

**RETORIKA DAKWAH QURAIISH SHIHAB DALAM PROGRAM SHIHAB & SHIHAB DI  
YOUTUBE NAJWA SHIHAB**



**UIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Disusun Oleh :**

**Gardenta Ahmad Fairy  
15210059**

**Pembimbing:**

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

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

**2022**



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

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-626/Un.02/DD/PP.00.9/04/2022

Tugas Akhir dengan judul : RETORIKA DAKWAH QURAIISH SHIHAB DALAM PROGRAM SHIHAB & SHIHAB DI YOUTUBE NAJWA SHIHAB

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GARDENTA AHMAD FAJRY  
Nomor Induk Mahasiswa : 15210059  
Telah diujikan pada : Kamis, 16 Desember 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Anisah Indriati, M.Si  
SIGNED

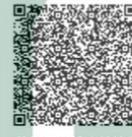
Valid ID: 625e6232a7d54



Penguji I

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

Valid ID: 61c56c9ecb7b7



Penguji II

Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si  
SIGNED

Valid ID: 625e4c09d6a8d



Yogyakarta, 16 Desember 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 625e64b07f3f2



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

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230  
Email : [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id), Yogyakarta 55281

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

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

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama : Gardenta Ahmad Fajry  
NIM : 15210059  
Judul Skrip : **RETORIKA DAKWAH QURAISH SHIHAB  
DALAM PROGRAM SHIHAB & SHIHAB DI  
YOUTUBE NAJWA SHIHAB**

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

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.  
*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Yogyakarta, 02 Desember 2021

Mengetahui:

Ketua Jurusan

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si  
NIP : 1984037 201101 1 013

Pembimbing Skripsi

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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Gardenta Ahmad Fajry  
NIM. : 15210059  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

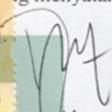
Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul : **Retorika dakwah Quraish Shihab dalam program Shihab & Shihab di Youtube Najwa Shihab** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung unsur plagiarisme dan tidak berisi materi yang di publikasikan atau tulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang benar dan ilmiah.

Apabila terbutku pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 3 Juni 2022

Yang menyatakan,



  
Gardenta Ahmad Fajry  
NIM. 15210059

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Diri Sendiri

Kedua Orangtuaku Ibu Zulfa & Bapak Ratno,

Kakak dan Adikku,

Istriku yang aku cintai

Serta Almamater

Progam Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



### **MOTTO**

“Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”  
(Qs Al Insyirah :8)

Jangan biarkan dirimu dimasa depan menyesal  
dengan apa yang kamu lakukan hari ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

### **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, kesehatan dan keselamatan. Sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “RETORIKA DAKWAH QURAISH

SHIHAB DALAM PROGRAM SHIHAB & SHIHAB DI YOUTUBE NAJWA SHIHAB” guna memenuhi persyaratan menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.Sos) Strata-1 (S1) Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat dan salam senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan ummat-Nya.

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

1. Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag, MA. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang senantiasa memberikan dukungan.
4. DR. Khadiq, S.AG.,M.HUM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulis.
5. Dra. Anisah Indriati, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, motivasi, semangat, masukan saran dan membimbing dari awal pengerjaan hingga selesainya skripsi ini.
6. Dosen Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah mencurahkan ilmu serta membimbing dalam perkuliahan.

7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Suratno dan Ibu Zulfa Prastiani terimakasih untuk doa, dukungan dan restunya
9. Gardenta Ahmad Fajry, terimakasih sudah berjuang hingga sejauh ini, tetap semangat dan mencintai diri sendiri
10. Lintang Achta N Fira selaku partner, terimakasih sudah banyak membantu memberi dukungan dan semangat serta motivasi
11. Sahabat-sahabat Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2015 yang menjadi tempat bertukar pikiran dan tempat saya berproses dari awal perkuliahan hingga sekarang.
12. Seluruh pihak yang ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.

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

Yogyakarta, 02 Desember 2021

Yang menyatakan,

Gardenta Ahmad Fajry

15210059



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**ABSTRAK**

Gardenta Ahmad Fajry 15210059, Retorika Dakwah Quraish Shihab Dalam Program Shihab & Shihab Di Youtube Najwa Shihab.

Dalam proses dakwah, retorika sangat penting digunakan, sebab dengan menggunakan retorika ucapan seorang dai akan lebih dapat memotivasi mad'u nya dan pesan dakwah akan lebih mudah dipahami. Selain itu, menggunakan ilmu retorika juga akan lebih menarik para mad'u untuk mendengarkan isi dari apa yang pendakwah sampaikan. Retorika dakwah sendiri merupakan seni berbicara. Di Zaman ini, seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, kegiatan dakwah juga turut berkembang, saat ini dakwah tidak hanya dilakukan secara langsung (*face to face*) namun juga bisa dilakukan di media sosial, pada beberapa platform seperti Youtube. Seperti halnya yang dilakukan oleh Ulama besar Indonesia Quraish Shihab, beliau menggunakan media Youtube dalam berdakwah dengan channel Youtube Najwa Shihab dengan segmen program Shihab&Shihab. Acara talkshow dakwah ini banyak diminati oleh warganet yang dibuktikan dengan banyaknya penonton dari setiap video yang ditayangkan. Dari latar belakang tersebut, peneliti akan mengkaji mengenai bagaimana retorika dakwah Ulama Quraish Shihab yang akan dilihat dari bentuk penggunaan Bahasa, bentuk susunan pesan, dan bentuk persuasif yang digunakan dalam video dakwah yang ditayangkan dalam segmen Shihab&Shihab pada channel Youtube Najwa Shihab.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian analisis isi. Metode pengumpulan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode dokumentasi. Data sekunder dalam penelitian ini adalah video dakwah yang ditayangkan dalam segmen Shihab&Shihab pada channel Youtube Najwa Shihab. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan analisis semiotik model Ferdinand De Saussure.

Dari ke 7 video yang telah di analisis, dihasilkan kesimpulan bahwa pada konten ceramah dengan narasumber Quraish Shihab sudah menggunakan retorika dakwah yang baik pada aspek yang telah diteliti yaitu penggunaan bahasa yang meliputi gaya bahasa dan langgam terdapat 5 gaya bahasa yang menggunakan bahasa percakapan dan 2 gaya bahasa tak resmi serta pada langgam didominasi oleh penggunaan langgam agama, selain itu juga terdapat langgam diktatik dan langgam conversatie. Kemudian dari bentuk dan susunan pesan yang meliputi komposisi pidato dan organisasi pesan, telah ditemukan jenis komposisi pidato yaitu pertautan, kesatuan, induktif. Secara lebih rinci pada jenis komposisi pidato yang digunakan Quraish Shihab didominasi oleh jenis komposisi pidato kesatuan karena terdapat 4 jenis tersebut. Kemudian pada susunan pesan dalam organisasi pesan yang telah ditemukan terdapat lima jenis organisasi pesan yang digunakan oleh Quraish Shihab diantaranya kesatuan, logis, induktif & kronologis dan Logis. Dan diantara lima jenis organisasi pesan yang telah ditemukan ini organisasi pesan induktif merupakan salah satu organisasi pesan yang paling banyak digunakan oleh Quraish Shihab

Kesimpulan terakhir untuk bentuk persuasif yang telah ditemukan dari hasil analisis terdapat dua bentuk persuasif yang digunakan oleh Quraish Shihab yaitu imbauan rasional dan dan imbauan emosional.

Kata Kunci : Retorika Dakwah, Quraish Shihab, Program Shihab&Shihab, Channel Youtube Najwa Shihab.



## ABSTRACT

In the da'wah process, rhetoric is very important to be applied, as by using rhetoric, the Da'i's speech will be able to motivate their mad'u and the da'wah message can be easier to be understood. Besides, using rhetoric will also attract the mad'u to listen to what the preacher conveys. Rhetoric da'wah itself is an art of speaking. In this era, along with the development of communication technology, the da'wah activity is also developing. Currently, da'wah is not only done face to face, yet also through social media in several platforms like YouTube. Likewise what the Indonesian Cleric, Quraish Shihab did, he uses YouTube as the media of da'wah through Najwa Shihab YouTube channel by creating Shihab&Shihab segment program. This da'wah talk show is attracting a lot of Indonesian netizens, proven by the amount of viewers in every video that has been aired. From the mentioned background, the researcher will study about the rhetoric da'wah of the Cleric, Quraish Shihab that will look after the use of language, the composition of the message, and the persuasiveness that is used in the da'wah video which is aired in the Shihab&Shihab segment in Najwa Shihab YouTube channel.

The research method of this research is a qualitative method by using content analysis research. The data collection method of this research is by using a documentation method. The secondary data of this research is the da'wah videos that are aired on Shihab&Shihab segment on Najwa Shihab YouTube channel. The method of data analysis in this research is semiotic analysis by Ferdinand De Saussure model.

From the total of 7 videos that have been analyzed, it can be concluded that the da'wah content of Quraish Shihab have implemented a good rhetoric da'wah in the aspects that are studied which are the use of language including style of language and word style (*langgam*). There are 5 language styles that use conversational language and 2 informal language styles; meanwhile in *langgam* it was dominated with religious *langgam*, in addition there are also dictatic *langgam* and conservative *langgam*. Then, the form and composition of the message including the structure of the speech and the organization of the message, the types of the speech have been found namely coherence, unity, and inductive. In more details of the type of speech composition that are used by Quraish Shihab, mostly are dominated by unity type because there were 4 types of it. Furthermore, the composition of messages in the organization of messages that were found, there are five types of message organization used by Quraish Shihab, namely unity, logic, inductive and chronologic and logic, and inductive as the one that is mostly used by Quraish Shihab.

The final findings of the persuasive forms that were used by Quraish Shihab were rational persuasive and emotional persuasive.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>91</b>
A. Latar Belakang	91
C. Tujuan Penelitian	96
D. Manfaat Penelitian	96
E. Kajian Pustaka	97
F. Kerangka Teori	100
1. Tinjauan tentang Retorika Dakwah	100
2. Dimensi Retorika Dakwah	101
3. Youtube	111
4. Teori Ferdinand De Saussure	111
G. Metode Penelitian	112
8. Teknik Pengumpulan Data	116
9. Teknik Analisis Data	117
H. Sistematika Pembahasan	118
<b>BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG YOUTUBE NAJWA SHIHAB</b>	<b>37</b>
A. Profil Quraish Shihab	37
C. Profil Channel Youtube Najwa Shihab	41
D. Progam Shihab & Shihab	42
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	<b>43</b>
A. Analisis Bentuk Penggunaan Bahasa ( <i>Expression</i> )	45
B. Analisis Bentuk Pesan	64
<b>BAB IV</b>	<b>120</b>
A. Kesimpulan	120
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>123</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Konten video Quraish Shihab pada bulan April 2020 sampai April 2021 yang menjadi sampel penelitian	44
Tabel 2. Hasil Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dalam Konten “ Menyambut Ramadhan Bersama Gus Baha”	45
Tabel 3. Hasil Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dalam Konten “ Menjawab Pertanyaan Anak Tentang Islam”	47
Tabel 4. Hasil Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dalam Konten “Lebih dekat dengan Gus Baha (part 1)”	48
Tabel 5. Hasil Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dalam Konten “Gus Baha dan Abi Quraish Shihab menjawab soal Cinta, Taaruf dan Fans K-Pop Part 2”	49
Tabel 6. Hasil Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dalam Konten “Mengenal Sosok dan Pribadi Nabi Muhammad SAW”	50
Tabel 7. Hasil Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dalam Konten “Menjemput Jodoh Ala Viki Naki”	52
Tabel 8. Hasil Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dalam Konten “Mengoptimalkan Ibadah Ramadhan bersama Habib Ja’far”	53
Tabel 9. Hasil Analisis Semiotik Langgam Dalam Tema Ceramah “Menyambut Ramadhan bersama Gus Baha”	55
Tabel 10. Hasil Analisis Semiotik Langgam Dalam Tema Ceramah “Menjawab Pertanyaan Anak Tentang Islam Part 1 ”	56
Tabel 11. Hasil Analisis Semiotik Langgam Dalam Tema Ceramah “Lebih dekat dengan Gus Baha Part 1 ”	57
Tabel 12. Hasil Analisis Semiotik Langgam Dalam Tema Ceramah “Gus Baha dan Abi Quraish Shihab Menjawab soal Cinta, Taaruf dan K-Pop ”	58
Tabel 13. Hasil Analisis Semiotik Langgam Dalam Tema Ceramah “Mengenal Sosok & Pribadi Nabi Muhammad SAW ”	59
Tabel 14. Hasil Analisis Semiotik Langgam Dalam Tema Ceramah “Menjemput Jodoh ala Viki Naki”	60
Tabel 15. Hasil Analisis Semiotik Langgam Dalam Tema Ceramah “Mengoptimalkan Ibadah Ramadhan bersama Habib Ja’far ”	62
Tabel 16. Hasil Analisis Semiotik Komposisi Pidato Dalam Tema Ceramah ”Menyambut Ramadhan bersama Gus Baha”	64
Tabel 17. Hasil Analisis Semiotik Organisasi Pesan Dalam Tema Ceramah ”Menjawab Pertanyaan Anak Tentang Islam Part 1”	65
Tabel 18. Hasil Analisis Komposisi Pidato Dalam Tema Ceramah ”Lebih dekat dengan Gus Baha”	66

Tabel 19. Hasil Analisis Semiotik Komposisi Pidato Dalam Tema Ceramah "Gus Baha dan Abi Quraish menjawab soal cinta"	68
Tabel 20. Hasil Analisis Semiotik Komposisi Pidato Dalam Tema Ceramah "Mengenal sosok dan pribadi Nabi Muhammad"	69
Tabel 21. Hasil Analisis Semiotik Komposisi Pidato Dalam Tema Ceramah "Menjemput jodoh ala Fiki Naki"	71
Tabel 22. Hasil Analisis Semiotik Komposisi Pidato Dalam Tema Ceramah "Mengoptimalkan ibadah ramadhan bersama Habib Ja'far"	72
Tabel 23. Hasil Analisis Semiotik Organisasi Pesan Dalam Tema Ceramah "Menyambut Ramadhan bersama Gus Baha"	74
Tabel 24. Hasil Analisis Semiotik Organisasi Pesan Dalam Tema Ceramah "Menjawab Pertanyaan anak tentang Islam Part 1"	75
Tabel 25. Hasil Analisis Semiotik Organisasi Pesan Dalam Tema Ceramah "Lebih dekat dengan Gus Baha"	76
Tabel 26. Hasil Analisis Semiotik Organisasi Pesan Dalam Tema Ceramah "Gus Baha dan Abi Quraish menjawab soal cinta"	77
Tabel 27. Hasil Analisis Semiotik Organisasi Pesan Dalam Tema Ceramah "Mengenal sosok dan pribadi Nabi Muhammad"	78
Tabel 28. Hasil Analisis Semiotik Organisasi Pesan Dalam Tema Ceramah "Menjemput jodoh ala Fiki Naki"	80
Tabel 29. Hasil Analisis Semiotik Komposisi Pidato Dalam Tema Ceramah "Mengoptimalkan ibadah ramadhan bersama Habib Ja'far"	81
Tabel 30. Hasil Analisis Semiotik Bentuk Persuasif Dalam Tema Ceramah "Menyambut Ramadhan bersama Gus Baha"	82
Tabel 31. Hasil Analisis Semiotik Bentuk Persuasif Dalam Tema Ceramah "Menjawab Pertanyaan anak tentang Islam Part 1"	84
Tabel 32. Hasil Analisis Semiotik Bentuk Persuasif Dalam Tema Ceramah "Lebih dekat dengan Gus Baha"	85
Tabel 33. Hasil Analisis Semiotik Bentuk Persuasif Dalam Tema Ceramah "Gus Baha dan Abi Quraish Menjawab Soal Cinta"	86
Tabel 34. Hasil Analisis Semiotik Bentuk Persuasif Dalam Tema Ceramah "Mengenal sosok dan pribadi Nabi Muhammad SAW"	87
Tabel 35. Hasil Analisis Semiotik Bentuk Persuasif Dalam Tema Ceramah "Menjemput jodoh ala Fiki Naki"	88
Tabel 36. Hasil Analisis Semiotik Bentuk Persuasif Dalam Tema Ceramah "Mengoptimalkan Ibadah Ramadhan bersama Habib Ja'far"	89

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Agama memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari, agama menjadi pedoman dalam perilaku sosial keseharian karena dalam setiap agama kitab suci mengatur tentang bagaimana kehidupan manusia. Dalam agama islam, Al-Quran dan Hadits sebagai kitab suci umat Islam menjadi patokan dalam mengatur perilaku umat muslim, Al-Quran digunakan sebagai petunjuk dan patokan dalam berperilaku selama di dunia untuk mencapai keselamatan di akhirat nanti.

Dalam penyebaran isi dari Al-Quran, Allah SWT memerintahkan kepada para umat islam untuk berdakwah. Secara bahasa dakwah merupakan kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak manusia untuk selalu taat kepada Allah SWT agar mendapatkan rahmat, serta menjadi jalan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Berdakwah adalah wajib hukumnya dikerjakan oleh setiap muslim.<sup>1</sup>

Allah telah perintahkan kepada umat muslim untuk senantiasa mengajak dan menyeru dalam kebaikan, dalam berdakwah juga sangat penting menggunakan bahasa dan nada yang lemah lembut, santun tanpa menyakiti, dan mencaci, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Quran pun sudah disebutkan prinsip-prinsip dalam metode dakwah melalui firman Allah SWT :

---

<sup>1</sup>Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*,(Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 28.

□ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

“Serulah (*manusia*) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”. (*An-nahl:125*)<sup>2</sup>

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

Dalam berdakwah diperlukan ilmu retorika, karena dalam membahas bab agama perlu disampaikan dengan ringan dan bijaksana. Secara etimologi retorika berasal dari bahasa inggris, *rethoric* yang memiliki arti ilmu berbicara, dalam perkembangannya retorika berarti seni berbicara di hadapan umum atau berpidato. Adapun maksud menggunakan retorika adalah tercapainya tujuan pembicaraan atau terjadinya suatu komunikasi yang efektif antara komunikator kepada komunikan.<sup>3</sup>

Dalam proses dakwah, retorika sangat penting digunakan, sebab dengan menggunakan retorika ucapan seorang dai akan lebih dapat memotivasi mad'u nya dan pesan dakwah akan lebih mudah dipahami serta tersampaikan.

Dalam berdakwah selain menyiapkan materi, penggunaan retorika dakwah dari seorang da'i amat penting digunakan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas oleh mad'u sehingga apa yang disampaikan oleh da'i bisa di amalkan oleh mad'u yang mendengarkan isi pesan dakwah. Dalam retorika berdakwah terdapat beberapa dimensi

---

<sup>2</sup>Al-Qur'an, 16 : 125. Semua terjemah ayat al-qur'an dalam skripsi ini diambil dari Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Spesial for Woman*(Bandung: PT Sygma Exa Grafika,2009)

<sup>3</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), p. hlm. 4

yang perlu diperhatikan oleh para da'i diantaranya bentuk penggunaan bahasa, bentuk susunan pesan dan penggunaan bentuk persuasi.

Dalam prosesnya dakwah sering dilakukan secara langsung, biasanya da'i dan mad'u berkumpul dalam suatu majelis pengajian, atau kita bisa mendengar dan melihat melalui siaran tv dan radio, namun seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi di era digital, saat ini dalam prosesnya dakwah juga mengikuti perkembangan jaman, saat ini dakwah bisa kita jumpai di media internet melalui aplikasi yang tersedia seperti Youtube.

Youtube merupakan situs website yang menjadi wadah bagi penggunanya untuk berbagi video atau melihat konten video yang dibagikan oleh berbagai pihak.<sup>4</sup> Dalam penyajiannya pengguna bisa memilih sendiri tentang konten apa yang ingin mereka lihat, konten dalam Youtube pun sangat beragam seperti misal vlog, video klip musik, film pendek, video tutorial dan dakwah juga bisa kita temukan pada aplikasi Youtube.

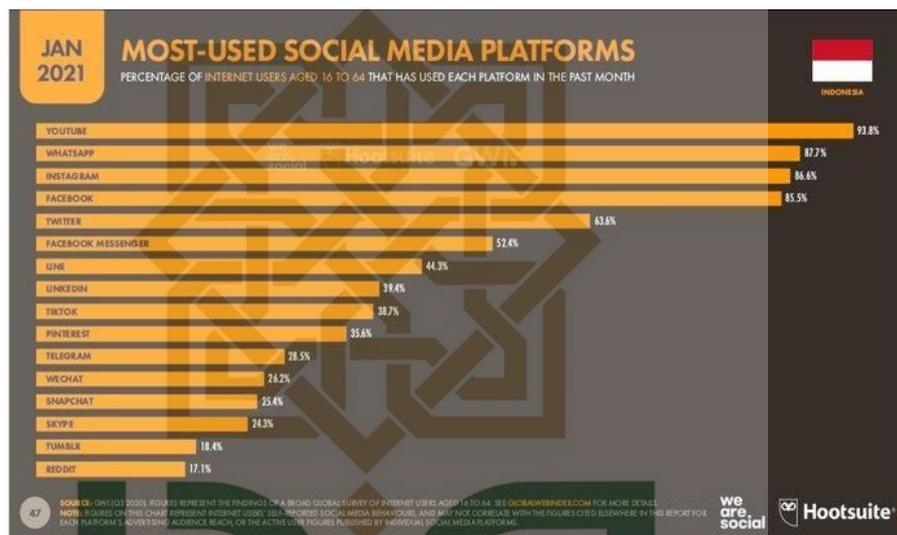
Dilansir dari data yang di ambil pada situs website *Wearesocial.com* data menunjukkan dari 170 juta pengguna Internet aktif di Indonesia, aplikasi tertinggi yang sering digunakan oleh penduduk Indonesia adalah Youtube kemudian disusul oleh Whatsapp, Instagram, Facebook baru kemudian twitter<sup>5</sup>.

Gambar SEQ Gambar \\* ARABIC 1. Data pengguna Internet di Indonesia



digital di

Gambar SEQ Gambar \\* ARABIC 2. Data penggunaan aplikasi tertinggi di Indonesia



yang cukup menjanjikan dalam proses berdakwah, karena saat ini Youtube memiliki banyak peminat, untuk itu banyak ulama yang tentunya memanfaatkan situs ini dalam menyebarkan dakwah agar di terima lebih luas oleh seluruh umat Islam khususnya di Indonesia.

Salah satu ulama yang menggunakan media Youtube dalam berdakwah adalah Qurais Shihab, beliau memiliki latar belakang dengan bergelar profesor dari Universitas Al-Azhar Cairo, beliau adalah seorang tokoh ulama besar di Indonesia yang cukup terkenal dan di hormati, beliau dikenal sebagai ulama yang memberikan ceramah secara bijak, mampu menyampaikan materi dengan jelas dan menggunakan pemilihan kata yang santun, serta tidak menghakimi. Penyampaian yang dilakukan selalu penuh ekspresi dan tenang sehingga mad'u yang mendengarkan bisa menikmati dan paham bahkan tergerak untuk melakukan seperti pesan dakwah yang disampaikan.

Saat ini ceramah beliau dapat dilihat di Youtube dengan menggunakan channel Youtube Najwa Shihab yang ada pada segmen program Shihab&Shihab. Program ini menyajikan konten dengan konsep *talkshow* yang dipandu oleh Najwa Shihab, dikenal dengan profesi sebagai news anchor sukses di Indonesia sekaligus sebagai putri dari Quraish Shihab. Talkshow ini berisikan tentang kajian religi agama islam yang bersumber dari ceramah Quraish Shihab yang dipandu secara santai namun berbobot. Retorika dakwah yang digunakan Quraish Shihab juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pendengar yang menyaksikan konten ini, nada bicara yang menenangkan dan santun dalam menyampaikan materi pun mudah dipahami menjadikan konten ini banyak diminati oleh masyarakat. sehingga segmen Shihab&Shihab selalu di tunggu dan memiliki *views* yang tinggi hingga puluhan ribu.

Berangkat dari latar belakang tersebut penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang retorika dakwah yang dilakukan oleh Quraish Shihab dalam menggunakan bahasa, susunan pesan dan bentuk persuasif yang digunakan dengan mengkaji konten yang ada di Youtube Najwa Shihab dalam segmen Shihab & Shihab.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan yang menjadi pokok bahasan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk penggunaan bahasa yang digunakan oleh Quraish Shihab dalam konten ceramah Shihab & Shihab ?

2. Bagaimana bentuk susunan pesan yang digunakan oleh Quraish Shihab dalam konten ceramah Shihab & Shihab?
3. Bagaimana bentuk persuasif yang digunakan Quraish Shihab dalam konten ceramah Shihab & Shihab?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bentuk penggunaan bahasa oleh Quraish Shihab dalam konten ceramah Shihab & Shihab
2. Untuk Mengetahui susunan pesan oleh Quraish Shihab dalam konten ceramah Shihab & Shihab
3. Untuk mengetahui bentuk persuasif yang digunakan oleh Quraish Shihab dalam program Shihab & Shihab di akun youtube Najwa Shihab

Dari ketiga rumusan masalah diatas peneliti akan menggunakan teknis analisis semiotik Ferdinand De Saussure.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian Retorika dakwah Quraish Shihab dalam akun Youtube Najwa Shihab baik secara teoritis dan praktis adalah sebagai berikut :

1. Manfaat secara Teoritis
  - a. Dapat tambahan khazanah pengetahuan mengenai, mengenai retorika dakwah, yakni bagaimana cara menyampaikan dakwah dengan seni berbicara yang tepat.

- b. Penelitian ini diharap memberikan kontribusi dalam menjalankan misi dakwah dan menjadi bahan refrensi mengenai wacana tentang retorika dakwah.
2. Manfaat secara Praktis
    - a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai salah satu informasi dan evaluasi di bidang retorika dalam masyarakat.
    - b. Penelian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian dengan tema serupa.

#### **E. Kajian Pustaka**

Sudah ada beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan mengenai retorika dakwah yang digunakan oleh seorang da'i. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang telah dilakukan, yang akan digunakan menjadi pembanding atau pelengkap dalam penelitian ini. Beberapa kajian pustaka dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Masrun Billah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya (2018) dengan judul “*Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat dalam Ceramah (Keluarga yang dirindukan Rosulullah SAW*” pada media Youtube. Penelitian ini membahas Bagaimana gaya bahasa , Gaya Suara, Gaya gerak tubuh Ustad Adi Hidayat dalam konten ceramah Keluarga Yang dirindukan Rosulullah SAW berdasarkan analisis semiotik model Miles Huberman. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya retorika Ustad Adi Hidayat dalam ceramah “Keluarga yand dirindukan Rosulullah SAW” pada media youtube. Hasil penelitian dari Masrun Billah disimpulkan bahwa Gaya retorika Ustad Adi Hidayat menggunakan Gaya

bahasa yang bervariasi diantaranya gaya bahasa resmi dan tidak resmi dan percakapan, sedangkan struktur kalimat yang diguna adalah Paralelisme, Antitesis dan Repetisi Tautotes dan Epizeuksis. Kemudian gaya suara yang digunakan bervariasi dan sangat memperhatikan pitch, pause, penekanan dan kecepatan dalam mengucapkan dan Gaya gerak tubuh yang non verbal, mulai dari pakaian yang dikenakan sopan dan syar'i, kontak mata yang apik, mimik wajah dari mengerutkan kening, alis, wajah marah, sedih, kecewa. Gerakan tangan juga demikian, tidak terlalu berlebihan.<sup>6</sup>

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada gaya retorika yang diteliti yaitu gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak. Sedangkan fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya retorika dari bentuk penggunaan bahasa, susunan pesan dan bentuk persuasif. Persamaan dengan penelitian ini adalah persamaan subjek dan gagasan utama yang diteliti yaitu tentang retorika dakwah.

*Kedua, Penelitian dari Iika Sawidri Daulay, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2019 dengan judul "Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube (Analisis pada video UAS Ceramah di Mabes TNI AD berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E Lucas)." Penelitian ini berfokus pada bagaimana metode penyampaian, gaya suara, bahasa tubuh Ustad Abdul Somad pada video "UAS Ceramah di Mabes TNI". Yang dapat ditarik kesimpulan yaitu penyampaian *Speaking Extemporaneously*. Gaya Suara dengan volume yang kuat digunakan untuk pembahasan yang menggebu-gebu dan gaya bahasa Tubuh Ustadz Abdul Somad pada video ini mengalir saja tanpa adanya kekakuan.<sup>7</sup>*

---

<sup>6</sup> Masrun Billah, *Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat dalam Ceramah (Keluarga yang dirindukan Rosulullah SAW)*, Skripsi(Surabaya, Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

<sup>7</sup> Iika Sawidri Daulay, *Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube (Analisis pada video "UAS Ceramah di Mabes TNI AD" berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E Lucas)*, Skripsi (Jakarta, Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Kounikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2019)

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada gaya retorika yang diteliti yaitu gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak dengan kerangka teori Public Speaking Stephen E Lucas. Sedangkan fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui retorika dakwah dengan teori yang dianalisis menggunakan teori Ferdinand De Saussure. Persamaan dengan penelitian ini adalah persamaan subjek dan gagasan utama yang diteliti yaitu tentang retorika dakwah melalui konten video.

*Ketiga*, diambil dari penelitian Aisatul Cholifah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya (2018), dengan judul “*Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video Youtube menggunakan (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa Gitu)”*”. Penelitian ini membahas Bagaimana gaya retorika dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video Youtube meliputi gaya bahasa dan bahasa tubuh. Kesimpulan dari penelitian ini menggunakan Gaya Bahasa yang digunakan bervariasi yakni bahasa tidak resmi dan bahasa percakapan. Bahasa tubuh dari Ustadzah Haneen Akira tidak banyak dan cenderung sederhana, hanya menoleh ke kanan, ke kiri, mengangkat tangannya dan menutup tangannya kedepan.<sup>8</sup>

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada kerangka teori yang digunakan, penelitian diatas menggunakan kerangka teori Analisis Semiotik dan penelitian ini menggunakan teori Ferdinand De Saussure. Persamaan dengan penelitian ini adalah persamaan subjek dan gagasan utama yang diteliti yaitu tentang retorika dakwah dengan subjek yang sama yaitu konten Youtube.

Penelitian selanjutnya berjudul “*Retorika Dakwah Mamah Dedeh Dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” Di Indosiar*”, yang disusun oleh

---

<sup>8</sup> Aisatul Cholifah, “*Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video Youtube menggunakan (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa Gitu)”*”, Skripsi (Surabaya, Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, 2018)

Ahmad Zaini dalam Jurnal Ilmu Dakwah : *Academic Jurnal for Homiletic Studies* Vol. 11, No. 2 tahun 2017. Dari penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam berdakwah secara umum Mamah Dedeh menerapkan lima kanon retorika yaitu: penemuan (*invention*), pengaturan (*arrangement*), gaya (*style*), penyampaian (*delivery*), dan ingatan (*memory*).<sup>9</sup> Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada kerangka teori yang digunakan, penelitian diatas menggunakan subjek penelitian yaitu media televisi dan Youtube. Persamaan dengan penelitian ini adalah persamaan subjek dan gagasan utama yang diteliti yaitu tentang retorika dakwah.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Tinjauan tentang Retorika Dakwah**

Kata retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu *Rethor* yang memiliki arti orator atau ahli pidato.<sup>10</sup> Adapun secara istilah pengertian retorika berarti kecakapan dalam berpidato pembicara publik yang terbiasa berkata-kata. Menguasai ilmu retorika sangatlah penting, karena kepandaian dalam melakukan seni berbicara atau berpidato didepan umum menjadi instrumen utama dalam mempengaruhi audience/massa selain itu menguasai ilmu retorika mampu meningkatkan kemampuan pribadi.<sup>11</sup>

Menurut pandangan Aristoteles retorika berarti seni persuasi, suatu yang harus singkat, jelas dan meyakinkan, dengan menggunakan keindahan bahasa yang disusun untuk hal-hal yang bersifat memperbaiki (*corrective*),

---

<sup>9</sup>Ahmad Zaini, *Retorika Dakwah Mamah Dedeh Dalam Program "Mamah dan Aa' Beraksi" Di Indosiar*, Jurnal Ilmu Dakwah : *Academic Jurnal for Homiletic Studies*, Vol. 11, No. 2. (2017), hlm. 219-234.

<sup>10</sup> Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa*, (Bandung: Percetakan Angkasa, 2009), hlm. 4.

<sup>11</sup> Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika, Terampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi*, (Yogyakarta: Kanisius, 1991), hlm .19.

memerintah (instructive), mendorong (suggestive) dan mempertahankan (defensive).<sup>12</sup>

Secara terminologi, kata dakwah berasal dari bahasa arab yaitu *fi'il madhi* yang memiliki arti seruan, ajakan, dan panggilan.<sup>13</sup> Secara istilahnya dakwah berarti mengajak dan mengajarkan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat secara luas. Atau mengubah sesuatu yang buruk untuk menuju situasi yang lebih baik. Dakwah sebagai usaha atau aktifitas yang bersifat menyeru dan mengajak manusia untuk beriman dan bertakwa kepada Allah SWT sesuai dengan tuntunan Al-Quran dan Hadist.

Retorika dakwah sendiri diartikan sebagai seni dalam berbicara atau berpidato dengan mengolah bahasa yang baik agar mendapat kesan dari audience atau masa. Tujuan dari retorika dakwah ini sendiri agar pesan dakwah yang disampaikan bisa sampai kepada audience/massa mengajak dan menyeru pendengarnya untuk menjadi lebih baik sesuai dengan nilai-nilai yang ajaran Al-Quran dan Hadist. Dalam skripsi ini akan dijelaskan retorika dakwah Quraish Shihab dalam menyampaikan dakwah dilihat dari bentuk penggunaan bahasa, susunan pesan dan bentuk persuasif.

## 2. Dimensi Retorika Dakwah

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan dimensi dalam retorika dakwah menurut Aristoteles, aspek terpenting dalam teori dan dasar pemikiran retorika adalah tiga bagian yang merupakan dimensi dari retorika diantaranya yaitu :

---

<sup>12</sup> Jalaludin Rahkmat, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 7.

<sup>13</sup> Zaenal Arifin, Syi'ar Deddy Mizwar, (Yogyakarta: STAIN Press dan Unggun Religi, 2006) hlm. 24.

- a. *Expression* atau bentuk penggunaan bahasa
- b. *Arrangement* atau bentuk dan susunan pesan
- c. *Persuasion* atau penggunaan bentuk dan sikap persuasi.<sup>14</sup>

Ketiga dimensi dari retorika Aristoteles ini yang akan peneliti gunakan sebagai analisis dalam penelitian ini.

#### 1. *Expression* (Bentuk Penggunaan Bahasa)

##### a) Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah seseorang cara menggunakan bahasa. Gaya bahasa memungkinkan kita untuk dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang yang mempergunakan bahasa itu. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang-orang terhadapnya, semakin buruk gaya bahasa seseorang, semakin buruk pula penilaian yang diberikan kepadanya.<sup>15</sup>

Menurut Gorys Keraf, gaya bahasa dapat ditinjau dari bermacam-macam sudut pandang.

Dilihat dari sudut bahasa atau unsur-unsur bahasa yang digunakan, maka gaya bahasa dibedakan berdasarkan titik tolak unsur gaya bahasa yang dipergunakan. contohnya adalah gaya bahasa berdasarkan pilihan kata. Gaya bahasa ini mempersoalkan ketepatan dan kesesuaian dalam menghadapi situasi-situasi tertentu. Dan gaya bahasa berdasarkan pilihan kata ini terdapat tiga macam gaya bahasa, di antaranya adalah :

Gaya bahasa yang pertama adalah gaya bahasa resmi. Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya yang lengkap, gaya yang

---

<sup>14</sup> Sie, H. Datuk Tombak Alam, *Kunci Sukses Penerangan*, hlm. 39.

<sup>15</sup> Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, hlm. 113.

dipergunakan pada kesempatan-kesempatan resmi. Gaya bahasa resmi cenderung menggunakan nada yang bersifat mulia dan serius. Kemudian kalimatnya panjang-panjang dan biasanya menggunakan inversi. Tata bahasanya lebih bersifat konservatif dan sering sintaksisnya agak kompleks. Biasanya gaya bahasa resmi ini digunakan dalam berita negara, khotbah-khotbah mimbar, dan pidato-pidato yang penting.

Gaya bahasa yang kedua adalah gaya bahasa tak resmi. Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Gaya bahasa tak resmi ini memiliki bentuk yang tidak terlalu konservatif. Cenderung nadanya lebih santai serta pilihan kata-katanya lebih sederhana. Biasanya gaya bahasa tak resmi ini digunakan dalam karya-karya tulis, dalam perkuliahan, dan editorial

Gaya bahasa yang ketiga adalah gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa percakapan pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Dan juga ditambah dengan segi-segi morfologis dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak perlu diperhatikan, demikian pula dengan segi-segi morfologis yang biasa diabaikan sering dihilangkan. Jika dibandingkan dengan bahasa resmi dan gaya bahasa tak resmi, maka dalam gaya bahasa percakapan bahasanya masih lengkap untuk suatu kesempatan dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan tetapi kebiasaan ini agak longgar apabila dibandingkan dengan kebiasaan pada gaya bahasa resmi dan tidak resmi.

Dalam retorika gaya bahasa menjadi satu hal yang penting untuk di kuasai karena seorang da'i harus menggunakan gaya bahasa

yang tepat dengan situasi dan kondisi saat menyampaikan dakwahnya, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh para mad'unya.

#### b) Laggam

Laggam adalah intonasi, alunan atau tekanan tertentu secara harmonis. Seperti halnya kita tarik pada sebuah musik atau lagu, dikarenakan pada sebuah musik atau lagu tersebut terkandung laggam yang menambah pendengar menjadi tertarik dengan lagu atau musik tersebut. Seperti halnya dalam retorika dakwah, dalam penyampaian pesan dakwah yang baik dan menarik maka diperlukan adanya laggam atau intonasi yang tepat dan indah dengan dipadukan penggunaan bahasa yang baik dan benar di dalamnya. Menurut Barmawie Umary dalam bukunya yang berjudul Azaz-Azaz Ilmu Dakwah, ada beberapa laggam yang digunakan dalam praktik berpidato sehari-hari, diantaranya adalah:

Laggam yang pertama adalah laggam agama. Laggam agama digambarkan dengan suara yang terkadang menaik dan kemudian menurun dengan gaya ucapan yang lamban seremonis. Laggam ini biasa dipakai oleh para mubaligh, kiyai, khotib, pendeta, pastur, dan pemuka agama lainnya. Biasanya laggam ini digunakan saat berkhotbah. Isi dalam khotbah biasanya bersifat menggembirakan dan menakutkan para umat terhadap amal perbuatan di dunia, yang nantinya akan mendapatkan ganjaran baik pahala ataupun siksa di akhirat.

Laggam yang kedua adalah laggam agitator. Laggam agitator memiliki ciri yang agresif atau eksplosif. Cenderung intonasinya agak tinggi untuk menguatkan argumentasi yang disampaikan. Laggam jenis ini biasa digunakan dalam pertemuan-pertemuan atau rapat-rapat umum yang bersifat propaganda politis.

Dapat digunakan juga untuk menimbulkan sentimen di kalangan masa agar bertindak sesuai dengan konsep propaganda yang diinginkan. Selain itu jiwa massa juga harus dikuasai dan digiring kearah suatu tujuan tertentu.

Langgam yang ketiga adalah langgam conversatie. Langgam jenis ini merupakan langgam yang paling bebas, jelas, tenang dan terang. Langgam jenis ini biasa digunakan dalam pertemuan-pertemuan atau rapat, memiliki persamaan dengan orang yang sedang berbicara biasa dan seringkali didengar atau dilihat dalam pertemuan serius. Di dalam pidato biasanya digunakan oleh penceramah untuk melontarkan pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya memancing reaksi dari audiensnya.

Langgam yang keempat adalah langgam didaktik. Langgam didaktik adalah langgam yang sifatnya mendidik para pendengar. Langgam ini biasanya dipakai oleh para guru atau dosen saat mengajar, atau dipakai orang saat memberikan ceramah. Langgam ini memiliki kelemahan, yakni dapat menimbulkan antisipasi dari pendengar ketika ada dari mereka yang merasa lebih pandai dari yang berpidato atau berceramah itu sendiri. sehingga ketika menggunakan langgam ini harus terlebih dahulu mengerti bagaimana keadaan pendengar agar dapat disampaikan sesuai sasaran.

Langgam yang kelima adalah langgam sentimental. Langgam jenis ini biasa digunakan di dalam sidang umum dengan jalan mengemukakan kupasan-kupasan penuh perasaan. Dalam langgam ini tidak diperlukan kata-kata yang panjang cukup dengan kata-kata pendek namun dapat membakar hati setiap pendengarnya.

Langgam yang keenam adalah langgam statistik. Langgam statistik biasa digunakan oleh pembicara yang membaca naskah

dengan mengemukakan angka-angka, langgam jenis ini biasa digunakan dihadapan para ahli.

Langgam yang ketujuh adalah langgam teater. Langgam teater adalah langgam berpidato yang penuh dengan gaya dan mimik seperti yang dilakukan oleh para pemain sandiwara di atas panggung. Kadang-kadang pembicara berjalan kesana kemari seperti pemain sandiwara ditunjukkan dengan sikap muka, tekanan suara, atau gerak tangan dan anggota lainnya.<sup>16</sup>

## 2. *Arrangement* (Bentuk dan Susunan Pesan)

### a) Komposisi Pidato

Banyak cara untuk menyusun suatu pesan pidato, tetapi semuanya harus didasari berdasarkan tiga prinsip dalam komposisi pesan pidato, yang dimana prinsip-prinsip ini mempengaruhi kedalam semua unsur organisasi pesan pidato itu sendiri. Tiga prinsip tersebut adalah kesatuan (*unity*), pertautan (*coherence*), dan titik-berat (*emphasis*).

Komposisi pidato yang pertama adalah kesatuan (*Unity*).

Dalam menyusun komposisi pesan pidato kita harus memperhatikan keseluruhan dari bagian pidato itu sendiri. Dari setiap bagian tersebut harus memiliki kesatuan yang tidak dapat diceraikan. Karena bagian yang satu dapat melengkapi bagian yang lainnya. Hilangnya satu bagian dalam suatu komposisi pesan pidato, maka akan menyebabkan bentuk dari pesan pidato itu akan rusak dan akan sulit dipahami oleh para pendengar. komposisi yang baik harus merupakan kesatuan yang utuh. Ini meliputi dalam isi, tujuan, dan sifat (*mood*).

---

<sup>16</sup> Barmawie Umary, *Azaz-azaz Ilmu Dakwah*, (Solo: CV Ramadhani, 1984), hlm. 14-16.

Komposisi pidato yang kedua adalah pertautan (*Coherence*). Pertautan menunjukkan urutan bagian uraian yang memiliki hubungan antara satu dengan yang lain. Pertautan menjadikan perpidahan dari satu pokok ke pokok selanjutnya dapat berjalan dengan lancar. Sebaliknya, jika pertautan tersebut hilang maka dalam penyampaian perpidahan pokok satu dengan yang lain akan menimbulkan uraian yang tersendat-sendat sehingga membuat pendengar tidak bisa untuk memahami pesan yang disampaikan.

Untuk memelihara pertautan dapat dipergunakan tiga cara, yakni: ungkapan penyambung (*connective phrases*), paralelisme dan gema (*echo*). Ungkapan penyambung adalah sebuah kata atau lebih yang digunakan untuk merangkai bagian-bagian dalam menyambungkan bagian satu dengan bagian yang lainnya. Seperti kata : karena itu, walaupun, jadi, dll.

Komposisi pidato yang ketiga adalah titik-berat (*Emphasis*). Jika kesatuan dan pertautan ini membantu para mad'u untuk mengikuti dengan mudah alur dari pembicaraan seorang da'i, maka titik-berat ini memiliki fungsi untuk menunjukkan kepada mad'u pada bagian-bagian yang penting untuk didengar dan diperhatikan. Titik-berat dalam tulisan dapat dinyatakan dengan huruf miring, garis bawah, atau huruf besar. Dalam uraian lisan, titik-berat dapat dinyatakan dengan hentian, tekanan suara yang dinaikkan, perubahan nada, isyarat, dan sebagainya.

#### b) Organisasi Pesan

Hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan pidato selain harus memperhatikan dari komposisi pesan pidato, kita juga harus memperhatikan organisasi pesan pidato yang meliputi cara-cara seorang da'i dalam memilih dan menguraikan pesan pidato.

Organisasi pesan dapat mengikuti enam macam urutan (*sequence*) yakni: deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial, dan topikal.

Organisasi pesan yang pertama adalah deduktif. Urutan deduktif, dimulai dengan menyatakan dulu gagasan utama, kemudian memperjelas dengan keterangan penunjang, penyimpulan dan bukti.

Organisasi pesan yang kedua adalah induktif. Urutan induktif, dengan mengemukakan perincian-perincian dan kemudian menarik kesimpulan.

Organisasi pesan yang ketiga adalah kronologis. Urutan kronologis, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa.

Organisasi pesan yang keempat adalah logis. Urutan logis, pesan ini disusun berdasarkan urutan sebab ke akibat atau akibat ke sebab.

Organisasi yang kelima ada spasial. Urutan spasial, pesan disusun berdasarkan tempat.

Organisasi pesan yang keenam adalah topikal. Urutan topikal, pesan yang disusun itu berdasarkan topik pembicaraan yang klasifikasinya dari yang penting kepada yang kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar, dari yang kenal kepada yang asing.<sup>17</sup>

### 3. *Persuasion* (Penggunaan Bentuk Persuasif)

---

<sup>17</sup> Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern*, hlm. 35-36.

Istilah persuasif berasal dari bahasa latin *persuasion* yang memiliki arti membujuk, mengajak, merayu.<sup>18</sup> Persuasi yang dimaksud disini adalah suatu teknik komunikasi dengan jalan merangsang dan membangkitkan emosi dari audience dengan tujuan agar audien melakukan tindakan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seorang da'i. Tujuan akhir dari pidato adalah mempengaruhi manusia. Retorika sering juga disebut sebagai seni persuasi.<sup>19</sup> Dekat hubungannya antara persuasi dengan perubahan sikap, pendapat, dan tindakan seseorang, untuk itu seorang da'i harus bisa memahami dan mengetahui lebih dalam mengenai faktor-faktor kepribadian para mad'unya agar teknik persuasifnya dapat berhasil.

Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasaran maka perlu dilakukan untuk menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku mad'u. Dimana pesan harus ditata sesuai dengan kondisi mad'u dan menyentuh aspek psikologis yang mendasari motif manusia. Sehingga mad'u dapat menerima dan melaksanakan gagasan yang disampaikan oleh seorang da'i. Ajakan lewat sentuhan kejiwaan dalam retorika dikenal dengan istilah imbauan pesan, yang terdiri dari lima macam imbauan pesan yang biasa digunakan dalam retorika, yakni:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

a. Imbauan Rasional

---

<sup>18</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 21.

<sup>19</sup> Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern*, hlm. 102.

Yaitu imbauan yang meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau dengan penyajian bukti-bukti ilmiah dan masuk akal.

b. Imbauan Emosional

Menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikate dengan mempermainkan bahasa atau ekspresi. Penyampaian seperti ini menggunakan kata-kata atau kalimat yang bernada syahdu.

c. Imbauan Takut (*Punishment*)

Menghimbau dengan cara menakut-nakuti atau menggunakan pesan yang mencemaskan, mengancam atau meresahkan dengan cara menggambarkan konsekuensi yang buruk sehingga membangkitkan rasa takut yang menimbulkan kecemasan yang tinggi.

d. Imbauan Ganjaran (*Reward*)

Menghimbau dengan cara menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikate sesuatu yang mereka perlukan atau yang mereka inginkan dengan cara mengiming-imingi hal-hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan dan menumbuhkan kegairahan emosional.

e. Imbauan Motivasi

Menghimbau dengan cara menggunakan imbauan motif (*motive appeals*) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia seperti motif biologis yaitu motif kebutuhan psikis dan materi. Motif psikologis yaitu motif yang menyentuh aspek kejiwaan. Di dalam Al-Qur'an terdapat banyak sekali

### 3. Youtube

YouTube merupakan situs yang ada di Internet, situs ini memungkinkan khalayak untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. YouTube adalah media sharing yang dapat ditonton oleh semua orang di seluruh dunia. YouTube memberikan pilihan alternatif bagi khalayak yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel secara gratis. Umumnya video-video di situs YouTube adalah video klip, acara TV, film serta video buatan para penggunanya sendiri.<sup>20</sup>

### 4. Teori Ferdinand De Saussure

Secara etimologis, istilah *semiotik* berasal dari kata Yunani *semeion* yang memiliki arti “tanda”. Tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Semiotik diartikan juga sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.<sup>21</sup>

Ferdinand De Saussure dianggap sebagai pendahulu dari sebuah ilmu umum tentang tanda, teori Ferdinand menganggap bahasa sebagai sistem tanda. Menurutnya tanda terdapat dimana-mana, kata merupakan tanda, demikian pula gerak isyarat, lampu rambu lalu lintas, bendera, dan sebagainya, struktur film, struktur bangunan, atau nyanyian burung juga merupakan suatu tanda. Ferdinand Saussure memiliki pemikiran penting dalam konteks semiotik tentang pandangannya mengenai tanda. Saussure

---

<sup>20</sup> <https://www.youtube.com/intl/id/about/> diakses tanggal 14 april 2021 pukul 22: 46 WIB

<sup>21</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Cet. 6, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm.95.

meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia dengan melakukan pemilahan yaitu *Signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

- a. *Signifier* adalah bunyi yang bermakna atau disebut juga coretan yang bermakna (aspek material), yaitu apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca.
- b. *Signified* adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut dinamakan *signification*. Dengan kata lain, *signification* adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia

Pada dasarnya apa yang disebut *signifier* dan *signified* tersebut adalah produk kultural, hubungan di antara keduanya bersifat arbiter (manasuka) dan hanya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau peraturan dari kultur pemakai bahasa tersebut. Hubungan antara *signifier* dan *signified* tidak bisa dijelaskan dengan nalar apapun, baik pilihan bunyi-bunyian maupun pilihan untuk mengaitkan rangkaian bunyi tersebut dengan benda atau konsep yang dimaksud. Karena hubungan yang terjadi antara *signifier* dan *signified* bersifat arbiter, maka makna *signifier* harus dipelajari, yang berarti struktur yang pasti atau kode yang membantu menafsirkan makna.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Karena nantinya data yang akan didapat dari penelitian ini berupa kata-kata bukan angka. Menurut definisi dari Tohirin (2013:2) penelitian kualitatif merupakan “penelitian yang berupaya untuk membangun pandangan orang yang diteliti secara rinci serta dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik (menyeluruh dan mendalam) dan rumit.”. Sedangkan menurut Bogda dan Taylor menjelaskan metodologi kualitatif adalah suatu prosedur penelitian

yang dihasilkan data-data dekstiptif yaitu berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.<sup>22</sup>

Dari penjelasan menurut para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang dibentuk dan dihasilkan dari kata-kata atau lisan dari orang atau perilaku yang diteliti dengan hasil kata-kata.

Jenis penelitian yang ada dalam penelitian ini merupakan analisis isi, karena dalam penelitian ini berfokus pada analisis pesan dari konten ceramah Quraish Shihab yang dilihat dari 3 dimensi retorika yaitu bentuk penggunaan bahasa, bentuk susunan pesan dan bentuk persuasif yang digunakan oleh Quraish Shihab

## **2. Definisi Konsepsional**

Akan dijelaskan mengenai definisi konsep yang sesuai dengan judul hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman dalam penelitian ini. Secara umum konsep dapat diartikan sebagai abstraksi atau representasi dari suatu objek atau gejala sosial.<sup>23</sup> Berdasarkan pengertian tersebut disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mengangkat tentang retorika dakwah serta dimensi retorika dakwah sebagai konsep utama. Guna memberikan gambaran jelas tentang retorika dakwah serta dimensi retorika dakwah dalam penelitian ini maka peneliti akan mengambil teori yang telah dipaparkan pada kerangka teori.

Dalam retorika dakwah seorang da'i harus memperhatikan bagaimana penggunaan bahasa, susunan pesan dan bentuk persuasif yang akan digunakan pada saat melakukan dakwah. Hal ini dimaksudkan agar pesan yang disampaikan kepada audience atau mad'u tersampaikan dengan

---

<sup>22</sup> Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001), hlm. 3.

<sup>23</sup> Eriyanto, *Analisis Isi, Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 175.

baik dan dimengerti selain itu agar pesan yang diberikan dapat diamankan oleh mad'u. Karena jika penggunaan retorika dakwah tidak tepat bisa jadi pesan yang diberikan tidak tersampaikan dengan baik yang mengakibatkan tujuan dakwah terkendala.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dimensi dalam retorika dakwah seperti apa yang didefinisikan oleh Aristoteles mengenai retorika. Aristoteles memaparkan bahwa dalam retorika ada tiga bagian penting yang merupakan dimensi dari retorika yaitu *Expression*, *Arrangement*, dan *Persuasion*. Dimensi ini yang akan menjadi pisau dalam penelitian ini

### **3. Definisi Operasional**

Pada definisi operasional peneliti akan memperjelas pengamatan sesuai judul penelitian ini yang meliputi penggunaan bahasa (*Expression*), bentuk susunan pesan (*Arrangement*) dan bentuk persuasi (*Persuasion*) yang digunakan dalam konten video Shihab&Shihab.

Dimensi retorika dakwah pertama adalah bentuk penggunaan bahasa (*Expression*) yang meliputi gaya bahasa dan langgam. Pada gaya bahasa terdapat tiga macam, yaitu gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi, dan gaya bahasa percakapan. Sedangkan untuk langgam memiliki tujuh macam diantaranya langgam agama, langgam aligator, langgam conversatie, langgam diktatik, langgam sentimental, langgam statistik, dan yang terakhir langgam teater.

Yang kedua dimensi retorika dakwah mengenai bentuk dan susunan pesan (*Arrangement*) yang meliputi komposisi pidato dan organisasi pesan. Pada komposisi pidato terdapat tiga prinsip diantaranya kesatuan (*unity*), peraturatan (*coherence*), dan titik-berat (*emphasis*). Untuk organisasi pesan terdapat enam macam urutan, yakni : deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial, dan topikal.

Dimensi retorika yang terakhir yaitu mengenai bentuk dan sikap persuasi (*persuasion*) yang meliputi imbauan pesan. Dalam imbauan pesan terdapat lima macam, diantaranya yakni imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut (*punishment*), imbauan ganjaran (*reward*), dan yang terakhir imbauan motivasional. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan metode analisis semiotik model Ferdinand De Saussure untuk mencari *signifier* dan *signified* dari konten kajian Quraish Shihab.

#### **4. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan sumber data yang diobservasi sesuai dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini bisa berupa individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian atau sumana data itu diperoleh.<sup>24</sup> Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah dari mana sumber data diperoleh dan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya yaitu data dokumentasi dari video Quraish Shihab yang terdapat dalam segmen konten Shihab&Shihab dalam channel Youtube Najwa Shihab.

#### **5. Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah Retorika dakwah yang digunakan Quraish Shihab dalam akun Youtube Najwa Shihab dalam program Shihab & Shihab

#### **6. Sumber Data Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dimana informasi telah dikumpulkan dari pihak lain, jadi peneliti tidak langsung memperoleh data dari sumbernya.<sup>25</sup> Data sekunder pada penelitian ini

---

<sup>24</sup> John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 565.

<sup>25</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016).

berupa dokumentasi konten video kajian Quraish Shihab yang terdapat pada channel Youtube Najwa dengan segmen Shihab&Shihab pada periode bulan April 2020 hingga April 2021.

## 7. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive Disampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, Penarikan sampel ini memiliki tiga kriteria yang ditentukan oleh peneliti, diantaranya adalah :

- a. Video kajian Quraish Shihab yang ada dalam akun youtube Najwa Shihab pada segmen Shihab & Shihab.
- b. Video Diunggah pada periode April 2020 hingga April 2021 dikarenakan pada periode tersebut konten Najwa Shihab pada segment Shihab&Shihab cukup banyak mengunggah video dakwah dibanding dengan 2 tahun sebelumnya.
- c. Video telah di lihat lebih dari 300.000 *viewers*

## 8. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan beberapa cara.<sup>26</sup> Sesuai dengan bentuk penelitian kualitatif dan juga jenis sumber data yang dimanfaatkan, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi studi dokumentasi

Studi Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian dalam rangka memperoleh

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Menejemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 224.

informasi terkait objek penelitian.<sup>27</sup>Dalam studi dokumentasi, peneliti melakukan penelusuran data objek penelitian serta melihat sejauh mana proses yang berjalan terdokumentasi dengan baik. Dalam penelitian ini berupa video dengan jumlah penayangan terbanyak dalam satu tahun terakhir yang diunggah sejak bulan April 2020 hingga bulan April 2021. Dan konten video tersebut memiliki jumlah penayangan rata-rata 300.000 penayangan.

## 9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan pada peneliti ini adalah menggunakan semiotik. Semiotik sebagai suatu model memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan “tanda”. Dengan demikian, semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda.<sup>28</sup>

Pada penelitian ini peneliti menggunakan semiotik model Ferdinand De Saussure yang menggambarkan tanda sebagai struktur biner, yaitu struktur yang terdiri dari dua bagian, yaitu : yang pertama, bagian fisik yang disebut sebagai penanda (*signifier*), dan yang kedua, bagian konseptual yang disebut dengan petandan (*signified*).<sup>29</sup>

Analisis itu sendiri berarti menguraikan atau memisah-misahkan, maka menganalisis data berarti mengurai, memilih, atau menjelaskan data. Sehingga berdasarkan data yang diperoleh maka dapat ditarik pengertian serta kesimpulan. Adapun prosedur analisis data dengan menggunakan analisis semiotik dapat dijelaskan sebagai berikut :

---

<sup>27</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016).

<sup>28</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm.162.

<sup>29</sup> Marcel Danesi, *Pesan, Tanda dan Makna*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm.30.

- a. Sebuah objek dijelaskan berdasarkan penanda dan petanda, dimana penanda menggambarkan isi pesan kajian yang disampaikan dalam video kajian singkat, sementara petanda menjelaskan makna dari isi pesan ceramah tersebut. penjelasan ini seperti unsur dari analisis semiotik model Ferdinand De Saussure.
- b. Data yang diperoleh dari hasil penggambaran isi pesan kajian dan makna dari isi pesan tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teori-teori retorika yang meliputi bentuk penggunaan bahasa, bentuk susunan pesan, dan bentuk perusasif.
- c. Kemudian penarikan kesimpulan yang dilakukan setelah data hasil penelitian selesai dianalisis.

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan menjadi empat bab yaitu :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan tentang pendahuluan yang terdiri dari pemaparan dan penjelasan judul, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM TENTANG YOUTUBE NAJWA SHIHAB DAN SEGMENTER PROGRAM SHIHAB&SHIHAB**

Pada bab ini berisi tentang objek penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, yang berisikan tentang profil Youtube Najwa Shihab dan Tentang profil Quraish Shihab

#### **BAB III : ANALISIS RETORIKA DAKWAH QURAIISH SHIHAB**

Pada bab ini berisi tentang pemaparan hasil analisis yang peneliti lakukan tentang retorika dakwah Quraish Shihab yang terdapat di channel Youtube Najwa Shihab pada segmen Shihab&Shihab. Dengan menggunakan teknik analisis semiotik model Ferdinand de Saussure kemudian dianalisis dalam bentuk penggunaan bahasa, susunan pesan, dan bentuk persuasif yang digunakan oleh Quraish Shihab .

#### **BAB IV : PENUTUPAN**

Bab ini merupakan penutup dari skripsi ini yang akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dan berisikan saran-saran.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah peneliti melakukan analisis pada retorika dakwah dalam konten Quraish Shihab yang ada dalam channel Youtube Najwa Shihab dalam segmen Shihab&Shihab dengan total 7 video pada periode bulan April 2020 hingga April 2021 dimana video yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah video yang telah diunggah dengan *views* lebih dari 300.000 *views*. Dengan judul konten video yaitu Menjawab Pertanyaan Anak Tentang Islam (Part 1) , Lebih Dekat Dengan Gus Baha (Part 1), Gus Baha dan Abi Quraish Menjawab Soal Cinta, Taaruf dan Fans K-pop (Part 2), Mengenal Sosok dan Pribadi Nabi Muhammad SAW, Menyambut Ramadhan Bersama Gus Baha, Menjemput Jodoh Ala Fiki Naki, Mengoptimalkan Ibadah bersama Habib Husein Ja'far.

Dari ke 7 video yang telah di analisis, dihasilkan kesimpulan bahwa pada konten ceramah dengan narasumber Quraish Shihab sudah menggunakan retorika dakwah yang baik pada aspek yang telah diteliti yaitu penggunaan bahasa yang meliputi gaya bahasa dan langgam terdapat 5 gaya bahasa yang menggunakan bahasa percakapan dan 2 gaya bahasa tak resmi serta pada langgam didominasi oleh penggunaan langgam agama, selain itu juga terdapat langgam diktatik dan langgam conversatie.

Pada analisis bentuk dan susunan pesan yang meliputi komposisi pidato dan organisasi pesan, telah ditemukan jenis komposisi pidato yaitu pertautan,

kesatuan, induktif. Secara lebih rinci pada jenis komposisi pidato yang digunakan Quraish Shihab didominasi oleh jenis komposisi pidato kesatuan karena terdapat 4 jenis tersebut. Kemudian pada susunan pesan dalam organisasi pesan yang telah ditemukan terdapat lima jenis organisasi pesan yang digunakan oleh Quraish Shihab diantaranya kesatuan, logis, induktif & kronologis dan Logis. Dan diantara lima jenis organisasi pesan yang telah ditemukan ini organisasi pesan induktif merupakan salah satu organisasi pesan yang paling banyak digunakan oleh Quraish Shihab

Kesimpulan terakhir untuk bentuk persuasif yang telah ditemukan dari hasil analisis terdapat dua bentuk persuasif yang digunakan oleh Quraish Shihab yaitu imbauan rasional dan dan imbauan emosional.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dijabarkan, dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka terdapat beberapa saran yang disampaikan yaitu: Kepada Quraish Shibab, beliau yang merupakan ulama besar berpengaruh di Indonesia, untuk lebih banyak memberikan konten di Youtube karena pada jaman seperti sekarang ini diperlukan melakukan penyebaran dakwah di berbagai platform dan dengan memberikan beragam konten akan membuat mad'u semakin tertarik. Selain itu pada penyampaian dakwahnya alangkah baiknya untuk mad'u lebih paham serta lebih maksimal dalam belajar agama islam untuk menambah ayat atau dalil Al'Quran sekaligus memberikan terjemahannya pada kontennya hal ini dimaksudkan agar penyampaian maksud dari pendakwah lebih jelas dan mudah di pahami ke mad'u yang melihat serta

mendengarkan konten ceramah beliau selain itu peneliti untuk dapat lebih cermat serta lebih mendalam lagi dalam menganalisis agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik dan lebih maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Al-Qur'an, 16 : 125. *Departemen Agama RI Al Qur'an dan Terjemah Special for Woman*, Bandung: PT Sygma Exa Grafika, 2009
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Eriyanto, *Analisis Isi, Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2013
- Guntur Tarigan, Henry, *Pengajaran Gaya Bahasa*, Bandung: Percetakan Angkasa, 2009
- Hendrikus, Dori Wuwur, *Retorika, Terampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi*, Yogyakarta: Kanisius, 1991.
- John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001
- Marcel Danesi, *Pesan, Tanda dan Makna*, Yogyakarta: Jalasutra, 2011
- Rahkmat, Jalaludin, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Cet. 6, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Menejemen*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1983
- Uchjana Effendy, Onong, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008
- Uchjana Effendy, Onong, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003

## Jurnal dan Skripsi :

Aisatul Cholifah, *“Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video Youtube menggunakan (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa Gitu)”*, Skripsi, Surabaya, Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, 2018

Arifin, Zaenal, Syi’ar Deddy Mizwar, Yogyakarta: STAIN Press dan Unggun Religi, 2006

Billah, Masrun, *Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat dalam Ceramah (Keluarga yang dirindukan Rosulullah SAW)*, Skripsi, Surabaya, Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018

Sawidri Daulay, Iika, *Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube (Analisis pada video “UAS Ceramah di Mabes TNI AD” berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E Lucas)*, Skripsi, Jakarta, Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2019

Zaini, Ahmad, *Retorika Dakwah Mamah Dedeh Dalam Program “Mamah dan Aa’ Beraksi” Di Indosiar*, Jurnal Ilmu Dakwah, dimuat dalam jurnal *Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 11, No. 2, 2017

## Website :

<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital> diakses pada 14 April 2021 pukul 23:13

<https://www.youtube.com/intl/id/about/> diakses tanggal 14 april 2021 pukul 22: 46 WIB

[www.quraishshihab.com/about](http://www.quraishshihab.com/about) diakses pada 23 Mei 2021 pukul 18.54 WIB

[https://id.wikipedia.org/wiki/Najwa\\_Shihab#Penghargaan\\_yang\\_diraih](https://id.wikipedia.org/wiki/Najwa_Shihab#Penghargaan_yang_diraih) source Wikipedia diakses tanggal 17 Februari 2020 pukup 17.27

[https://www.youtube.com/channel/UCo8h2TY\\_uBkAVUIc14m\\_KCA/about](https://www.youtube.com/channel/UCo8h2TY_uBkAVUIc14m_KCA/about) diakses tanggal 23 April 2021 pukul 18.10