian ini, penulis akan menjabarkan beberapa penelitian serupa diantaranya adalah;

Penelitian yang mengkaji tentang “*Gaya Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Ceramah ‘Keluarga yang Dirindukan Rasulullah’ Pada Media Youtube*” ditulis oleh Masrun Billah, Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel. Billah banyak memaparkan mengenai gaya dakwah yang digunakan Ustadz Adi Hidayat dalam berceramah. Penulis menjabarkannya menjadi tiga aspek, yaitu; gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa Ustadz Adi Hidayat menggunakan gaya bahasa resmi dan tidak resmi, bahasa percakapan adalah yang paling dominan digunakannya. Adapun struktur kalimat yang digunakan ialah bahasa paralelisme, antitesis & repetisi, tautotes & epizeuksis. Sedang dalam gaya suara ia sangat memperhatikan nada suara seperti pitch, pause, penekanan, dan kecepatan dalam menyampaikan ceramahnya mengenai keluarga yang dirindukan Rasulullah Saw. Terakhir adalah gaya tubuh Ustadz Adi Hidayat banyak menggunakan gerak non verbal. Seperti, melakukan kontak mata, menggunakan mimik wajah dengan menampilkan rasa marah, sedih maupun kecewa. Disertai dengan gerakan tangan yang teratur.¹⁴

¹⁴ Masrun Billah, *Gaya Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Ceramah ‘Keluarga yang Dirindukan Rasulullah’ Pada Media Youtube* (Surabaya: Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018), 102–103.

Penelitiannya dilakukan menggunakan penelitian kualitatif non kuantitatif. Data bersumber dari observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan model analisis Miles Huberman

Persamaan dengan penelitian ini ialah peneliti akan menggunakan pendekatan *library research* dan membahas mengenai retorika dakwah. Namun penelitian terdahulu lebih banyak membahas mengenai gaya retorika Ustadz Adi Hidayat. Selain itu, perbedaan dengan penelitian di atas adalah analisis yang digunakan ialah analisis retorika yang dikembangkan oleh Aristoteles terhadap tokoh yang telah dipilih. Penulis juga akan menganalisis respon audiens dalam menerima pesan dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat. Penelitian ini menggunakan studi perbandingan diantara dua tokoh untuk melihat proses penyampaian pesan dakwah virtual. Fokus dalam penelitian ini ialah melihat bagaimana Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat menggunakan retorika dakwah dalam melangsungkan dakwahnya di Youtube Channel.

Kajian pustaka selanjutnya ialah yang ditulis oleh Siti Dewi Wulandari mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung yang berjudul "*Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)*" Penelitian tersebut dan sekarang sama-sama mengkaji retorika dakwah, namun dengan kajian yang berbeda. Penelitian sekarang membahas retorika dakwah yang terimplementasikan oleh kedua tokoh masyarakat; Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat.

Kesamaannya terdapat pada objek kajian yang sama yaitu Ustadz Abdul Somad di Media Youtube. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada persepsi mahasiswa. Sehingga hasil yang didapatkan berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa dakwah di UIN Raden Intan Lampung. Jika penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian jenis lapangan (*field research*), penelitian sekarang menggunakan metode penelitian pustaka (*library research*).

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya terletak pada rumusan masalah dan tujuan penelitian. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah melihat kesesuaian retorika dakwah dengan situasi khalayak dan penggunaan retorika dakwah dua da'i dengan menggunakan studi perbandingan. Sedangkan penelitian sebelumnya merumuskan persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah Ustadz Abdul Somad di Media YouTube. Penelitian ini tidak hanya mengkaji penggunaan retorika dakwah, namun juga menganalisis respons audiens terhadap dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat.

Hasil dari penelitian terdahulu menemukan bahwa, persepsi mahasiswa mengenai retorika Ustadz Abdul Somad menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami, seperti bahasa sehari-hari. Adapun teknik retorika yang digunakan ialah teknik persuasif yaitu dapat mempengaruhi orang lain dari segi

psikologis, rekreatif yaitu dapat menghibur mad'u dengan humor yang segar, dan terakhir logos yaitu dapat meyakinkan khalayak melalui logika.¹⁵

Penelitian yang relevan selanjutnya ditulis oleh Nurul Muzayyana Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, yang berjudul “*Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Youtube Serta Efeknya Terhadap Public*”. Muzayyana menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan data primer dan skunder melalui video-video Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Youtube. Adapun hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi yang digunakan keduanya dalam berdakwah ialah dengan menggunakan ayat-ayat Al-Qur'an maupun hadist Nabi. Mereka juga melakukan kajian dengan membahas kitab maupun tafsir. Penggunaan humor dan lelucon banyak dilakukan oleh Ustad Abdul Somad, sedang Ustadz Adi Hidayat banyak menganalisis isu-isu yang sedang berkembang di masyarakat. Adapun gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad terlihat lebih tegas dan bijak, sedang Ustadz Adi Hidayat lebih terlihat tenang dan ramah.¹⁶

Penelitian di atas sama-sama menggunakan objek penelitian youtube channel Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat. Subjek penelitian terdahulu berbeda dengan penelitian sekarang, penelitian sebelumnya mencari strategi dan gaya komunikasi yang dilakukan kedua

¹⁵ Siti Dewi Wulandari, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)* (Lampung: Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018), 91.

¹⁶ Nurul Muzayyana, *Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di YouTube Serta Efeknya Terhadap Public* (Lampung: Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2020), 110.

tokoh. Sehingga yang diperoleh adalah rancangan dan cara berinteraksi kedua tokoh ketika berdakwah melalui YouTube. Adapun perbedaan dengan penelitian sekarang ialah melihat kesesuaian retorika dakwah dengan situasi khalayak serta retorika dakwah yang digunakan kedua tokoh dalam melangsungkan dakwahnya di channel YouTube.

Penelitian terdahulu memiliki rumusan masalah apa saja strategi dan gaya komunikasi Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dalam penyampaian dakwah melalui YouTube, perbedaan strategi dan gaya komunikasi dakwah, serta efek pesan dakwah kedua tokoh terhadap publik.¹⁷ Sedang rumusan masalah penelitian saat ini ialah mengkaji bagaimana kesesuaian retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat dengan situasi khalayak serta penggunaan retorika dakwah maupun respon audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan kedua tokoh. Sehingga jelas bahwa penelitian sekarang memiliki rumusan masalah yang berbeda dibanding penelitian terdahulu.

E. Kerangka Teori

Penulis akan membahas problema dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa konsep teori. Dengan itu akan memudahkan penulis dalam mengkaji secara runtut dan terstruktur. Adapun beberapa teori yang penulis gunakan ialah sebagai berikut;

¹⁷ Muzayyana, 11.

1. Retorika Dakwah

Retorika di dalam Islam sering disebut dengan *khutbah* atau *khithâbah*, yaitu merupakan bentuk *mashdar* dalam bahasa Arab. Asal katanya ialah *خطبة- خطابة* - *يخطب- خطب* yang bermakna menyampaikan pidato atau orasi.¹⁸ Ibnu Rusyd berpendapat retorika merupakan kemampuan seseorang untuk meyakinkan orang lain.¹⁹ Yusuf Zainal Abidin mengatakan bahwa retorika adalah seni berpidato maupun berargumentasi dengan menggunakan kata yang baik, benar serta lancar. Dengan tujuan mempengaruhi pendengar serta mengajak seseorang untuk bertindak.²⁰

Retorika menurut Aristoteles didefinisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia pada setiap keadaan yang dihadapi. Fungsi ini hanya dimiliki oleh seni retorika.²¹ Retorika sangat erat kaitannya dengan dialektika, keduanya saling berkaitan dengan pengetahuan umum banyak orang dan tidak termasuk sebagai cabang ilmu tertentu. Menurut Campbell retorika hendaknya diarahkan kepada upaya “*mencerahkan pemahaman, menyenangkan imajinasi, menggerakkan perasaan, dan mempengaruhi kemauan.*”²²

Sebagian alat persuasi merupakan bagian dari seni retorika, sedang sebagian yang lainnya berada di luar cakupan seni retorika. Adapun alat

¹⁸ Ibnu Manzûr, *Lisân al- 'Arab, pada pembahasan khatab* (Libanon: Dar al-Fikr, t.t.), 301.

¹⁹ Lalu Ahmad Zaenuri, *Retorika Dakwah (teori dan praktik)* (Yogyakarta: Indie Book Corner, 2013), 1.

²⁰ Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 17.

²¹ Aristoteles, *Retorika Seni Berbicara* (Yogyakarta: Basabasi, 2018), 17.

²² Jalaluddin Rakhmat

, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 12.

persuasi yang berada di luar cakupan seni retorika adalah segala sesuatu yang tidak berasal dari pembicara dan sudah ada sejak awal: saksi-saksi, bukti yang diberikan di bawah tekanan, kontrak tertulis, dan lainnya. Alat persuasi yang merupakan seni retorika adalah segala sesuatu yang bisa dibuat oleh pembicara menggunakan prinsip-prinsip retorika. Yang pertama hanya tinggal digunakan, sementara yang kedua harus ditemukan.

Terdapat tiga macam alat persuasi yang dapat dibuat oleh pembicara yaitu:

Tabel 1.1

3 Macam Alat Persuasi



Sumber : Aristoteles, *Retorika Seni Berbicara*, h 20-21.

Pertama ditentukan oleh karakter personal pembicara. Yang *kedua* dengan menempatkan audiens ke dalam kerangka berpikir tertentu. Yang *ketiga* ditentukan oleh pembuktian semua yang berasal dari isi pidato itu sendiri.²³ Persuasi akan berhasil dicapai melalui karakter personal pembicara. Komunikan akan mudah mempercayai seseorang yang baik dan memiliki kredibilitas yang tinggi, sehingga pesan akan mudah tersampaikan. Persuasi seperti ini harus dicapai melalui apa yang dikatakan pembicara, bukan melalui apa yang dipikirkan mengenai karakter pembicara sebelum ia mulai berbicara.

²³ Aristoteles, *Retorika Seni Berbicara*, 20.

Beberapa penulis retorika berasumsi bahwa karakter baik yang diperlihatkan pembicara tidak memiliki kontribusi terhadap kekuatan persuasinya. Padahal sebaliknya karakter dapat dikatakan alat persuasi yang paling efektif. Yang kedua, persuasi akan sampai kepada pendengar ketika isi pembicaraan bisa menggerakkan emosi pendengar. Bahasan mengenai ini akan dijelaskan secara detail di pembahasan emosi. Yang ketiga, persuasi efektif akan dicapai melalui isi pembicaraan ketika kita bisa menggunakan kebenaran dan pembuktian melalui argumen-argumen persuasif yang sesuai dengan keadaan yang dihadapi.²⁴

Terdapat beberapa prinsip persuasi yang dikemukakan oleh Hogan, Robert B. Cialdini (2001) dalam bukunya *influence: Science and Practice*. Diantaranya ialah prinsip timbal-balik (*reciprocity*), prinsip komitmen dan konsistensi (*commitment/consistency*), prinsip pembuktian sosial (*social proof*), prinsip rasa suka (*liking*), prinsip otoritas (*authority*), dan prinsip kelangkaan (*scarcity*). Untuk memahami teknik komunikasi persuasif, di dalamnya memahami beberapa hukum persuasi. Kevin Hogan menyebutkan bahwa terdapat sembilan hukum persuasi yang berperan dalam hidup manusia, yakni hukum timbal-balik, hukum pertemanan, hukum harapan, hukum kontras, hukum asosiasi, hukum konsistensi, hukum kelangkaan, hukum kompromi, dan hukum kekuasaan.²⁵

²⁴ Aristoteles, 21.

²⁵ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), 270.

Dakwah dari segi bahasa atau semantik berasal dari bahasa Arab “*da’wah*” (الدعوة) yang berarti memanggil, menyeru, mengundang, mendoakan, mendorong. Abu Bakar Zakaria mendefinisikan dakwah sebagai usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan agama Islam untuk melakukan pengajaran kepada khalayak sesuai dengan kemampuan masing-masing mengenai segala problema di masyarakat tentang keagamaan. Toha Yahya Umar berpendapat bahwa dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan yang benar dengan cara yang bijaksana sesuai dengan perintah Tuhan demi kemaslahatan dunia dan akhirat.²⁶

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa dakwah adalah jalan untuk menyebarkan ajaran agama Islam untuk mengajak seseorang kepada jalan Tuhan. Menurut Kustadi Suhandang di dalam pengertian dakwah terdapat dua istilah, pertama, dakwah islamiyah atau *di’ayah Islam* yang berfokus pada seruan Islam, panggilan Islam, dan semua ajaran yang terdapat dalam Al-Qur’an dan hadits yaitu *sabilillah*. Kedua, dakwah yang bermakna kewajiban bagi semua kaum muslimin untuk melakukan dakwah ilmiah dengan cara memanggil dan mensyiarakan ajaran Islam.²⁷

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Retorika dakwah ialah seni berbicara untuk mempengaruhi khalayak dalam melakukan kebaikan dan meninggalkan kemungkaran. Penelitian ini akan menganalisis retorika dakwah yang digunakan oleh Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi

²⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 5–11.

²⁷ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 11–12.

Hidayat, adapun teori yang digunakan ialah teori retorika Aristoteles. Aristoteles beranggapan bahwa pendengar sangat penting bagi efektivitas seorang pembicara. Bisa dikatakan bahwa pada akhirnya para pendengarlah, yang menentukan akhir dan tujuan dari pesan yang diterima. Dengan begitu orator hendaknya melihat posisi pendengar dan menyesuaikan isi pembicaraan dengan kondisi audients.

a. Ruang Lingkup Retorika

Aristoteles berpendapat retorika tidak hanya menjangkau masalah berpidato saja, melainkan cakupannya lebih luas dari pada berpidato dan bertutur lisan. Retorika juga mencakup masalah-masalah dalam bahasa tulisan. Bermakna bahwa retorika ruang lingkupnya ialah seputar masalah bertutur. Adapun ruang lingkup yang dirinci oleh Jalaluddin Rakhmat ialah sebagai berikut:

1. Tahap persiapan pidato
2. Tahap penyusunan pidato
3. Tahap penyampaian pidato
4. Cara-cara pidato
5. Pidato-pidato khusus
6. Evaluasi pidato

Adapun dalam penelitian ini, penulis akan berfokus pada dua tahap berpidato yaitu tahap penyusunan dan penyampaian pidato. Peneliti akan lebih detail dan fokus pada kedua tahap tersebut guna melihat retorika dakwah UAS dan UAH.

1. Tahap penyusunan pidato

Penyusunan pidato hendaknya memiliki tiga prinsip komposisi, adanya prinsip tersebut akan mempengaruhi seluruh organisasi pesan. Raymond S. Ross mengatakan “*These three great rhetorical principles have a profound bearing upon how we should organize messages*”. Berikut adalah prinsip-prinsipnya:²⁸

a) Kesatuan (*unity*)

Sebuah pidato yang baik ialah pidato yang memiliki komposisi yang menyatu. Aristoteles membandingkan komposisi sebagai satu tubuh yang tidak bisa dipisah. Apabila salah satunya tidak terpebuhi, akan mengakibatkan rasa yang tidak nikmat. Dalam hal ini, pidato hendaknya memiliki kesatuan yang utuh. Meliputi kesatuan dala *isi*, *tujuan*, dan *sifat (mood)*.

Isi pidato harusnya memiliki gagasan tunggal yang mendominasi seluruh uraian. Sebagai contoh tema Ustadz Abdul Somad “Habiskan Cinta Itu Untuk Allah”, maka UAS tidak akan membahas mengenai kepercayaan kepada Allah, sifat Allah, atau dalil-dalil mengenai keberadaan Allah. UAS mengurai tentang cinta kepada Allah hendaknya lebih besar dibanding cinta kepada makhluk.

Komposisi selanjutnya ialah pidato hendaknya mempunyai tujuan. Diantara tujuannya ialah – menghibur,

²⁸ Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, 32–34.

memberitahukan, dan mempengaruhi. Dalam menyampaikan pidato persuasif atau mempengaruhi, boleh menggunakan cerita-cerita lucu guna menambah daya persuasi pembicaraan. Namun apabila cerita lucu tidak memiliki keterikatan dengan tema pidato, hendaknya dibuang.

Terakhir hendaknya kesatuan terlihat melalui sifat pembicaraan (*mood*). Dalam penyusunan pidato hendaknya melihat situasi dan kondisi tempat, selanjutnya disesuaikan dengan sifat pembicaraan seperti; formal, informal, anggun, serius, atau bermain-main. Apabila dihadapkan dengan acara informal, maka bahan pidato, gaya bahasa, dan pemilihan kata-kata harus menyesuaikan.

Apabila semua kesatuan diatas terpenuhi, maka akan tercipta suasana yang nyaman. Untuk itu, da'i hendaknya memiliki ketajaman pikiran dan juga kemauan kuat untuk membuang hal-hal yang mubadzir. Seringkali da'i tergoda untuk memasukkan bahan ceramah yang menarik, meskipun tidak berfaedah. Kurangnya kesatuan akan menyebabkan mad'u menggerutu "ngawur", bertele-tele, pembicaraan tidak jelas, dan meloncat-loncat.

b) *Pertautan (coherence)*

Pertautan ialah keterikatan uraian yang saling berhubungan satu sama lain. Melalui pertautan akan menjadikan

pokok bahasan berpindah dari satu hal ke yang lain lancar. Sebaliknya, apabila pertautan hilang akan menimbulkan gagasan yang tersendat sehingga khalayak tidak mampu menarik gagasan pokok dari seluruh pembicaraan. Hal ini biasanya disebabkan oleh perancangan yang kurang matang, pemikiran yang ceroboh, serta penggunaan kata-kata yang jelek.

Untuk menjaga adanya pertautan dengan menggunakan tiga cara yaitu; *ungkapan penyambung (connective phrases)*, *paralelisme* dan *gema (echo)*. Ungkapan penyambung ialah kata yang digunakan untuk merangkai kalimat atau menyatukan bagian-bagiannya. Seperti contoh dibawah ini:

Walaupun, selain itu, jadi, karena itu, sebagai contoh, misalnya, sebaliknya, dengan perkataan lain, sebagai ilustrasi, bukan saja..., tidak berbeda dengan ini..., tetapi juga..., hal-hal tersebut perlu diperhatikan..., akibat semuanya ini..., demikian..., contoh berikutnya ialah..., dan yang terpenting dari semuanya ini..., dst.

Selanjutnya ialah *paralelisme* yaitu mensejajarkan atau menyatukan struktur kalimat yang sejenis dengan ungkapan yang sama untuk setiap pokok pembicaraan. Misalnya, “Pemuka pendapat memiliki empat ciri: Ia mengetahui lebih banyak , ia berpendidikan lebih tinggi, ia memiliki status terhormat, dibanding masyarakat lain”.

Gema (*echo*) ialah gagasan yang terdapat dikalimat terdahulu kemudian diulang kembali pada kalimat baru. Gema dapat berupa sinonim, perulangan kata, istilah lain yang

menggantikan kata terdahulu, atau kata ganti *seperti ini, itu, hal tersebut, ia, mereka*, dsb. Berikut contoh gema “yang dicetak miring”

Ketiga hal tersebut di atas menentukan berhasil tidaknya pendidikan. Yang disebut terakhir, yaitu masyarakat, amat banyak pengaruhnya tetapi amat sedikit mendapat perhatian.

c) Titik berat (*emphasis*)

Jika kesatuan dan pertautan memudahkan khalayak untuk menyerap isi ceramah. Maka titik berat memberikan bagian-bagian penting dari keseluruhan ceramah agar diperhatikan. Adapun titik berat tergantung dari pokok bahasan yang disampaikan. Gagasan utama, uraian, pemikiran baru, perbedaan pokok ialah contoh-contoh yang harus dititik beratkan kepada khalayak. Dalam penulisan, tanda garis bawah, huruf tebal, garis miring, merupakan bagian dari titik berat. Sedang dalam penyampaian lisan, tekanan suara yang dinaikkan, hentian, perubahan nada, isyarat, dan sebagainya. Atau bisa didahului dengan kalimat penjelas seperti “Akhirnya sampailah kepada inti pembicaraan saya, saudara-saudara yang terpenting bagi kita ialah...”, dan lain sebagainya.

Itulah ketiga prinsip komposisi dalam penyusunan pesan. Adanya kesatuan dan pertautan akan menjadikan pembahasan menjadi menarik dan teratur. Selanjutnya beberapa gagasan

hendaknya ditonjolkan dan ditekankan. Sehingga pesan utama atau titik berat tersampaikan kepada khalayak.

2. Sistem Penyusunan Pidato

Pidato yang tersusun tertib akan menciptakan suasana yang favorabel, membangkitkan minat, memperlihatkan bagian-bagian pokok pesan sehingga mudah dimengerti, mempertegas gagasan pokok serta menunjukkan perkembangan pokok pikiran yang logis. Untuk itu dalam penyusunan isi pesan dibutuhkan organisasi dan pengaturan pesan yang terstruktur. Berikut adalah sistem penyusunan pesan yang dikutip dari Raymond S. Ross.²⁹

Tabel 1.2

Sistem Penyusunan Pesan

	Hollingsworth	Ross	Hovland	Miller & Dollard	Monroe
Introduction	Attention	Attention	Attention	Drive	Attention
Body	Interest Impression Conviction	Need Plan Objections	Compre- Hension	Stimulus Response	Need Satisfaction Visualization
Conclusion	Direction	Reinforce- ment Action	Acceptance	Reward	Action

Sumber : Raymond S. Ross, *Persuasion; Communication and Interpersonal Relations*, h 185.³⁰

²⁹ Rakhmat, 37.

³⁰ Raymond S Ross, *Persuasion; Communication and Interpersonal Relations* (New Jersey: Prentice: Hall Inc, 1974), 185.

Penelitian ini akan berfokus pada sistem penyusunan pesan Alan H. Monroe, dikarenakan memiliki sistem yang lengkap, terurai dan praktis untuk diterapkan. Monroe menyebutkan lima tahapan dalam penyusunan pidato, yaitu: *perhatian, kebutuhan, pemuasan, visualisasi, dan tindakan*.

Tidak seluruh tahapan di atas terdapat pada setiap jenis pidato. Pidato *rekreatif*, pembicara hanya berada pada tahap perhatian secara terus menerus. Pada tahap ini khalayak diharapkan memberikan *respons*, “*Saya akan dan terus mendengarkannya, sebab saya menyukainya*”. Pidato *informatif*, pembicara menggunakan tiga tahap yaitu: tahap perhatian, tahap kebutuhan, dan tahap pemuasan. Awalnya perhatian khalayak dibangkitkan, kemudian pembicara menyajikan apa yang dibutuhkan khalayak untuk menunjukkan hasrat ingin tahu. Terakhir disajikan informasi itu sendiri guna mendapatkan kepuasan khalayak. Pada pidato *persuasif*, semua tahap harus dilalui. Berikut adalah uraian dari tiap tahap penyusunan pesan:

a) Tahap *perhatian*

Pada tahapan ini ialah bagian dari awal pembicara menarik perhatian khalayak. Khalayak akan memutuskan untuk mendengar ceramah disaat isi pesan pembukaan menarik. Oleh sebab itu, seorang juru pidato atau da'i hendaknya berusaha *membuat* khalayak menaruh perhatian. Tahap ini bisa dikuasai

dengan cara mempelajari dan terus mempraktekkan cara-cara melakukan pembukaan pidato.

b) Tahap kebutuhan

Jenis tahap kebutuhan disesuaikan dengan tujuan pidato.

Pada pidato informatif, pembicara hendaknya membuat khalayak merasakan kurangnya pengetahuan mengenai pokok pembicaraan. Sehingga mereka menyadari betapa pentingnya informasi yang diterima. sedang pidato persuasif lebih menekankan pada perubahan, pada tahap ini pembicara membangkitkan rasa tidak puasa terhadap keadaan. Persoalan penting harus ditunjukkan dengan jelas. Meski dengan adanya perbedaan di atas, tahap kebutuhan tetap memiliki satu pola pengembangan yang sama. Diantaranya ialah menggunakan empat macam teknik pengembangan:

(1) Pernyataan (*statement*) ialah pernyataan mengenai

masalah tertentu dan pentingnya informasi untuk disampaikan.

(2) Ilustrasi (*illustration*) yaitu menceritakan beberapa contoh sebagai perumpamaan yang sesuai dengan kebutuhan. (3)

Ramifikasi (*ramification*) ialah menambahkan contoh pembahasan dan beberapa teknik pengembangan bahasan, untuk memberikan kesan dan keyakinan. (4) Penunjukkan

(*pointing*) ialah menunjukkan hubungan pembahasan dengan kebutuhan khalayak. Pada dasarnya pernyataan dan

penunjukkan harus selalu ada, sedang ilustrasi dan ramifikasi bisa disesuaikan dengan situasi dan keperluan khalayak.

c) Tahap pemuasan

Di tahapan ini, pembicara berusaha membuat khalayak menyetujui dan memahami pokok bahasan yang disampaikan. Menyetujui dalam pidato persuasif dan memahami dalam pidato informatif. Adapun tahap pengembangan pidato persuasif meliputi lima macam teknik, diantaranya;

- 1) Pernyataan: Menyatakan dengan tegas sikap, keyakinan dan tindakan yang diharapkan khalayak.
- 2) Penjelasan: Menjelaskan dengan benar gagasan yang tersurat dan tersirat agar dimengerti khalayak.
- 3) Demonstrasi teoretis: Menunjukkan keyakinan dan tindakan mengenai usulan logis dalam mengatasi masalah sesuai dengan kebutuhan khalayak.
- 4) Pengalaman praktis: Memberikan beragam contoh aktual untuk membuktikan bahwa gagasan da'i bermanfaat dan benar.
- 5) Penolakan keberatan: menunjukkan jawaban apabila terdapat gagasan yang tidak diterima serta memberikan gagasan dalam mengatasi beragam kesulitan.

Sedang dalam pidato informatif terdapat tiga tahapan penting yang merupakan bagian besar dari pidato. Berikut adalah teknik pengembangannya;

- 1) Ikhtisar pendahuluan (*initial summary*): Pada tahap ini, da'i memberikan pokok-pokok pembicaraan dari seluruh pembahasan. Sebagaimana daftar isi di dalam penulisan sebuah buku. Sehingga khalayak bisa mengetahui kemana arah pembicaraan.
 - 2) Informasi terinci (*detailed information*): Pokok bahasan yang diatas dijelaskan kemudian diberikan perincian. Pada tahap ini da'i harus menggunakan organisasi pesan yang konsisten.
 - 3) Ikhtisar akhir (*final summary*): Pokok bahasan direkapitulasi lalu ditambah dengan kesimpulan akhir.
- d) Tahap visualisasi

Pada umumnya tahap ini terdapat pada pidato persuasif. Visualisasi ialah memberikan gambaran mengenai pelaksanaan gagasan di waktu mendatang. Oleh sebab itu, tahap ini juga disebut tahap proyeksi. Adapun gambaran yang diberikan bisa berupa positif, negatif maupun kontras antara keduanya. Metode positif, da'i menggambarkan keadaan yang menyenangkan apabila gagasan terlaksana. Sedangkan metode negatif, da'i menggambarkan keadaan yang menyulitkan

apabila gagasan tidak terlaksana. Selanjutnya apabila kedua metode ini digabungkan menjadi metode kontras.

e) Tahap tindakan

Tahap ini juga terdapat pada pidato persuasif. Tahapan berfungsi untuk merumuskan tahap visualisasi dalam bentuk tindakan yang nyata. Pada tahapan ini tidak perlu terlalu panjang, karena di sini ialah tahap menutup pidato.

Kesimpulannya, dari kelima tahapan di atas haruslah disusun sesuai dengan proses berpikir manusia. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Alan H. Monroe susunan tersebut dinamakan urutan bermotif (*motivated sequence*).

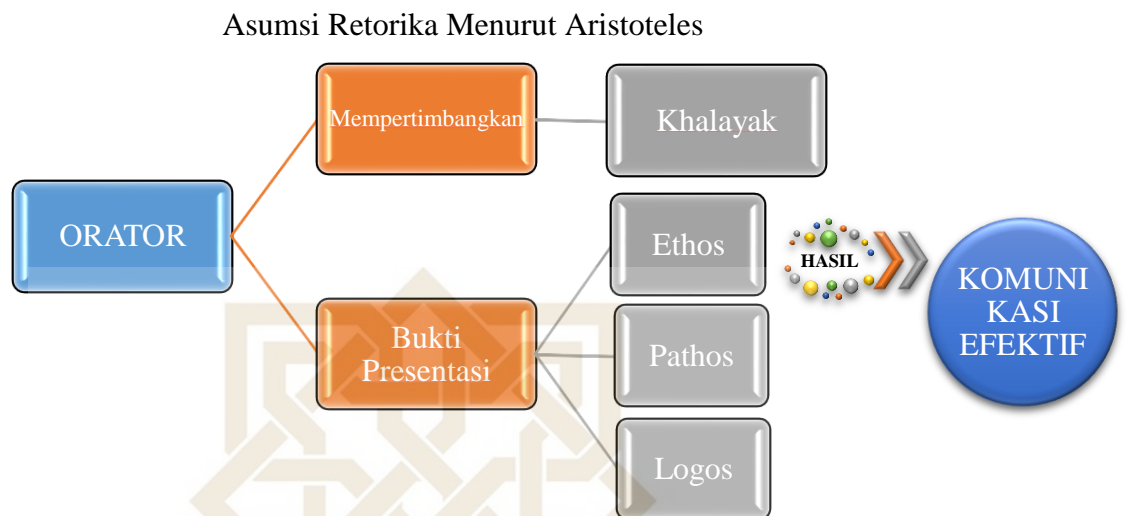
b. Asumsi Retorika Aristoteles

Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori retorika Aristoteles guna menjabarkan rumusan masalah yang kedua yaitu penyampaian pidato UAS dan UAH. Teori retorika dari Aristoteles dituntun oleh dua asumsi berikut ini:³¹

- a) *Effective public speakers must consider their audience.*
- b) *Effective public speakers utilize a number of proofs in their presentations.*

³¹ Richard West dan Lynn H Turner, *Introducing Communication Theory and Application. Second Edition* (USA: McGraw Hill, 2004), 315.

Gambar 1.2



Sumber : Richard West dan Lynn H Turner, *Introducing Communication Theory and Application*, h 315.

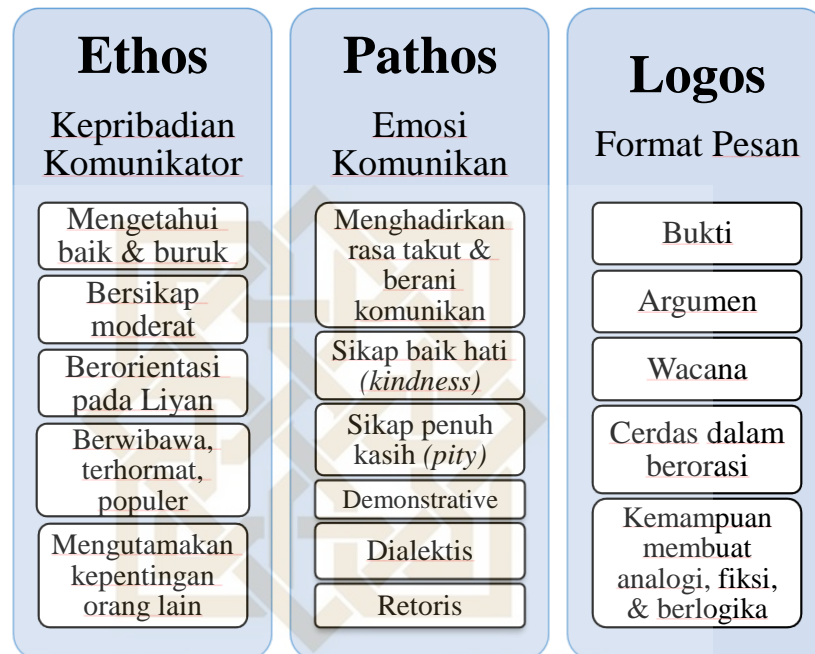
Komunikasi merupakan proses transaksional. Dalam konteks public speaking, Aristoteles menyatakan bahwa hubungan antara pembicara-khalayak harus dipertimbangkan. Para pembicara tidak boleh menyusun atau menyampaikan pidato mereka tanpa mempertimbangkan khalayak mereka. Para pembicara harus, dalam hal ini, berpusat pada khalayak. Mereka harus memikirkan khalayak sebagai sekelompok orang yang memiliki motivasi, keputusan, dan pilihan bukannya sebagai sekelompok besar orang yang homogen dan serupa.

Asumsi yang kedua yang mendasari teori Aristoteles berkaitan dengan apa yang dilakukan pembicara dalam persiapan pidato mereka dan dalam pembuatan pidato tersebut. Bukti-bukti yang dimaksudkan oleh Aristoteles ini merujuk pada cara-cara persuasi, dan bagi Aristoteles, terdapat tiga bukti: ethos, pathos, dan logos.³²

³² Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, 9-55.

Gambar 1.3

Bagan Ethos, Pathos, dan Logos Aristoteles



Sumber : Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, h 9-55.

Ethos merujuk pada karakter, intelegensi, dan niat baik yang dipersepsikan dari seorang pembicara ketika hal-hal ini ditunjukkan melalui pidatonya. Aristoteles merasa bahwa sebuah pidato yang disampaikan oleh seseorang yang terpercaya akan lebih persuasif dibandingkan pidato seseorang yang kejujurannya dipertanyakan. Berikut adalah pengertian detail mengenai *ethos*, *pathos*, dan *logos*:

1. *Ethos* (Karakter dan Kepribadian Da'i)

Aristoteles mengungkapkan bahwa ethos ialah “*The speaker’s power of evincing a personal character which will make*

his speech credible”,³³ yaitu kekuatan pembicara untuk menunjukkan karakter pribadi yang akan membuat pidatonya kredibel. Terdapat tiga dimensi di dalam ethos yaitu Kredibilitas (*Credibility*), Atraksi (*Attractiveness*), dan Kekuasaan (*Source power*). Berikut pembahasannya di bawah ini:

a) Kredibilitas (*Credibility*)

Kredibilitas seorang da'i merupakan hal utama yang dilihat oleh khalayak. Dalam teori kredibilitas sumber (*source credibility theory*) yang dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelley menyatakan bahwa pesan akan mudah sampai kepada seseorang apabila sumber persuasinya kredibel. Dengan begitu kepercayaan khalayak akan mudah dipengaruhi dengan da'i yang memiliki kredibilitas yang akurat. Salah satu contohnya ialah dengan memiliki pendidikan dan pengetahuan yang memadai. Kredibilitas merupakan bagian dari persepsi khalayak mengenai sifat-sifat da'i. Dalam hal ini terdapat dua makna; *pertama*, kredibilitas yang didapatkan dari persepsi khalayak, jadi tidak melekat dalam diri da'i. *Kedua*, kredibilitas yang berhubungan dengan karakter atau sifat da'i.

Sebagai contoh seorang da'i yang kompeten dibidangnya seperti contoh *mufassir* akan cenderung lebih didengarkan

³³ Aristotle Translation by W.Rhys Roberts, “The Art of Rhetoric,” *Megaphone EBooks*, 2008, 236.

dakwahnya di depan khalayak. Lain halnya ketika da'i bertemu dengan pedagang. Ia akan dipandang sebagai pembeli, bukan pendakwah. Disinilah persepsi bekerja, karena persepsi ialah inti dari kredibilitas. Ia bisa berubah-ubah tergantung pada pelaku persepsi (khalayak).

Seorang da'i tidak bisa mengendalikan persepsi komunikan, karena kredibilitas tidak ada dalam diri da'i. Namun kredibilitas dapat dibentuk ataupun dimanipulasi sesuai keinginan komunikator. Sebagaimana kita bisa menciptakan *actor on the stage* dengan menempelkan ornamen kekaisaran pada diri seorang aktor, kita menciptakan persepsi bahwa ia adalah seorang raja. Di dalamnya kita membentuk persepsi penonton dengan deskripsi nonverbal. Maupun sebaliknya ketika kita menyebutnya secara langsung bahwa ia adalah raja, maka terciptalah persepsi verbal.

Andersen berpendapat bahwa terdapat beberapa hal yang mempengaruhi khalayak mengenai da'i dalam menyampaikan pesan yang disebut dengan *prior ethos*. *Prior Ethos* dapat dibangun dengan tiga cara, diantaranya: *Pertama*, melalui pengalaman langsung yaitu da'i dan mad'u sudah melakukan interaksi secara langsung. *Kedua*, melalui pengalaman wakilan (*Vicarious Experiences*) yaitu pengalaman yang didapatkan melalui orang lain atau media yang menyangkan akan

kehebatan seorang da'i, di sini mad'u tidak bertatap muka secara langsung. *Ketiga*, melalui skema kognitif atau kelompok rujukan. Misalnya, da'i yang bergelar Kyai Haji (K.H) akan membuat mad'u berpersepsi bahwa da'i ialah seorang alim ulama'.³⁴

Selain itu persepsi komunikasi juga dipengaruhi oleh *Intrinsic Ethos*. Yaitu kepercayaan yang dibangun da'i melalui proses. Kredibilitas juga dapat ditentukan melalui dua komponen, yaitu keahlian (*expertise*) dan kepercayaan (*trustworthiness*). Keahlian dapat dilihat dari penyampaian dan pengelolaan pesan da'i. Indikatornya ialah cerdas, ahli, berpengalaman, terlatih, tahu banyak, dan mampu. Sedang kepercayaan yaitu mengenai kesan mad'u terhadap da'i yang berkaitan dengan karakternya. Indikatornya ialah sopan, jujur, tulus, etis, bermoral, dapat dipercaya, amanah, dan lain-lain. Aristoteles menyebutnya sebagai *good moral character*.³⁵

Dapat disimpulkan bahwa kredibilitas didapatkan melalui persepsi khalayak. Hal tersebut bisa berubah-ubah sesuai dengan pelaku persepsi (khalayak), topik yang dibahas, dan situasi. Kredibilitas tidak akan datang sendiri, dibutuhkan kiat-kiat untuk membangunnya, diantaranya ialah:

³⁴ Herdian Maulana dan Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013), 258.

³⁵ Maulana dan Gumelar, 260.

1) Kesiapan (*preparedness*)

Seorang da'i akan lebih mudah menyampaikan dakwahnya jika ia telah memiliki kesiapan yang matang. Da'i hendaknya melakukan persiapan, seperti membuat topik dan bagan pembahasan serta argumentasi logis dari setiap permasalahan yang dibahas.

2) Kesungguhan (*seriousness*)

Dalam menyampaikan setiap pesan da'i harus memperlihatkan kesungguhannya, tanpa ragu untuk berdakwah. Sehingga pesan yang diterima khalayak tersampaikan. Bukan berarti ketika da'i serius dan sungguh-sungguh, tidak ada selipan humor di dalam pesannya. Melainkan da'i hendaknya tahu membawa suasana agar tidak terlihat kaku, dan pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh khalayak tanpa adanya paksaan. Disinilah komunikasi persuasif dibutuhkan.

3) Kepercayaan diri (*confidence*)

Seorang da'i juga harus memiliki kepercayaan diri di depan khalayak, agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik. Apabila da'i tidak memiliki kepercayaan diri, lalu keraguan menghampirinya. Maka khalayak akan ragu untuk mengaplikasikan pesan yang disampaikan da'i.

Meskipun da'i harus memperlihatkan kepercayaan dirinya, namun jangan terlalu berlebihan dalam menampakkannya.

4) Ketenangan (*patience*)

Ketenangan dalam menyampaikan pesan dakwah sangat penting untuk diperhatikan seorang da'i, khalayak akan lebih percaya kepada da'i yang tenang dalam berpenampilan serta tenang dalam mengutarakan pesan. Di dalamnya tidak ada kesan menggebu-gebu, sehingga pesan cenderung mengalir dan mudah dipahami oleh khalayak. Ketenangan ini bisa dipelajari dan dipelihara secara terus menerus melalui proses. Khalayak akan beranggapan bahwa da'i yang tenang adalah mereka yang memiliki banyak pengalaman dalam memecahkan berbagai persoalan di masyarakat. Selain itu, dengan adanya ketenangan da'i akan mudah mengorganisir pesan dengan baik serta menyampaikan argumentasinya yang

logis.

5) Keramahan (*amiability*)

Keramahan seorang da'i tentu menjadi nilai plus di depan khalayak. Khalayak akan beranggapan bahwa da'i memiliki kelembutan. Bukan berarti keramahan adalah kelemahan, melainkan pengekspresian sikap etis. Dalam forum terkadang terdapat perdebatan, kemudian tumbul kritikan pedas dari khalayak. Dalam situasi ini, sikap ramah

da'i dalam memberikan jawaban akan meluluhkan sikap emosional khalayak. Selain itu, keramahan juga akan menimbulkan simpati khalayak kepada da'i. Keramahan bisa diekspresikan bukan hanya dari ekspresi wajah, namun gaya penyampaian dan perpaduan perilaku dan perasaan saat menyampaikan pesan.

6) Kesederhanaan (*simplicity*)

Kesederhanaan da'i bisa dilihat dari penampilan fisik. Namun bukan hanya itu, kesederhanaan pengelolaan pesan juga sangat dibutuhkan. Melalui kesederhanaan mampu memperlihatkan kemurnian sikap dan keaslian da'i. Yang banyak kita jumpai, da'i meniru gaya orang lain. Hal ini membuat penilaian negatif dari khalayak. Da'i hendaknya tampil tanpa harus dibuat-buat (orisinil), agar ia memiliki kekhasannya tersendiri. Inilah yang akan membuat da'i selalu terkenang dibenak khalayak.

Johnson mengungkapkan mengenai kredibilitas komunikator yang meliputi.³⁶

- a. Bisa dipercaya sebagai sumber informasi, diharapkan dan konsisten
- b. Niat baik
- c. Bersifat hangat dan bersahabat

³⁶ A Supratiknya, *Komunikasi Antarpribadi Tinjauan Psikologis* (Yogyakarta: Kanisius, 2003), 75.

d. Memiliki keahlian dalam membahas dan memecahkan masalah

e. Bersifat dinamis atau proaktif dan empati

b) *Atraksi (Attractiveness)*

Atraksi merupakan daya tarik yang dimiliki da'i. Ketika da'i memiliki daya tarik, maka ia akan mudah menyampaikan pesan persuasif. Daya tarik bisa bersumber dari fisik ataupun cara penyampaian pesan yang tidak monoton. Melalui daya tarik, da'i dapat dikagumi dan disenangi oleh khalayak.

Daya tarik bisa terjadi diantara da'i dan mad'u apabila memiliki kesamaan. Sehingga khalayak memiliki kesan yang menyenangkan terhadap da'i. Sebagai contoh: kita cenderung tertarik dengan orang yang berpenampilan menarik, cantik ataupun tampan. Atau dikarenakan memiliki kesamaan. Serta memiliki pengetahuan yang lebih tinggi dari kita.

Daya tarik dapat dikarenakan homophily dan heterophily³⁷, Everett M. Rogers membedakan kondisi keduanya.

Kondisi pertama ialah homophily, komunikator merasakan adanya kesamaan dengan khalayak. Seperti, status sosial, pendidikan, ekonomi, sikap, dan kepercayaan. Oleh sebab itu, apabila seorang da'i ingin mempengaruhi khalayak hendaknya ia menegaskan kesamaan dirinya dengan khalayak. Upaya ini

³⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), 256.

dikenal dengan “*Strategy of identification*”³⁸ dalam konteks retorika yang dikemukakan oleh Kenneth Burke.

Kondisi kedua ialah heterophily yaitu kebalikan dari homophily. Antara da’i dan khalayak memiliki perbedaan dalam status sosial, sikap, pendidikan, budaya, maupun kepercayaan. Sehingga komunikasi akan lebih efektif apabila berada pada kondisi pertama. Khalayak akan lebih mudah menerima pesan apabila da’i memiliki kesamaan dengan mereka. Hal tersebut mengapa bisa terjadi? Simons mengungkapkan terdapat beberapa faktor yang membuat komunikasi itu efektif. *Pertama*, terjadinya proses *decoding* yaitu proses penyampaian lambang atau kode yang kemudian menjadi sebuah gagasan. *Kedua*, membantu membangun premis yang sama, sehingga mampu melewati proses deduktif. Khalayak akan terpengaruh oleh komunikasi persuasif da’i. *Ketiga*, adanya kesamaan membuat khalayak lebih tertarik. Apabila da’i memikat khalayak, gagasan akan lebih mudah diterima dan diaplikasikan oleh mereka.³⁹

c) Kekuasaan (*Power*)

Teori Kelman menyebutkan adanya kekuasaan akan memunculkan ketundukan. Sebagaimana kredibilitas dan atraksi, ketundukan muncul melalui proses interaksi. Ketika da’i

³⁸ Richard Toye, *Rhetoric: A Very Short Introduction*, 1st ed, Very Short Introductions 346 (Oxford: Oxford University Press, 2013), 56.

³⁹ Maulana dan Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, 262.

memiliki kekuasaan dia akan lebih mudah untuk menundukkan khalayak. Sebagaimana dalam hadist Rasulullah Saw disebutkan bahwa:

فَقَالَ أَبُو سَعِيدٍ أَمَّا هَذَا فَقَدْ قَضَى مَا عَلَيْهِ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- يَقُولُ « مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ ».

Artinya:

Abu Said al-khudri ra. Berkata aku telah mendengar Rasulullah saw. bersabda; *“Barangsiapa di antaramu. Melihat sesuatu yang mungkar, maka hendaklah dia merubah dengan tangannya; jika dia tidak sanggup, maka dengan lidahnya: jika tidak sanggup juga, maka dengan hatinya. Dan demikian itu adalah yang selemah_lemahnya iman.”* (H.R Muslim).⁴⁰

Melalui hadist di atas, mengungkapkan salah satu cara untuk menghentikan kemungkaran ialah dengan tangan – yang ditafsirkan kekuasaan oleh para *mufassir*. Seorang da'i akan lebih mudah berdakwah apabila memiliki *power* di depan khalayak, karena itulah sumber daya yang sangat penting (*Critical Resources*). French dan Raven menyebut lima jenis kekuasaan, diantaranya ialah:⁴¹

a. Kekuasaan koersif (*coersive power*) yaitu kekuasaan yang berwenang untuk memberikan ganjaran.

⁴⁰ Abu Husain Muslim bin al-Hajaj bin Muslim al-Qusyairi Al-Naisaburi, *Al-Jami' al-Shahih al-Musamma Shahih Muslim, Juz I* (Beirut: Dar al-Jil, t.t.), 50.

⁴¹ Maulana dan Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, 264–65.

- b. Kekuasaan keahlian (*expert power*) yaitu kekuasaan yang diperoleh melalui pengalaman, pengetahuan, keterampilan, maupun kemampuan komunikator.
 - c. Kekuasaan informasional (*informational power*) yaitu kekuasaan mengenai informasi baru yang dimiliki komunikator.
 - d. Kekuasaan rujukan (*referen power*) yaitu kekuasaan komunikator yang bisa menjadi rujukan atau teladan bagi khalayak.
 - e. Kekuasaan legal (*legitimate power*) yaitu kekuasaan yang bersumber dari aturan maupun norma, sehingga komunikator memiliki wewenang untuk mengatur tindakan.
2. *Pathos* (Imbauan Emosional (*Emotional Appeals*))

Pathos ialah “his power of stirring the emotions of his hearers”⁴² yaitu kekuatan komunikator dalam mengaduk/

menggerakkan emosi komunikan. Dari pengertian Aristoteles di atas, dapat dipahami bahwa *pathos* ialah yang berkaitan dengan emosi.

Seorang orator/da'i yang handal ialah mereka yang mampu membangkitkan gairah maupun emosi khalayak, menciptakan suasana ruangan berkobar-kobar. Khalayak yang awalnya pesimis menjadi optimis, murung menjadi ceria, sedih menjadi bahagia, dan

⁴² Translation by W. Rhys Roberts, “The Art of Rhetoric,” 236.

seterusnya. Ia mampu mengendalikan suasana hati khalayak, membawa mereka disetiap alur pembicaraan.

Selain itu, da'i perlu tahu karakter khalayaknya. Karena khalayak memiliki tipikal yang berbeda-beda. Sebagaimana dalam pribahasa arab mengatakan *likulli sâmi'in maqâlun* yaitu ada pembicaraan khusus bagi masing-masing tipikal pendengar. Fonomena tersebut kemudian dikomparasikan oleh filusuf Islam Spanyol dalam ayat Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 dengan metode berpikir dan berkomunikasi Aristotle. Ayat tersebut berbunyi:

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

Artinya:

“Serulah manusia ke jalan Tuhanmu dengan kebijaksanaan (hikmah) dan pelajaran yang baik (mau'idhah hasanah); bantalah (jâdil) mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnyaaa Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (Q.S An-Nahl : 125)⁴³

Aristotle dalam bukunya *rhetorics* menyebut tiga metode berpikir dan berkomunikasi yaitu demonstratif, dialektis, dan retorik. Selanjutnya Ibnu Rusyd mengidentifikasikan metode demonstratif sebagai *hikmah*, metode dialektis sebagai *jadal*, dan metode retorik

⁴³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: Jabal, 2010), 281.

sebagai *mau'idhah hasanah*. Adapun pengertian dari ketiga metode tersebut ialah sebagai berikut:⁴⁴

a) Metode *Hikmah* demonstratif

Metode berpikir dan berkomunikasi yang berorientasi kepada kebaikan, kebenaran, dan keindahan. Ibnu Rusyd berpendapat bahwa metode ini tepatnya disampaikan kepada orang-orang yang lebih khusus, seperti orang yang memiliki kemampuan intelektual yang tinggi, kaum filsuf, yang memang berfokus pada inti wujud.

b) Metode *Jadal* dialektis

Merupakan metode komunikasi yang menggunakan perdebatan untuk melihat benar – salah atau menang – kalah. Kita kenal sekarang dengan metode debat. Metode kedua ini lebih cocok digunakan jika berhadapan dengan orang-orang terpelajar, namun belum memasukkan kesadarannya kepada hal-hal yang lebih fundamental. Kelompok ini lebih cocok menerima kebenaran melalui perdebatan.

c) Metode Retorika *mau'idhah hasanah*

Menurut Ibnu Rusyd metode ini lebih cocok digunakan kepada orang-orang awam. Metode terakhir ini cenderung membujuk, menganjurkan, ataupun mengancam dengan cara-cara sederhana. Selain itu juga orang-orang awam memiliki kesederhanaan

⁴⁴ Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, 39–40.

berpikir. Oleh sebab itu penggunaan bahasanya pun harus lebih sederhana agar mudah dipahami oleh khalayak.

Melalui pengertian di atas, dapat dipahami bahwa setiap khalayak memiliki perbedaan cara berkomunikasi. Da'i perlu tahu bagaimana menempatkan dan mencocokkan isi pidato dengan khalayak. Serta memahami emosi dan karakternya, agar komunikasinya berjalan dengan efektif. Paling utama adalah da'i juga harus mengenal siapa yang diajak bicara.

3. Logos (Imbauan Logis (*Logical Appeals*))

Aristoteles mengungkapkan bahwa logos ialah "*his power of proving a truth, or an apparent truth, by means of persuasive arguments*"⁴⁵ yaitu kekuatan komunikator untuk membuktikan kebenaran atau kebenaran yang tampak dengan argumen persuasif. Seorang da'i hendaknya menggunakan fakta-fakta logis serta argumentasi yang kuat dalam memaparkan ceramahnya.

Zainul Maarif menyatakan terdapat beberapa faktor yang seharusnya dimiliki orator agar pesan dapat tersampaikan dengan benar, diantaranya⁴⁶:

- a) Pengetahuan fakta historis
- b) Kemampuan membuat analogi
- c) Kemampuan membuat fiksi

⁴⁵ Translation by W. Rhys Roberts, "The Art of Rhetoric," 236.

⁴⁶ Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Public*, 55.

- d) Kemampuan mengabstraksi pengalaman
- e) Kemampuan untuk berlogika

Apabila kelima faktor tersebut dimiliki da'i, maka logos dapat diinternalisasi untuk mempersuasi khalayak dari unsur pesan. Michael Hyde (2004) menyatakan bahwa Aristoteles yakin bahwa ethos merupakan bagian dari kebaikan orang lain, dan karenanya, "dapat dilatih dan dijadikan kebiasaan". Logos adalah bukti-bukti logis yang digunakan oleh pembicara – argumen mereka, rasionalisasi, dan wacana. Pathos berkaitan dengan emosi yang dimunculkan dari para pendengar. Aristoteles berargumen bahwa para pendengar menjadi alat pembuktian ketika emosi mereka digugah; para pendengar menilai dengan cara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh rasa bahagia, sakit, benci, atau takut.

2. Dakwah Melalui Channel YouTube

Beberapa tokoh yang penulis sajikan dalam penelitian ini, merupakan tokoh-tokoh kondang di Indonesia. Dengan tujuan untuk mengkaji dakwah secara luas yang dilakukan oleh tokoh-tokoh tersebut. Adanya media komunikasi modern saat ini, membuat masyarakat semakin mudah dalam mengakses segala jenis program khususnya mengenai pengetahuan keagamaan. Ini menjadi simbiosis yang saling menguntungkan yang diaplikasikan beberapa *new media*. Salah satunya adalah melalui YouTube. Saat ini, kajian-kajian keagamaan di YouTube telah menjadi

konsumsi masyarakat. Banyak ustadz-ustadz kondang yang memiliki pamor di media sosial.

Terdapat dua segmen masyarakat yang memilih belajar agama lewat internet, *pertama* masyarakat yang cenderung haus akan pengetahuan keagamaan (masyarakat abangan). Menurutny menonton lewat YouTube merupakan jalan untuk memperoleh pengetahuan agama. Tanpa harus mengikuti kajian rutin di masjid. *Kedua* masyarakat yang memilih tontonannya adalah tayangan dakwah, sehingga ia lebih terdidik dibanding harus melihat tayangan *unfaedah* (masyarakat santri). Menurutny YouTube merupakan salah satu media untuk mendapatkan nasihat maupun siraman rohani dari para da'i pilihan. Apabila ingin menjadi muslim yang kaffah maka tontonan pun juga harus yang Islami.⁴⁷

Pola pembelajaran juga ikut berubah seiring massifnya teknologi. Pengetahuan agama bisa didapatkan melalui layanan internet. Seperti website, YouTube, media sosial dan masih banyak platform yang lain. Sebagaimana kisah Nur Dhaniala, gadis belia asal Indonesia yang belajar agama melalui media sosial; Facebook dan Twitter. Dari sana ia mendapatkan kontak ke Suriah sampai akhirnya ia tergabung dengan ISIS.⁴⁸ Terdapat juga beberapa Warga Negara Indonesia yang tergabung ISIS, mereka terdiri dari tujuh wanita, tiga anak-anak, dan lima pria. “*Saat kami di Indonesia, kami membaca dan melihat dari internet. Daulah Islamiyah*

⁴⁷ Muhammad Zamroni. *Potret Dakwah Kontroversial Tayangan Televisi*. Yogyakarta: APLIKASIA; Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, Vol 16. No 01, 2016. 36.

⁴⁸ Husni Sahal & Abdullah Alawi. *Belajar Agama dari Media Sosial, Gadis Ini Terjerat ISIS dan Kini Menyesal*. (nuonline: www.nu.or.id, 2019).

adalah tempat tinggal untuk menjadi orang muslim sejati” ucap Leefa, 38 saat ditemui *AFP* di penumpangan pengungsi di Ain Issa.⁴⁹

Melalui kisah di atas, bisa ditarik benang merahnya bahwa pengaruh internet sangat luas dan berdampak signifikan sehingga membuat seorang wanita percaya akan paham radikal. Selain itu, pengaruh tontonan juga mampu membuat seseorang melakukan tindakan, yang kemudian bisa dilihat dari contoh di atas. Hal tersebut merupakan contoh kuatnya pengaruh retorika terhadap manusia. Apabila retorika tidak digunakan dengan bijak – dalam hal ini menyebar kebaikan (ajaran Islam yang benar), maka akan digunakan oleh kelompok yang ingin mempengaruhi masyarakat awam. Untuk itu mengkonter hal tersebut, hendaknya seorang da’i mampu memanfaatkan peluang besar dari internet khususnya YouTube sebagai media penyebaran Islam *rahmatan lil alamin*.

Penulis mengkaji kedua tokoh untuk melakukan perbandingan bagaimana penggunaan retorika dakwah dilakukan, penulis juga akan melihat pola komunikasi dakwah yang dilakukan kedua tokoh tersebut dengan melihat sepancergangannya di bidang masing-masing. Abdul Somad beliau adalah ustadz kondang yang awalnya dikenal melalui saluran Youtube. Nama lengkapnya ialah H. Abdul Somad Batubara, Lc. Ia lahir pada tanggal 18 Mei 1977 M, ia menyelesaikan studi Strata 1 di Universitas Al-Azhar Kairo-Mesir. Sedang program Masternya di Dar al-Hadith al-

⁴⁹ Riva Dessthania Suastha. *Kesaksian Perempuan Indonesia yang Terbuai ISIS di Suriah*. (CNN Indonesia: www.m.cnnindonesia.com, 2017). Diakses pada 10 Juni 2020..

Hassania Institute – Maroko.⁵⁰ Saat ini ia aktif memberikan ceramah di berbagai pelosok Indonesia. Beberapa ceramahnya di Youtube menjadi viral karena penyampaian yang ringan dan berbobot. Sosok beliau cerdas dengan gayanya yang sederhana membuatnya dikagumi oleh masyarakat. Tak heran jika ia mendapatkan berbagai undangan dari jama'ahnya. Ia juga dikenal banyak menerjemahkan berbagai buku dari Timur Tengah yang mengupas seputar rumah tangga serta permasalahan yang ada dalam Islam.⁵¹

Selanjutnya Ustadz Adi Hidayat yang juga populer di kalangan netizen muslim. Video-video ceramahnya banyak ditonton oleh jutaan masyarakat muslim Indonesia. Ia dilahirkan di Pandeglang, Banten pada tanggal 11 September 1984. Ketika SD beliau mengenyam pendidikan umum, sampai suatu ketika ia bermimpi bertemu Rasulullah Saw. Kemudian orangtuanya memasukkannya ke sekolah agama. Ia menjadi siswa yang berprestasi sebagai penceramah cilik di Madrasah Salafiyah Sanusiyyah Pandeglang. Selanjutnya ia nyantri di Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah tahun 1997. Ia melanjutkan kuliah di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2003. Namun, setelah dua tahun Adi Hidayat berkesempatan kuliah di Kulliyah Dakwah Islamiyyah di Tripoli, Libya. Di sanalah ia banyak belajar mengenai Al-Qur'an, hadits, ushul fiqh dan lain-lain. Ia menamatkan program S1 selama 2,5 tahun dan pascasarjana

⁵⁰ Abdul Somad. *37 Masalah Populer*. Riau: Tafaqquh Press, 2016. 241.

⁵¹ "Biografi Ustadz Abdul Somad - Riwayat Sang Ustadz Kondang - Tokoh.Co.Id," accessed March 10, 2021, <https://tokoh.co.id/biografi-ustadz-abdul-somad/>.

2 tahun di Islamic Call College Tripoli. Di Libya ia aktif mengisi acara *tsaqafah Islâmiyyah* di at-tawâshul TV Libya.⁵²

Setelah mengulik profil singkat kedua tokoh di atas, penulis memilih tokoh dengan baground lingkungan dan keilmuan yang berbeda agar bisa dianalisis dengan menggunakan teori retorika dari masing-masing tokoh. Dalam hal ini penulis akan mencari bagaimana seorang pembicara (*rethor*) harus menemukan ide atau gagasan, bagaimana mengorganisir gagasan, bagaimana membingkai gagasan ke dalam bahasa, menyampaikan gagasan hingga bagaimana agar apa yang disampaikan dapat menjadi ingatan bagi orang yang menerimanya.

3. Metode Penelitian

Peneliti berusaha menyusun secara terperinci langkah-langkah berdasarkan teknik pengumpulan data atau penelitian pada umumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Jenis kajian

Jenis kajian ini merupakan *library research* (kajian kepustakaan), yaitu penelitian yang mencari beragam informasi serta menganalisisnya melalui sumber kepustakaan seperti buku-buku, peneliti menggunakan study kepustakaan atau *library research* ini dengan tujuan untuk menelaah serta memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan kajian penelitian untuk dijadikan sebagai landasan teori.⁵³ Peneliti akan mengkaji secara

⁵² Wink, "Biografi Ustadz Adi Hidayat, Profil Dan Biodata Lengkap Ustadz Kondang | Biografiku.com."

⁵³ Sutrisno Hadi, *Metodologi research I*, 25 ed. (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), 82.

mendalam mengenai kedua tokoh diberbagai sumber buku, jurnal, majalah dan lain sebagainya.

Fokus dari penelitian ini ialah menjabarkan penggunaan reetorika dakwah kedua Da'i yaitu ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di channel Youtubanya.

2. Pendekatan kajian

Sebagai penelitian yang berbentuk analisis naratif terhadap pesan yang disampaikan tokoh, maka kajian ini menggunakan pendekatan berdasarkan fenomena-fenomena modern yang biasa dikenal dengan pendekatan fenomenologis. Penyelidikannya dilakukan secara detail terhadap keadaan-keadaan, perkembangan-perkembangan, serta pengalaman di masa lampau dan menimbang secara cukup teliti dan hati-hati mengenai bukti validitas serta interpretasi dari sumber sejarah.⁵⁴ Sehingga latar belakang sosial maupun intelektual dalam hal ini kedua tokoh yaitu Abdul Somad dan Adi Hidayat, menjadi faktor penting untuk diteliti secara mendalam.

Adapun tujuan dilaksanakan penelitian fenomenologi ialah penulis berupaya untuk menjelaskan makna pengalaman hidup sejumlah orang (dua tokoh yang terpilih) mengenai suatu konsep atau gejala – dalam hal ini mengenai retorika kedua tokoh.

⁵⁴ A Navins, *Master's Essay in History* (New York: Columbia University Press, 1993), 45.

3. Sumber data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian studi komparasi terdapat beragam data. Adapun sumber data yang digunakan peneliti ialah berupa orang, benda, hal, dan beberapa element yang dibutuhkan sebagai bukti kevalidan data yang digunakan. Berikut adalah sumber data yang digunakan peneliti, diantaranya sumber data primer dan data sekunder;

a. Sumber data primer

Data primer merupakan data utama yang diambil dari subjek penelitian secara langsung.⁵⁵ Sumber data primer berfungsi memperkuat atau menjelaskan data-data skunder yang diperoleh, khususnya yang berhubungan dengan interpretasi (penafsiran).⁵⁶ Data ini menjadi acuan utama dalam penelitian. Oleh sebab itu data yang diperlukan benar-benar akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

Sumber data primer dalam kajian ini meliputi seluruh data mengenai kedua tokoh yaitu Abdul Somad dan Adi Hidayat, yang menjadi pusat kajian, khususnya data yang berasal dari channel youtube. Data bisa berupa dokumentasi, video, ataupun liputan.

b. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari pihak lain. Tidak secara langsung dari subjek penelitian. Data ini sangat mendukung.⁵⁷ Melalui data ini akan memperkuat data utama peneliti.

⁵⁵ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004), 91.

⁵⁶ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Solo: CV. Ramadhani, 1991), 67.

⁵⁷ Syam, 92.

Peneliti akan mendapatkan pemahaman yang lebih luas khususnya mengenai retorika dakwah. Data tersebut akan digunakan peneliti sebagai pelengkap dan penguat data utama. Adapun beberapa data sekunder yang digunakan ialah berupa dokumen, buku, jurnal, hasil riset, portal berita, majalah, dan beragam referensi karya ilmiah lainnya yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan kajian penelitian.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data sebagai langkah strategis dalam memperoleh penelitian, karena melalui Teknik ini akan mengumpulkan data yang sesuai dengan standar data yang ditetapkan.⁵⁸ Berikut adalah Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis sesuai fokus pada tujuan penelitian:

a. Studi Pustaka (*Library Research*)

Studi pustaka adalah penelitian yang dilakukan peneliti guna mengumpulkan data-data sesuai dengan tujuan penelitian. Data tersebut diperoleh dari buku-buku, majalah, berita dan beragam sumber kepustakaan. Kemudian penulis akan mengolah dan menganalisis sebagaimana yang dilakukan ahli sejarah, sastra dan bahasa.⁵⁹ Penelitian akan dilakukan dengan cara menelaah serta membandingkan sumber kepustakaan sehingga mendapatkan data yang bersifat teoretis. Selain

⁵⁸ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 179.

⁵⁹ Endang Danial A.R dan Nana Warsiah, *Metode Penulisan Karya Ilmiah* (Bandung: Laboratorium PKn UPI, 2009), 80.

itu, dengan menggunakan kajian pustaka peneliti akan menemukan wawasan baru tanpa harus menduplikasi. Dalam hal ini mengenai retorika dakwah yang dilakukan kedua tokoh dalam mengkomunikasikan pesan dakwah.

b. Observasi

Observasi merupakan pelengkap data yang didapatkan melalui pengamatan peneliti terhadap objek yang diteliti. Sugiyono (2013) mengungkapkan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang lebih spesifik bila dibandingkan dengan teknik wawancara. Apabila wawancara berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas oleh waktu, orang. Melainkan banyak objek-objek lain yang bisa diteliti, dalam hal ini mengenai retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat melalui channel YouTube.

Teknik observasi dilakukan guna mendapatkan gambaran *real* suatu peristiwa atau kejadian. Di dalam observasi peneliti bisa melihat aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, ataupun kondisi organisasi dan perasaan emosional seseorang. Tujuan dilakukannya observasi ialah untuk mengamati tingkah laku manusia sebagai subjek yang diteliti, menyajikan gambaran kehidupan sosial, dan mengeksplorasi peristiwa.⁶⁰ Dalam hal ini peneliti akan mengkaji bagaimana kesesuaian retorika dakwah UAS dan UAH dengan situasi khalayak serta retorika

⁶⁰ Surahman, Mochamad Rachmat, dan Sudibyo Supardi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), 153.

yang mereka gunakan dalam menyampaikan dakwah di channel YouTube.

Adapun bentuk observasi terbagi menjadi dua yaitu observasi partisipan dan observasi nonpartisipan. Observasi partisipan ialah peneliti secara langsung terlibat di dalam sebuah organisasi. Sedangkan observasi nonpartisipan adalah kebalikannya, peneliti sebagai *observer* dari luar. Dalam penelitian ini, peneliti memilih sebagai pengamat dari luar mengenai kedua tokoh di atas.

c. Dokumentasi

Teknik dokumenter dilakukan penulis dalam rangka mencari data variabel yang sesuai dengan kajian penelitian, yakni penulis mengumpulkan buku-buku, artikel jurnal, berita, maupun video yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian, Teknik ini bermaksud untuk menganalisa data-data yang bersangkutan secara langsung maupun tidak dengan pembahasan penelitian, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, menerangkan dan mencatat serta menafsirkan dan menghubung-hubungkannya dengan fenomena lain⁶¹ khususnya dalam pembahasan ini mengenai retorika dakwah kedua tokoh kondang dalam menyampaikan pesan dakwah melalui siaran Youtube.

⁶¹ Azwar, *Metodologi Penelitian*, 77.

5. Teknik Analisis Data

Teknik penulisan yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis naratif yaitu analisis mengenai narasi yang digunakan baik berupa fiksi ataupun fakta. Menilai narasi berarti menggunakan teks sebagai pusat penelitian mulai dari peristiwa diceritakan, dipilih serta dibuang. Kelebihan dari penelitian ini yaitu *pertama*, mengetahui dan memahami bagaimana pengetahuan, makna, dan nilai diproduksi kemudian disebarkan kepada masyarakat. *Kedua*, memahami kecenderungan sosial dan politik mengenai pandangan tertentu dapat memunculkan nilai sosial dan kekuatan yang dominan di masyarakat. *Ketiga*, memungkinkan bagi peneliti dalam menemukan hal-hal yang tersembunyi dalam teks ataupun video. Dan terakhir merefleksikan kontinuitas perubahan komunikasi.⁶²

Penulis menggunakan konsep narasi Vladimir Propp yang lebih dikenal dengan Propp. Ia menggunakan pendekatan yang bergerak dari etik menuju pendekatan emic terhadap struktur naratif. Propp lebih menekankan perhatiannya pada motif naratif terpenting, yakni tindakan atau perbuatan (*action*). Tindakan tersebut dinamakan fungsi. Propp juga mengatakan yang terpenting adalah pelaku, bukan tokoh.⁶³ Analisis Propp berfokus pada karakter yang dikonseptualisasikan lewat dua aspek, yaitu tindakan dari karakter tersebut dan akibat dari tindakan yang akan mempengaruhi

⁶² Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penggunaannya dalam Analisis Teks Berita Media* (Jakarta: Penerbit Kencana, 2013), 9–11.

⁶³ Dwi Susanto, *Pengantar Teori Sastra* (Yogyakarta: Caps Publishing, 2012), 111.

karakter lainnya.⁶⁴ Melalui teknik analisis di atas akan memudahkan penulis dalam melihat karakter kedua tokoh berdasarkan narasi yang digunakan.

Setelah narasi dikumpulkan kemudian data dianalisis menggunakan metode deduktif-komparatif. Metode deduktif merupakan suatu cara untuk mendapatkan beberapa data dari hasil pengamatan yang bersifat umum kemudian ditarik kesimpulan ke yang lebih khusus. Selanjutnya metode komparatif digunakan untuk membandingkan retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat.

4. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk memudahkan penulis maupun pembaca dalam melihat alur penelitian. Penelitian ini berjudul “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube”, berikut sistematika yang penulis gunakan:

BAB I : Pendahuluan, yaitu bagian dari awal mula mengapa penelitian ini dilakukan. Beserta pemaparan data. Secara garis besar, bab ini membahas gambaran penelitian beserta pokok permasalahannya. Di dalam bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, dan metode penelitian.

BAB II : Gambaran umum kedua tokoh, dalam bab ini penulis menjabarkan tentang tokoh yang akan diteliti yaitu Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat. Secara singkat penulis menuliskan biografi tokoh, karya-

⁶⁴ Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penggunaannya dalam Analisis Teks Berita Media*, 66.

karya yang dihasilkan, serta channel YouTube yang digunakan kedua tokoh dalam menyampaikan syi'ar Islam. Terakhir yaitu retorika dakwah yang digunakan UAS dan UAH.

BAB III : Analisis data retorika dakwah UAS dan UAH , dalam bab ini terdapat pokok bahasan yang dihasilkan peneliti berdasarkan sumber data yang dianalisis. Bab ini menjawab rumusan masalah bagaimana kesesuaian retorika dakwah UAS dan UAH dengan situasi khalayak dan bagaimana retorika dakwah UAS dan UAH dalam menyampaikan pesan dakwah. Secara detail peneliti akan menjabarkan serta menganalisis data yang sudah direduksi. Pembahasan ini meliputi: Retorika dakwah yang digunakan UAS dan UAH serta struktur penyusunan pesan yang digunakan keduanya.

BAB IV : Penutup, bab ini berisi kesimpulan serta saran. Kesimpulan merupakan hasil temuan dari penelitian. Sedangkan saran berisi mengenai anjuran untuk penelitian berikutnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat menjadi menarik untuk dikaji dan ditinjau, melihat intensitas mereka dalam berdakwah secara offline maupun online. Berdasarkan hasil analisis peneliti mengenai retorika keduanya yang telah di paparkan secara bertahap, UAS dan UAH menggunakan retorika dakwah guna mempengaruhi khalayak agar melakukan kebaikan. Peneliti akan menjawab rumusan masalah dengan menggunakan beberapa konsep dan teori retorika. Diantaranya yaitu konsep dakwah Ibnu Rusyd, retorika berdasarkan Al-Qur'an, teori penyusunan pesan Alan J. Monroe dan teori retorika Aristoteles. Berikut ialah kesimpulannya:

1. Terdapat kesesuaian retorika dakwah UAS dan UAH dengan situasi khalayak. Yang mana UAS dan UAH menggunakan dakwah *bil hikmah* untuk menegaskan dan mengungkapkan bukti-bukti kebenaran gagasannya dengan mengutip dalil-dalil Al-Qur'an maupun hadist. Selain itu, mereka juga menggunakan dakwah *bil mau'idhah al-hasanah* yaitu menyampaikan pelajaran yang baik melalui perkataan yang baik (*qaulan ma'rufa*, perkataan yang benar (*qaulan sadidan*), perkataan yang membekas (*qaulan baligha*), dan perkataan yang lemah lembut (*qaulan layyinan*). Kesesuaian tersebut juga bisa dilihat dari beberapa komentar ceramah UAS dan UAH yang menanti maupun menunggu video-video ceramah mereka.

2. Retorika yang disampaikan UAS dan UAH telah mencakup struktur penyusunan pesan persuasif. Hal tersebut bisa dilihat berdasarkan struktur pesan yang diawali dengan tahap perhatian, kebutuhan, pemuasan, visualisasi, dan tindakan. Melewati lima tahapan tersebut berarti sudah melakukan urusan bermotif (*motivated sequence*). Terdapat perbedaan dalam pembukaan ceramah UAS dan UAH. UAS lebih cenderung menggunakan humor dan cerita sedangkan UAH mengajak khalayak untuk bersyukur dan berdoa.
3. Dari segi *ethos* atau kepribadian da'i, UAS dan UAH merupakan da'i yang memiliki segudang pengalaman dan ilmu pengetahuan. Sehingga khalayak tidak perlu meragukan kredibilitas da'i. Mereka juga memiliki keahlian yang berbeda-beda. Diantaranya UAS pandai menggunakan kosakata *slank* (gaul), membuat logika dan membuat humor spontan. Sedangkan UAH pandai dalam semantik dan tematik Al-Qur'an. Ia juga hafal letak dan posisi Al-Qur'an. Selanjutnya jika dilihat dari segi *pathos*, ceramah UAS dan UAH menyentuh emosi khalayak. Mereka juga menebarkan kasih sayang dengan cara memberi nasihat serta mendoakan khalayak. Terakhir yaitu dimensi logos, UAS dan UAH sama-sama memiliki pengetahuan fakta historis, kemampuan membuat analogi, membuat fiksi, mengabstraksi pengalaman, dan kemampuan berlogika.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis peneliti maupun kesimpulan yang telah di paparkan di atas. Kajian mengenai retorika dakwah penting untuk ditinjau lebih mendalam, detail dan aplikatif. Terdapat beberapa saran yang hendaknya menjadi pertimbangan di bawah ini:

1. Retorika dakwah UAS dan UAH hendaknya menjadi contoh bagi para da'i lainnya, selain itu pemanfaatan YouTube yang dilakukan keduanya juga hendaknya ditiru oleh para da'i yang orientasinya adalah mencerahkan, membina, dan mengajak khalayak dalam kebaikan.
2. Peneliti berharap agar ceramah-ceramah UAS dan UAH hendaknya ditambah dengan bahasa isyarat agar khalayak yang menyandang tuna wicara/rungu bisa ikut belajar dan memahami isi ceramah.
3. Kepada khalayak yang menjadikan YouTube sebagai sarana informasi dakwah, hendaknya mampu memilah dan memilih da'i yang kompeten dan memiliki kredibilitas dalam menyampaikan dakwahnya.
4. Teruntuk kepada peneliti yang akan melanjutkan penelitian retorika dakwah, di dalam penelitian ini masih banyak kekurangannya. Peneliti bisa melanjutkan dengan memberikan pemaparan analisis mengenai khalayak yang mengakses YouTube Channel UAS maupun UAH. Peneliti juga bisa menggunakan penelitian kuantitatif, dalam rangka melihat pengaruh yang didapatkan khalayak setelah menonton video UAS dan UAH.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abidin, Yusuf Zainal. *Pengantar Retorika*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Al-Naisaburi, Abu Husain Muslim bin al-Hajaj bin Muslim al-Qusyairi. *Al-Jami' al-Shahih al-Musamma Shahih Muslim, Juz I*. Beirut: Dar al-Jil, t.t.
- Anwar, Gentasri. *Retorika Praktis: Teknik dan Seni Berpidato*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Aristoteles. *Retorika Seni Berbicara*. Yogyakarta: Basabasi, 2018.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Azwar, Saifuddin. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004.
- Billah, Masrun. *Gaya Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam Ceramah 'Keluarga yang Dirindukan Rasulullah' Pada Media YouTube*. Surabaya: Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018.
- Danial A.R, Endang, dan Nana Warsiah. *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium PKn UPI, 2009.
- DataReportal – Global Digital Insights. “Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021.” Diakses 10 Mei 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Eriyanto. *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta: Penerbit Kencana, 2013.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi research I*. 25 ed. Yogyakarta: Andi Offset, 1997.
- Hasanah, Umdatul. *Retorika Dakwah Kontemporer*. Serang: Media Madani, 2020.
- Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.

- Hidayat, Adi. *Muslim Zaman Now*. Bekasi: Institut Quantum Akhyar, 2018.
- Jabiri, Hibah Hilmi al-. *al-Thoriq Ila al-Dakwah*. Alukah, t.t.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Jabal, 2010.
- Ma'arif, Bambang S. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Maarif, Zainul. *Retorika Metode Komunikasi Public*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Manzûr, Ibnu. *Lisân al-'Arab, pada pembahasan khatab*. Libanon: Dar al-Fikr, t.t.
- Maulana, Herdiyan, dan Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata, 2013.
- Muzayyana, Nurul. *Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di YouTube Serta Efeknya Terhadap Public*. Lampung: Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2020.
- Nasrudin, Juhana. *Kaidah Ilmu Tafsir Al-Qur'an Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2017.
- Navins, A. *Master's Essay in History*. New York: Columbia University Press, 1993.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Qardhawi, Yusuf al-. *Khithabuna al-Islami fi Ashr Al-Aulamah*. Kairo: Dar Asy-Syuruq, 2004.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.
- . *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Ross, Raymond S. *Persuasion; Communication and Interpersonal Relations*. New Jersey: Prentice: Hall Inc, 1974.

- Somad, Abdul. *37 Masalah Populer*. Pekanbaru: Penerbit Tafaqquh, 2014.
- Sudarmo, Darminto M. *Humor Quotient (Kecerdasan Humor)*. Jakarta: Kombat Publishers, 2015.
- Suhandang, Kustadi. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Supratiknya, A. *Komunikasi Antarpribadi Tinjauan Psikologis*. Yogyakarta: Kanisius, 2003.
- Surahman, Mochamad Rachmat, dan Sudibyo Supardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016.
- Susanto, Dwi. *Pengantar Teori Sastra*. Yogyakarta: Caps Publishing, 2012.
- Syam, Nur. *Metodologi Penelitian Dakwah*. Solo: CV. Ramadhani, 1991.
- Toye, Richard. *Rhetoric: A Very Short Introduction*. 1st ed. Very Short Introductions 346. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- Translation by W.Rhys Roberts, Aristotle. "The Art of Rhetoric." *Megaphone EBooks*, 2008, 247.
- West, Richard, dan Lynn H Turner. *Introducing Communication Theory and Application. Second Edition*. USA: McGraw Hill, 2004.
- Wulandari, Siti Dewi. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media YouTube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)*. Lampung: Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018.
- Zaenuri, Lalu Ahmad. *Retorika Dakwah (teori dan praktik)*. Yogyakarta: Indie Book Corner, 2013.

Sumber Elektronik

- Adi Hidayat Official. [*LIVE*] *Rahasia Hari Tasyrik - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 22 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=jkz85PN64sg&t=3903s>.
- . *Apakah Bayi yang Meninggal Bisa Memberi Syafaat? - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 26 Juli 2021. https://www.youtube.com/watch?v=_g--3BXZ_aU.
- . *Cara Berbakti Kepada Orang Tua - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=LfPIwg0weKM&t=40s>.
- . *Ciri Orang Munafik - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 24 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=v8dEqb4adk0>.
- . *EKSKLUSIF! UAH Bicara Tentang Vaksin, part 1 : Sinovac - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 25 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=KYBY1RTr5PA>.
- . *[HD] Apakah Semua orang Islam itu beriman? - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 22 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=GQu6OcxAh58>.
- . *[HD] Perbedaan Adab Dan Akhlak - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 21 Juli 2021. https://www.youtube.com/watch?v=PcntEfe6R_k&t=38s.
- . *Khutbah jumat paling menyentuh - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ol94Llcb2c>.
- . *Khutbah Nikah - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 5 Agustus 2021. https://www.youtube.com/watch?v=5po4S2_T75I&t=654s.
- . *[LIVE] AQS: Tafsir Surah Al-Baqarah - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=G2NZAZY562s>.

- . *[LIVE] Kitabush Shaum Imam Al Bukhari Eps 27: Persoalan Seputar Ramadhan*. Diakses 25 Juli 2021.
<https://www.youtube.com/watch?v=kFEdynnzDXg>.
- . *[LIVE] Visi Membangun Generasi Khairu Ummah Dalam Pandangan Al-Qur'an - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 2 Agustus 2021.
<https://www.youtube.com/watch?v=ng1rP-RldnQ&t=1013s>.
- . *Menjawab Isu Semua Manusia Masuk Neraka! - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 25 Juli 2021. https://www.youtube.com/watch?v=xzj_60fvT_Y&t=847s.
- . *Menyambut Bulan Suci Ramadhan - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 4 Agustus 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=M5115fptumk&t=77s>.
- . *Rahasia 3 B: Beriman, Beramal dan Bertaqwa - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 4 Agustus 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=n2X2Y11H3p0&t=77s>.
- . *Renungan Menghadapi Kematian - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 23 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=MrQqqeW7D3s&t=140s>.
- . *Sejarah Yahudi Part#4: Kisah Nabi Musa As - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 6 Agustus 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=8D0o8yLu2NY>.
- . *Tanya - Jawab Dzulhijjah SESI #5 - Berqurban atau Aqiqah dulu? - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 23 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=Yu-SMardwaI&t=44s>.
- . *Tausiyah Idul Adha - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 31 Juli 2021. https://www.youtube.com/watch?v=OTujN_i8K8A&t=232s.
- . *Tawassul dengan Bersholawat - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 25 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=GYUrWra3laE>.

- . *UAH Berbicara Tentang Corona (Part 3)- Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 21 Juli 2021. https://www.youtube.com/watch?v=ci_bDrbwQQY.
- . *UAH MENJAWAB : Bagaimana cara agar doa tidak ditolak*. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=dzV2NkCjzYg>.
- . *Viralkan !! Donasi Untuk Palestina Terkumpul 30 Milyar dalam 6 Hari - Ustadz Adi Hidayat*. Diakses 4 Agustus 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=eQS1oNX9QFs>.
- “Adi Hidayat Official - YouTube.” Diakses 7 Juni 2021. <https://www.youtube.com/c/AdiHidayatOfficial/about>.
- “Adi Hidayat Official YouTube Channel Analytics and Report.” Diakses 21 Mei 2021. https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ?utm_source=facebook.
- Administrator. “Biografi Ustadz Adi Hidayat.” Pondok Pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Daerah Garut, 22 November 2018. <https://darularqamgarut.sch.id/biografi-ustadz-adi-hidayat/>.
- “Hasil Pencarian untuk ‘ustadz abdul somad’ – Toko Buku Tafaqquh.” Diakses 6 Juli 2021. https://tokobukutafaqquh.com/?s=ustadz+abdul+somad&post_type=product.
- “Biografi Ustadz Abdul Somad - Riwayat Sang Ustadz Kondang - Tokoh.Co.Id.” Diakses 10 Maret 2021. <https://tokoh.co.id/biografi-ustadz-abdul-somad/>.
- CakraDunia.co. “Ustad Somad Luncurkan Buku ‘35 Kisah Saat Maut Menjemput’ - Nasional.” CakraDunia.co. Diakses 6 Juli 2021.

<https://cakradunia.co/news/uas-luncurkan-buku-35-kisah-saat-mau-menjemput/index.html>.

“Inilah Biografi Ustadz Abdul Somad.” Diakses 4 Juli 2021.

<https://www.islamedia.id/2019/04/inilah-biografi-ustadz-abdul-somad.html>.

Suara.com. “Pendapatan UAS dari YouTube Gede Banget, Semua Dihilangkan Buat Beramal,” 25 Agustus 2020.

<https://www.suara.com/news/2020/08/25/134115/pendapatan-uas-dari-youtube-gede-banget-semua-dihilangkan-buat-beramal>.

Pos, Riau. “Ustaz Abdul Somad Dapat Gelar Profesor di Brunei.” RiauPos.co, 29

Januari 2020. <https://riaupos.jawapos.com/riau/29/01/2020/221941/ustaz-abdul-somad-dapat-gelar-profesor-di-brunei.html>.

“Profile Ust. Adi Hidayat – Quantum Akhyar Institute.” Diakses 11 Juli 2021.

<https://quantumakhyar.com/profile-uah/>.

Tribun Timur. “Sederhananya Ustadz Abdul Somad Padahal Dai Kondang di Tanah

Air ‘Baju Rp 100 Ribu masuk TV One.” Diakses 31 Juli 2021.

<https://makassar.tribunnews.com/2019/07/14/sederhananya-ustadz-abdul-somad-padahal-dai-kondang-di-tanah-air-baju-rp-100-ribu-masuk-tv-one>.

SINDOnews.com. “Silahturahim ke Habib Luthfi, Ustadz Abdul Somad Dapat Julukan

Syekh.” Diakses 4 Juli 2021.

<https://daerah.sindonews.com/artikel/jatim/6719/silahturahim-ke-habib-luthfi-ustadz-abdul-somad-dapat-julukan-syekh>.

Suara.com. "Soal Dugaan Ustadz Adi Hidayat Gelapkan Dana Palestina, Ini Tanggapan MUI," 31 Mei 2021. <https://bogor.suara.com/read/2021/05/31/161124/soal-dugaan-ustaz-adi-hidayat-gelapkan-dana-palestina-ini-tanggapan-mui>.

Merdeka.com. "Tak Bawa Mobil Mewah, Ini Potret Sederhana Ustadz Abdul Somad Naik Motor Klasik Semua Halaman," 16 Juni 2020. <https://www.merdeka.com/trending/tak-bawa-mobil-mewah-ini-potret-sederhana-ustaz-abdul-somad-naik-motor-klasik.html>.

Kumparan. "Ustad Abdul Somad Kini Bergelar Datuk Seri Ulama Setia Negara." Diakses 6 Juli 2021. <https://kumparan.com/sumatera-zine/ustaz-abdul-somad-kini-bergelar-datuk-seri-ulama-setia-negara>.

Ustadz Abdul Somad Official. "*KEUTAMAAN DO'A*"^{HD} / Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=pin-YmgXpKY>.

———. "*KEUTAMAAN DO'A*"^{HD} / Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=pin-YmgXpKY>.

———. "*TIDAK ADA YANG BERKUASA KECUALI ALLAH*" KHUTBAH JUM'AT^{HD} / Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=ltsVQdQqcWA>.

———. *3 TANDA MANISNYA IMAN* / Kajian Subuh di Masjid Arafah, Kota Duri, Riau 25.4.2021. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=OlShXA9HylE&t=2726s>.

———. *5 AMALAN AKHIR RAMADHAN*^{HD} / Palembang / Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=X-V3nNkICqg>.

- . *BERSAMA UNTUK SALING MENGUATKAN* ^{HD} / *BERSAMA PARA ASN BERAU, KALTIM* | Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Diakses 1 Agustus 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=g-Z1HWVsU48>.
- . *BOLEHKAH MENCAMPUR AKIKAH DENGAN QURBAN ?* | Ustadz Abdul Somad, Lc., MA., Ph.D. Diakses 22 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=e7YiU4I7wYw>.
- . *DAKWAH BUKAN HANYA SEKEDAR CERAMAH* | *Dialog bersama Muballigh Solok, Sumatera Barat* 23.7.2021. Diakses 31 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=Gh-K24Zitps>.
- . *HABISKAN CINTA ITU UNTUK ALLAH* ^{HD} | Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Diakses 22 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ekh4K9QoKH0>.
- . *JANGAN ABAIKAN ORANG TUAMU* | *Khutbah Jum'at 28. 02. 2020 (Masjid Raya Bukittinggi, Sumatera Barat)*. Diakses 20 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=vdnwb7KPrWg>.
- . *MAKNA DIBALIK DO'A QUNUT* | *Kajian Subuh di Masjid Raya Teluk Kenas, Sumut - 9 Agustus 2020*. Diakses 22 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=A-R338-0088&t=322s>.
- . *Membangkitkan semangat menghadapi Covid* ^{HD} Part 1/ Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Diakses 20 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=P-Kk8KINASK>.
- . *Membangkitkan semangat menghadapi Covid* ^{HD} Part 2/ Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Diakses 21 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=K9pIXvOrVe8>.

- . *MENSYUKURI NIKMAT ALLAH^{HD} | PULAU MARATUA, KALIMANTAN TIMUR* } Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Diakses 24 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=mPciBn3YTpY>.
- . *RAHASIA SHOLAT - INDAHNYA RAMADHAN TVONE*. Diakses 19 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=lWL4z68OPiM>.
- . *RAMADHAN YANG DIRINDUKAN | UAS* عبد الصمد. Diakses 5 Agustus 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=nZp01QECeuE&t=323s>.
- . *TANYA JAWAB KAJIAN SUBUH | Masjid Jami' Baloi, Batam, Kepulauan Riau 28.1.2021*. Diakses 26 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=pduAvB8b5IE>.
- . *TANYA JAWAB WAKAF DAN ZAKAT* | Ustadz Abdul Somad, Lc., MA., Ph.D. Diakses 4 Agustus 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=xhdJvnuEX2s>.
- . *UJIAN HIDUP, ADALAH JALAN SYURGA | Kajian Khusus bersama Pengusaha Hijrah Jakarta 17.6.2021*. Diakses 25 Juli 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=tw8lhSModAE&t=37s>.
- “Ustadz Abdul Somad Official - YouTube.” Diakses 21 Mei 2021. <https://www.youtube.com/>.
- “Ustadz Abdul Somad Official - YouTube.” Diakses 7 Juni 2021. <https://www.youtube.com/c/UstadzAbdulSomadOfficial/about>.
- “Ustadz Abdul Somad Official YouTube Channel Analytics and Report.” Diakses 6 Juli 2021. https://id.noxinfluencer.com/youtube/channel/UC1vc6c04-xEYKFFyeP3yjKA?utm_source=facebook.

Merdeka.com. “Ustaz Adi Hidayat Blak-Blakan Soal ‘Tarif Dakwah’, Nasihatnya Benar-Benar Jempolan Semua Halaman,” 2 November 2020. <https://www.merdeka.com/trending/ustaz-adi-hidayat-blak-blakan-soal-tarif-dakwah-nasihatnya-benar-benar-jempolan.html>.

SINDOnews.com. “Ustaz Adi Hidayat Raih Gelar Doktor Honoris Causa dari Universitas Ternama di Turki,” 1 Desember 2019. <https://nasional.sindonews.com/berita/1464257/15/ustaz-adi-hidayat-raih-gelar-doktor-honoris-causa-dari-universitas-ternama-di-turki>.

Tribun Sumsel. “Viral Cerita Sosok Ustadz Adi Hidayat, Beasiswa Kuliah Sampai S3 dan Umroh Bagi Penghafal Al Qur’an.” Diakses 4 Agustus 2021. <https://sumsel.tribunnews.com/2019/05/29/viral-cerita-sosok-ustadz-adi-hidayat-beasiswa-kuliah-sampai-s3-dan-umroh-bagi-penghafal-al-quran>.

Wink. “Biografi Ustadz Adi Hidayat, Profil Dan Biodata Lengkap Ustadz Kondang | Biografiku.com,” 3 Agustus 2018. <https://www.biografiku.com/profil-dan-biografi-ustadz-adi-hidayat-lc-ma/>.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA