

RETORIKA DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR
DALAM UPAYA MENGGERAKKAN SEMANGAT SEDEKAH:
STUDI TENTANG CERAMAH USTADZ YUSUF MANSUR
DALAM YOUTUBE DAQU CHANNEL



Oleh:
Abdul Manan Nasution
20202012023

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

Penyusunan Tesis

Yogyakarta
2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdul Manan Nasution
NIM : 20202012023
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 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.

Yogyakarta, 12 Januari 2023

Saya yang menyatakan



Abdul Manan Nasution, S. Sos

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Bismillahirrahmanirrahim,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdul Manan Nasution
NIM : 20202012023
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian yang bebas dari plagiasi. 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, 12 Januari 2023

Yang menyatakan,



Abdul Manan Nasution S.Sos



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-645/Un.02/DD/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : Retorika Dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam Upaya Menggerakkan Semangat Sedekah: Studi tentang Ceramah Ustadz Yusuf Mansur dalam Youtube Daqu Channel

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ABDUL MANAN NASUTION, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 20202012023
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Maret 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

Valid ID: 6433aa27e2897



Penguji II

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.

SIGNED

Valid ID: 642e8c2fba7f6



Penguji III

Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 64337d6b86fa4



Yogyakarta, 31 Maret 2023

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

SIGNED

Valid ID: 6433afc0456f5

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 YUSUF MANSUR DALAM MENGGERAKAN
SEMANGAT SEDEKAH : STUDI TENTANG CERAMAH USTADZ YUSUF MANSUR dalam
YOUTUBE DAQU CHANNEL**

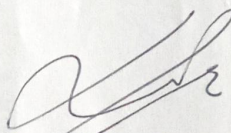
Oleh

Nama : Abdul Manan Nasution
NIM : 20202012023
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

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

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 12 Januari 2023
Pembimbing



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

ABSTRACT

Ustadz Yusuf Mansur is one of the preachers who has good rhetoric and has always been active in preaching about alms. Ustadz Yusuf Mansur is a preacher who has gone viral on social media, because of his preaching videos which always emphasize the miracle of charity. The presence of Ustadz Yusuf Mansur with his concept of alms has made the simple meaning of alms into something amazing. He has led to our opinion that alms helps our lives towards a successful life. As for this study, researchers will examine the rhetoric of Ustadz Yusuf Mansur's preaching in mobilizing the spirit of alms on the YouTube Daqu Channel. This research wants to see how Ustadz Yusuf Mansur's Da'wah Rhetoric in Motivating the Spirit of Alms?

The method used in this study uses a descriptive analysis method based on the theory of da'wah rhetoric. This method is used because it is in accordance with the reference of qualitative research. The descriptive analysis research method is a way of solving by describing an object. The object depicted is limited to an attempt to reveal a problem, situation, or event as it really is, so that it expresses facts. The techniques used to obtain data on Yusuf Mansur's da'wah transcription were listening, note taking, and documentation techniques. The data analysis technique used to analyze or manage data collected or obtained from research is by identifying, classifying, presenting data and analyzing da'wah rhetoric.

The results of this study indicate that of the three videos analyzed about alms lectures in the form of language use in the style of language that has been found, there is a style of language that is often used by Ustadz Yusuf Mansur, namely conversational language style. For the use of a typical language style in delivering a lecture about alms is an affirmation style, the dominant style of affirmation is in the form of climax, anti-climax, paralism, and antithetical. Meanwhile, in the form of language use in the styles that have been found, there are four types of styles used by Yusuf Mansur in his video lectures, namely religious styles and conversative styles. In the arrangement of speech composition messages that have been found there are three types of speech composition which as a whole have been used by Ustadz Yusuf Mansur in video lectures namely unity, linkage, and emphasis. While the message organization in the message organization that has been found there are five types of message organization used by Ustadz Yusuf Mansur in his short lecture, namely deductive, inductive, chronological, logical, and spatial message organization types. The forms of motivational appeals and reward appeals were the most widely used by Ustadz Yusuf Mansur.

Keywords: Ustadz Yusuf Mansur's Da'wah Rhetoric, Alms, Daqu Channel

ABSTRAK

Ustadz Yusuf Mansur adalah salah satu da'i yang memiliki retorika yang baik dan selama ini selalu gencar berdakwah mengenai sedekah. Ustadz Yusuf Mansur adalah seorang pendakwah yang sempat viral di sosial media, dikarenakan video dakwahnya yang selalu mengedepankan keajaiban sedekah. Kehadiran Ustadz Yusuf Mansur dengan konsep sedekahnya telah membuat makna sedekah yang sederhana menjadi sesuatu yang menajubkan. Beliau menggiring opini kita bahwa sedekah itu membantu hidup kita dalam menuju suksesnya kehidupan. Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti retorika dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube Daqu Channel. Penelitian ini ingin melihat bagaimana Retorika Dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam Menggerakkan semangat Sedekah?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis berdasarkan teori retorika dakwah. Metode ini digunakan karena sesuai dengan acuan penelitian yang bersifat kualitatif. Metode penelitian deskriptif analisis merupakan suatu cara pemecahan dengan cara menggambarkan suatu objek. Objek yang digambarkan terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah, keadaan, atau peristiwa sebagaimana adanya, sehingga bersifat mengungkapkan fakta. Teknik yang digunakan memperoleh data transkripsi dakwah Yusuf Mansur ialah teknik simak, catat, dan teknik dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis atau mengelola data yang terkumpul atau diperoleh dari penelitian yakni dengan melakukan identifikasi, klasifikasi, penyajian data dan analisis retorika dakwah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga video yang dianalisis tentang ceramah sedekah bentuk penggunaan bahasa dalam gaya bahasa yang telah ditemukan terdapat gaya bahasa yang sering digunakan Ustadz Yusuf Mansur yakni gaya bahasa percakapan. Untuk penggunaan gaya bahasa khas dalam menyampaikan ceramah tentang sedekah adalah gaya bahasa penegasan, gaya bahasa penegasan yang dominan berupa klimaks, anti klimaks, paralisme, dan antitetis. Sedangkan bentuk penggunaan bahasa dalam langgam yang telah ditemukan terdapat empat jenis langgam yang digunakan oleh Yusuf Mansur dalam video ceramahnya yakni langgam agama dan langgam conversatif. Dalam susunan pesan komposisi pidato yang telah ditemukan terdapat tiga jenis komposisi pidato yang secara keseluruhan telah digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur dalam video ceramah yakni kesatuan, pertautan, dan titik berat. Sedangkan susunan pesan dalam organisasi pesan yang telah ditemukan terdapat lima jenis organisasi pesan yang digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur dalam ceramah singkatnya yakni jenis organisasi pesan deduktif, induktif, kronologis, logis, dan spasial. Bentuk imbauan motivasional dan imbauan ganjaran (reward) merupakan yang paling banyak digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur.

Kata Kunci : Retorika Dakwah Ustadz Yusuf Mansur, Sedekah, Daqu Channel

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang digunakan dalam penyusunan tesis iniberpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	ś	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	ḥ	H (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan Ye

ص	Sād	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	z (dengan titik dibawah)
ع	'Ayn	... ' ...	koma terbalik
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Hā'	H	H
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof (tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Yā'	Y	Ye

2. Vokal

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin
----- [َ]	fathah	A
----- [ِ]	Kasrah	I
----- [ُ]	Dammah	U

Contoh:

كتب - kataba

يذهب - yazhabu

سئل - su'ila

ذكر - zukir

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
سَي	fathah ya	dan Ai	A dan i
سَو	fathah wau	dan Au	A dan u

Contoh: كيف - kaifa

هول - haul

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Tanda Huruf latin

أ Ā

إ Ī

ؤ Ū

4. Ta' Marbūṭah

Transliterasinya untuk ta' Marbūṭah ada dua:

a. Ta' Marbūṭah hidup

Ta' Marbūṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dammah, transliterasinya adalah /t/.

Contoh: مدينة المنورة – Madīnatul Munawwarah

b. Ta' Marbūṭah mati

Ta' Marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Contoh: طلحة – Ṭalḥah

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbūṭah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh: روضة الجنة – rauḍah al-jannah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: ربنا - rabbanā نَعَم - nu'imma

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ ال ”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّجُل - ar-rajul السَّيِّدَةُ - as-sayyidah

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلَمُ - al-qalamu الْجَلَالُ - al-jalālu

Jika diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung.

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: شيء – syai’

امرت – umirtu

النوء – an-nau’u

تاخذون – ta’khudūn

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang hilang, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وان الله هو خير الرازقين – *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn* atau *Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn*

فأوفوا الكيل والميزان – *Fa’aufū al-kaila wa al-mīzāna* atau *Fa’aufūlkaila wal-mīzāna*

Catatan:

- 1) Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari dan permulaan kalimat. Bila nama dari itu didahului oleh kata sambung, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد الا رسول – *wa mā Muḥammadun illā rasūl*

أفلا يتدبرن القرآن – *afalā yatadabbarūna al-qur’ān*

- 2) Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakt yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر الله وفتح قريب – *naṣrum minallāhi wa fathun qarīb*

الله الأمر جميعا – *lillāhi al-amru jamī'an*

الله أكبر – *allāh akbar*



MOTTO

“Jarak Antara Anda Dengan Kesuksesan Hanya Satu Yaitu : Memulai”

Allah SWT berfirman : “ *Bekerjalah Kamu, Maka Allah dan Rasul – Nya serta orang – orang mu’min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada Allah yang Maha Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang belum kamu kerjakan* “ (QS. At-taubah : 105)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin...

Segala puji bagi Allah SWT

Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad Saw.

Tesis ini saya persembahkan untuk Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Dengan harapan agar hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang dakwah dan komunikasi.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan ridho serta kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir yaitu tesis. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW., keluarganya, sahabat nya serta seluruh umat manusia. *Aamiin ya rabbal'alamin*

Tesis ini berjudul: ***“Retorika Dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam Upaya Menggerakkan Semangat Sedekah: Studi Tentang Ceramah Ustadz Yusuf Mansur dalam Youtube Daqu Channel”***. Tesis ini merupakan bentuk karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis tesis ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang komunikasi dan penyiaran islam. Secara teknis sesuai prosedural lembaga, tesis ini diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar magister sosial.

Penulis sadar keberhasilan penulis menyelesaikan tesis ini karna dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh pendidikan lanjutan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Ibu Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjut dalam Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A. selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

4. Bapak Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum sebagai Dosen Pembimbing Tesis (DPT) yang sudah sabar membimbing dan selalu bersedia meluangkan waktu untuk berbagi ilmu dalam hal kepenulisan ilmiah (baik tesis maupun artikel jurnal), serta memberi kemudahan sehingga penulis tidak menyerah dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak Bapak Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil selaku dosen pembimbing akademik (DPA) yang telah mengarahkan dan memberikan diskusi yang luar biasa bagi penulis.
6. Dosen Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan limpahan ilmu pengetahuan.
7. Civitas akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
8. Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
9. Terkhusus buat ayahanda tercinta Agus Salim Nasution, saya tahu kita tidak dekat dan jarang ngobrol, tetapi saya yakin doamu selalu menyertai dalam perjalanan hidupku.
10. Terima kasih juga kepada saudara sedarah saya, Kak Lina, Kak sela, Dani, Sarah, Reza, dan keponakanku semua. Kalian adalah support sistem terbesarku dalam hidup ini.
11. Terima kasih buat sahabat saya Koko Rudiansyah Nasution ST, terima kasih atas 16 tahun pertemanan kita sejak SMP, selalu menjadi orang yang support dan menjadi teman berbagai cerita apapun itu. *Thank you so much.*
12. Terima kasih buat guru dan Murobbhi saya di Yogyakarta, Ustadz Dzikri, dan satu grup Halaqo semua.
13. Rekan-rekan perjuangan prodi S2 KPI, teman-teman HIMMPAS SUKA, Penghuni Kost FCI (Mas yusuf, indra, Sayyaf), Yayasan Barkasmal, Teman-teman asli medan (try, ridwan, ramadhan), dan terima kasih buat sahabat teman-teman seperjuangan yang banyak membantu saya dalam proses menyelesaikan tesis ini : Mbak Anin, arinil,desi, sidik, suci, arif,

naufal, bundo soimah, mas bedjo, dll. Terima kasih sudah menjadi saudara di perantauan ini.

14. Serta semua pihak yang tentunya 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, *aamiin*. Penulis menyadari, dalam penulisan tesis ini banyak sekali kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang substansi dan membangun sangat penulis butuhkan. Semoga karya ilmiah ini dapat dibaca secara keseluruhan dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca. *Aamiin ya rabbal alamin*.

Yogyakarta, 12 Januari 2023

Penulis,

Abdul Manan Nasution. S.Sos.

NIM.20202012023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Keaslian	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Pengesahan Tugas Akhir	iv
Nota Dinas Pembimbing	v
Abstrak.....	vi
Pedoman Transliterasi.....	viii
Motto	xv
Persembahan	xvi
Kata Pengantar	xvii
Daftar Isi	xviii
Daftar Tabel.....	xxii
Daftar Gambar	xxiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	11
1. Pengertian Retorika Dakwah	11
2. Dimensi Retorika	14
F. Metode Penelitian	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Jenis dan Sumber Data.....	28
3. Teknik Pengumpulan Data.....	29
4. Teknik Analisis Data.....	30
G. Sistematika Penulisan	33

BAB II GAMBARAN UMUM

A. Channel Youtube Darul Qur'an	34
B. Profil Ustadz Yusuf Mansur.....	38
C. Karya-Karya Ustadz Yusuf Mansur.....	45

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN RETORIKA DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR dalam MENGERAKKAN SEMANGAT SEDEKAH

A. Analisis <i>ekspresion</i> (bentuk penggunaan bahasa)	46
1. Gaya Bahasa yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur	47
2. Langgam yang Digunakan Ustadz Yusuf Mansur	84
B. Analisis <i>arrangement</i> (Bentuk Susunan Pesan)	93
1. Komposisi Pidato Yang Digunakan Ustadz Yusuf Mansur	93
2. Organisasi Pesan Yang Digunakan Ustadz Yusuf Mansur.....	100

C. Analisis <i>Persuasion</i> (Bentuk Persuasif) yang Digunakan Ustadz Yusuf Mansur	108
--	-----

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	129
B. Saran-saran	132

DAFTAR PUSTAKA	133
-----------------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	136
-----------------------------------	------------

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Video Ceramah Sampel Penelitian	35
Tabel 3.2 : Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata	58
Table 3.3: Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Stuktur Kalimat	59
Tabel 3.4 : Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata	69
Tabel 3.5 : Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Stuktur Kalimat	70
Table 3.6 : Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata	80
Tabel 3.7 : Hasil Analisis Gaya Bahasa Berdasarkan Stuktur Kalimat	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Statistik Youtube Daqu Channel	34
Gambar 2.2 Tampilan Kanal Youtube Daqu Channel	36
Gambar 2.3.Tampilan Berbagai Video Ceramah Ustadz Yusuf Mansur.....	37
Gambar 3.1 Tampilan Video Ceramah Kekuatan Shalawat dan Sedekah	48
Gambar 3.2 Tampilan Video Ceramah Dahsyatnya Sedekah	62
Gambar 3.3 Tampilan Video Ceramah Ajaibnya Sedekah	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ustadz Yusuf Mansur adalah salah satu da'i yang selama ini selalu gencar berdakwah mengenai sedekah. Ustadz Yusuf Mansur yang terkenal dengan konsep sedekahnya menjadikan media sosial sebagai alat interaksi antara beliau dan para *jama'ahnya* serta beliau sering menumpahkan ide-ide terkait dakwah, kehidupan dan bisnisnya. Ustadz Yusuf Mansur memang selama ini selalu gencar berdakwah mengenai sedekah. Ustadz Yusuf Mansur adalah seorang pendakwah yang sempat viral di media sosial, dikarenakan video dakwahnya yang selalu mengedepankan keajaiban sedekah.

Kehadiran Ustadz Yusuf Mansur dengan konsep sedekahnya telah membuat makna sedekah yang sederhana menjadi sesuatu yang menakjubkan. Televisi, koran, majalah yang pernah memuat artikel dan berita beliau serta buku-buku yang telah beliau buat menggiring opini kita bahwa sedekah itu membantu hidup kita dalam menuju suksesnya kehidupan.¹

Semula banyak orang berpikir bahwa hasil usaha dia adalah seukuran kerja, seukuran proyek, seukuran dagangan, atau seukuran modalnya. Begitulah selama ini. Begitulah selama ini pikiran kita bekerja. Tidak pernah terpikirkan atau jarang terpikirkan bahwa hasil usaha bisa diperbesar lewat jalan ibadah, dan jalan usaha bisa diperluas lewat jalan ibadah. Ibadah itu memang banyak ragamnya, akan tetapi sedekah punya sesuatu yang khas.

¹ Yusuf Mansur, *An Introduction to The Miracle of Giving* (Jakarta: Penerbit Zikrul Hakim, 2009), .1

Sesungguhnya sedekah mempunyai pengaruh yang baik dan kesudahan yang bagus bagi individu maupun masyarakat. Bersedekah bisa membuat hati pelakunya bahagia, senang, dan lapang juga bisa membuat gembira bagi orang yang menerima.²

Banyak orang yang masih belum memahami perihal makna sedekah. Mereka mengira bahwa yang disebut dengan sedekah itu adalah (pemberian) yang berkaitan dengan harta saja, padahal bukanlah demikian. Sedekah bisa berupa harta, perkataan yang baik, bahkan menyingkirkan benda berbahaya di jalan umum.³

Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti retorika dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube. Ustadz Yusuf Mansur adalah satu da'i yang aktif menggunakan media sosial sebagai media dakwah, salah satu media dakwah yang sering dia gunakan adalah YouTube. Ustadz Yusuf Mansur aktif menyampaikan ceramahnya mengenai sedekah di YouTube, yaitu YouTube Daqu Channel. Daqu Channel saat ini telah mencapai 150 ribu *subscriber*. Ustadz Yusuf Mansur menggunakan konten mengenai sedekah dan kegiatan pesantren Darul Qur'an di channelnya. Jumlah video yang sudah di upload di Youtube Daqu Channel sebanyak 756 Video, dan secara keseluruhan video telah ditonton sebanyak 16.03 Juta.

² Kholid Bin Sulaiman Ar-Robi, *Shodaqoh Memang Ajaib!* (Solo: Wacana Ilmiah Press, 2006), 4.

³ Ibid., 5

Dalam retorika dakwah terdapat beberapa dimensi didalamnya yang sangat perlu diperhatikan oleh para da'i, dimensi retorika dakwah sendiri meliputi dalam bentuk penggunaan bahasa, bentuk dan susunan pesan, serta penggunaan bentuk persuasif. Masing-masing dari dimensi retorika dakwah ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dalam penyampaian pesan dakwah seorang da'i.⁴

Dengan menggunakan bentuk bahasa yang baik dan tepat akan membuat pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i dapat dengan mudah diterima oleh mad'u. Apabila seorang da'i menggunakan bahasa yang baik dalam penyampaian pesan dakwahnya, maka seorang da'i tersebut juga akan dapat dinilai baik oleh para mad'u. Dalam bentuk penggunaan bahasa dalam retorika dapat dilihat dari penggunaan gaya bahasa dan langgam. Kemudian dengan menggunakan susunan pesan yang baik akan membuat pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i lebih berkualitas dan dapat mudah dipahami oleh mad'u.⁵ Dalam retorika dakwah susunan pesan dapat dilihat dari komposisi pidato dan organisasi pesan. Terakhir adalah penggunaan bentuk persuasif yang dapat mempengaruhi mad'u untuk melakukan sesuatu hal yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh seorang da'i.

Konten yang disampaikan dalam YouTube Daqu Channel cukup bervariasi, selain perkara akidah juga cenderung kepada kebaruan,

⁴ Sie, H. Datuk Tombak Alam, *Kunci Sukses Penerangan dan Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 39

⁵ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, Cet. 6, (Jakarta: PT.Gramedia, 1990), 113

misalnya keajaiban sedekah, ditolong Allah, dan menjadi pengusaha yang disayang Allah. Cara Ustadz Yusuf Mansur mengajak para jamaahnya untuk bersedekah sangat unik. Pemilik pondok pesantren Darul Qur'an ini mengajak masyarakat bersedekah dengan terkesan dengan diksi dan cara yang tidak biasa. Semua orang mengetahui bahwa Yusuf Mansur saat ini selain dikenal sebagai pengusaha juga dikenal sebagai ustadz yang mengelola pesantren. Sedangkan modal usaha atau investasi yang diperoleh Yusuf Mansur seperti yang pernah diakuinya berasal dari dana masyarakat yang dihimpunnya, termasuk dengan ajakan bernama sedekah. Banyak orang berpendapat bahwa cara ceramah ustadz Yusuf Mansur mengajak bersedekah cenderung menodong. Bahkan Aa Gym sempat menyinggung nama Yusuf Mansur. Aa Gym membahas soal ceramah sedekah yang disampaikan oleh Yusuf Mansur. Pria bernama lengkap Abdullah Gymnastiar itu bahkan bercanda soal harta kita yang akan habis bila mendengarkan ceramah Yusuf Mansur.

Cara Ceramah ustad Yusuf Mansur tentang sedekah banyak di sorot, makanya peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana retorika dakwah Yusuf Mansur di YouTube. Retorika dakwah yang akan peneliti analisis adalah bentuk penggunaan bahasa, bentuk susunan pesan, dan bentuk persuasif yang digunakan ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di video ceramahnya di akun YouTube Daqu Channel. Penelitian ini ingin melihat bagaimana Retorika Dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam Menggerakkan semangat Sedekah?

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, peneliti merumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *ekspression* (bentuk penggunaan bahasa) yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube?
2. Bagaimana *arrangement* (bentuk susunan pesan) yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube?
3. Bagaimana *persuasion* (bentuk dan sikap persuasi) yang digunakan oleh Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan peneliti, maka tujuan dan kegunaan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk menjelaskan bagaimana *ekspression* (bentuk penggunaan bahasa) yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube.
 - b. Untuk menjelaskan bagaimana *arrangement* (bentuk susunan pesan) yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube.

- c. Untuk menjelaskan *persuasion* (bentuk dan sikap persuasi) yang digunakan oleh Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di YouTube

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi sumbangan pemikiran terhadap dunia ilmu pengetahuan secara umum. Serta mengembangkan pengetahuan pemikiran yang bermanfaat di lingkup spesialisasi keilmuan magister komunikasi.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Diharapkan penelitian ini menambah daftar penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa magister Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Serta menjadi referensi penelitian berikutnya bagi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga maupun mahasiswa lain yang masih berkaitan dengan kajian retorika dakwah.

2. Bagi Lembaga dan Masyarakat Umum

Kajian ini menjadi salah satu sumbangsih yang perlu diaplikasikan dalam penggunaan teknologi secara bijak. Pentingnya memahami sumber dakwah yang akurat dijadikan pijakan di era digital. Sehingga masyarakat bisa memahami penggunaan retorika yang digunakan Ustad Yusuf Mansur

D. Kajian Pustaka

Perlu dijelaskan bahwa analisis kritis terhadap hasil kajian terdahulu (*prior research*) pada dasarnya menjadi bagian penting dalam melakukan penelitian. Karena untuk menegaskan kedudukan penelitian yang akan dilakukan, apakah masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya atau memerlukan pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu peneliti menggunakan beberapa literature review untuk memperjelas kedudukan penelitian ini dibandingkan penelitian lainnya.

Pertama, penelitian dengan judul “*Retorika Dakwah Yusuf Mansur Dan Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Berbicara Dalam Bentuk CD Interaktif Untuk Siswa SMA*” karya Puri Pramita. Universitas Pendidikan Indonesia. 2015. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan retorika dakwah Yusuf Mansur meliputi struktur materi dakwah, metode dakwah, strategi penyusunan pesan, dan gaya dakwah, serta pemanfaatan hasil penelitian sebagai bahan ajar berbicara dalam bentuk CD interaktif untuk siswa SMA. Pendeskripsikan retorika dakwah Yusuf Mansur menggunakan metode deskriptif analisis berdasarkan teori retorika dakwah. Hasil dari penelitian ini pola retorika ustadz Yusuf Mansur dijadikan multimedia interaktif. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik analisis yang dipakai.⁶

⁶ Puri Pramita, *Retorika Dakwah Yusuf Mansur Dan Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Berbicara Dalam Bentuk CD Interaktif Untuk Siswa SMA* (Bandung: Tesis Universitas Pendidikan Indonesia, 2015),

Kedua, penelitian dengan judul “*Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube*” karya Rif’atul Khoiriah Malik mahasiswi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022. Persamaan tesis diatas dengan penelitian yang penulis teliti adalah sama-sama meneliti tentang retorika dakwah, sumber datanya juga sama. Penelitian ini menggunakan media YouTube sebagai sumber primernya. Selain itu, teknik analisis yang digunakan juga sama, yakni menggunakan teknik analisis Miles and Huberman. Sedangkan perbedaannya yaitu perbedaannya ada pada obyek penelitian dan perangkat penelitian.⁷

Ketiga, penelitian dengan judul “*Retorika Dakwah Ustadz Das’ad Latief di YouTube (Studi Dramatisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare)*” karya Irmawati mahasiswa Pascasarjana IAIN Parepare 2021. Persamaan di atas dengan penelitian ini terletak pada retorika dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan yakni dengan cara menyebarkan *link google form* kepada informan dan untuk pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*.⁸

Keempat, penelitian yang berjudul “*Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube*”. Penelitian ini ditulis oleh Regi Raisa Rahman, mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2019. Penelitian ini mengkaji tentang proses penyusunan retorika dalam dakwah Evie Effendi

⁷ Rif’atul Khoiriah Malik, *Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube* (Yogyakarta; Tesis UIN Sunan Kalijaga, 2022).

⁸ Immawati, *Retorika Dakwah Ustadz Das’ad Latief di YouTube (Studi Dramatisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare)*, (Sulawesi Selatan: Tesis IAIN Parepare, 2021).

di Video Youtube. Penelitian ini menggunakan beberapa teori seperti teori retorika yang diungkapkan oleh Aristoteles tentang seni mempengaruhi orang lain menggunakan prinsip *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa retorika yang diterapkan oleh Evie Efendi meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Serta imbauan persuasif. Persamaan penelitian terletak pada sama-sama meneliti tentang retorika dakwah dan sumber datanya adalah Youtube. Sedangkan perbedaannya terletak pada peneliti lebih fokus membahas dimensi retorika sebagai pisau analisisnya.⁹

Kelima, Penelitian yang berjudul “*Retorika Dakwah K.H. Muhammad Dainawi Pada Pengajian A’isyah Desa Pulau Panggung Sumatera Selatan*”, oleh Sarwinda dalam *Lentara : Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* Vol. I, No. 2. tahun 2017. Penelitian yang dilakukan oleh Sarwinda ini menjelaskan bahwa pada retorika dakwah K.H. Muhammad Dainawi ini seperti Kyai pada umumnya dalam menyampaikan dakwahnya dibuka dengan Salam dan Muqaddimah terlebih dahulu, lalu memulainya dengan ayat atau hadits yang berkaitan dengan tema yang sedang diangkat. Dalam berdakwah beliau menggunakan bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh para jama’ahnya. Vokal yang beliau miliki sangat khas, nada dan irama yang naik turun (Intonasi) yang sangat pas di telinga pendengarnya. Dan beliau selalu

⁹ Regi Raisa Rahman, *Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube*, Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Volume 4, No 1, 2019.

menyelipkan humor pada waktu-waktu tertentu pada saat ceramahnya berlangsung.¹⁰

Keenam, penelitian yang berjudul “*Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Media sosial Youtube Video Tentang Iman Pada Channel One Minute Booster*” oleh Noviana Rahmawati, mahasiswi pascasarjana UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri. Penelitian ini mengkaji bagaimana gaya retorika yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki, fokusnya adalah gaya bahasa Ustadz Hanan Attaki dalam media sosial Youtube. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teori Retorika dari Aristoteles. Hasil penelitian yang didapat dari menganalisis gaya retorika Ustadz Hanan Attaki dalam ceramah yang berjudul “iman” sangat bervariasi. Seperti penggunaan gaya bahasa, Ustadz Hanan Attaki menggunakan gaya bahasa antara lain: bahasa tidak resmi, bahasa percakapan, bahasa sederhana, gaya mulia bertenaga, gaya bahasa menengah. Pakaian yang digunakan juga terlihat santai dan kekinian namun masih terlihat sopan. Hal tersebut dilakukan untuk mengimbangi kondisi mad'u yang banyak didominasi oleh kalangan para pemuda. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan Youtube sebagai sumber datanya, dan fokus utamanya adalah tentang retorika dawah. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dimana peneliti menganalisis video tentang sedekah.¹¹

¹⁰ 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.

¹¹ Noviana Rahmawati, *Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Media sosial Youtube Video Tentang Iman Pada Channel One Minute Booster*. (Purwekerto, Tesis : UIN Prof KH.Saifuddin Zuhri, 2020).

E. Kerangka Teori

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian Retorika Dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah maka membutuhkan teori-teori. Hal tersebut dimaksudkan untuk mempermudah khazanah keilmuan dan keakuratan analisis penelitian. Untuk itu dalam penelitian ini menggunakan teori diantaranya:

1. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu *rhetor* yang berarti seorang juru pidato, yang mempunyai sinonim *orator*.¹² Dalam bahasa Arab disebut *fannul khitabah*, sedangkan retorika menurut *Encyclopedia Britania*, seperti yang dikutip Datuk Tombak Alam, retorika adalah kesenian menggunakan bahasa untuk menghasilkan kesan yang diinginkan terhadap pembaca dan pendengar.¹³

Dalam arti yang sempit retorika adalah bagaimana seseorang menggunakan tutur bahasa yang baik dan jelas agar dapat memengaruhi orang lain dengan tujuan dan maksud tertentu. Ditinjau dari segi bahasa, retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu *rhetor*, yang memiliki makna seorang juru pidato yang mempunyai sinonim *orator*.¹⁴ Retorika berasal dari bahasa Inggris *Rethoric* yang artinya “Ilmu Bicara”. Dalam perkembangannya, retorika disebut dengan seni berbicara dihadapan umum atau ucapan untuk menciptakan kesan yang diinginkan.

¹²M.H.Israr, *Retorika Dakwah Islam Era Modern*, (Jakarta:CV.Firdaus, 1993), Cet.ke-1,10.

¹³Datuk Tombak Alam, *Kunci Sukses Penerangan dan Dakwah*, (Jakarta:PT.Rhineka Cipta, 2000), 36.

¹⁴M.H. Israr, *Retorika dan Dakwah Islam Era Modern*, 12

Beberapa pakar berpendapat tentang definisi retorika dari segi istilah, diantaranya: I Gusti Ngurah Oka berpendapat bahwa retorika adalah ilmu yang mengajarkan tindak dan usaha efektif dalam persuasi penataan dan penampilan kultur untuk membina saling pengertian dan kerjasama serta kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat.¹⁵ Sedangkan Gorys keraf berpendapat bahwa retorika adalah salah satu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, baiklisan maupun tertulis yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik.¹⁶

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, retorika adalah seni berbicara yang dimiliki oleh seseorang untuk berbicara di hadapan orang banyak yang bertujuan untuk memberikan pesan dan ajakan yang baik kepada khalayak yang menyaksikannya. Dalam menggunakan retorika dibutuhkan kepandaian berbicara. Kepandaian berbicara itu mengenai menjelaskan, mengungkapkan, dan mengutarakan apa yang terdapat dalam fikiran dan perasaan.

Sarana retorika ini juga sangat variatif dapat berbentuk dakwah pendidikan, fiqih atau huku, syariat, ataupun pemikiran filosofis. Karena pada dasarnya komunikasi Islam meliputi pesan-pesan perdamaian yang terdiri dari *tabligh* (informasi), *taghyir* (perubahan sosial), *khairu ummah* (keteladanan ummat) dan mampu mencerminkan akhlak al-karimah dari

¹⁵ I Gusti Ngurah Oka, *Retorika Sebuah Tinjauan Sejarah Pengantar*, (Bandung:Terate,1976), cet-1,13.

¹⁶Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Umum,2007), cet-17,.1.

setiap individu, membangun kepekaan sosial, dengan mempromosikan ajaran-ajaran Islam yang relevan dengan nilai-nilai universal.¹⁷

Sedangkan untuk pengertian dakwah jika ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa arab yang asal katanya *daa'a-yad'u*. Menurut H.A Timur Djailani M.A, dakwah ialah menyeru kepada manusia berbuat baik dan menjauhi yang buruk sebagai pangkal tolak kekuatan mengubah masyarakat dari keadaan yang kurang baik kepada keadaan yang lebih baik sehingga merupakan suatu pembinaan.¹⁸ Adapun pengertian dakwah menurut para ulama diantaranya sebagai berikut :

- a. Masdar Helmi mengatakan bahwa dakwah merupakan gerakan atau ajakan kepada manusia untuk mematuhi ajaran-ajaran Islam, agar bisa memperoleh kebahagiaan.
- b. Aboebakar Atjeh menilai dakwah sebagai seruan kepada ummat manusia untuk hidup di jalan yang benar, yaitu berdasarkan ajaran Allah SWT. Dakwah harus dilakukan dengan nasihat dan juga kebijaksanaan.

Dari berbagai pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa dakwah merupakan aktivitas mempersuasi manusia menuju jalan yang maha esa, yaitu Allah SWT dan dakwah merupakan hal yang wajib bagi setiap

¹⁷Andi Faisal Bakti, *The Integration Of Dakwah In Journalism : Peace Journalism, Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 05, No 01, 2015.

¹⁸Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011).. 261.

muslim.¹⁹ Adapun pengertian retorika dakwah dari penjelasan tentang retorika dan dakwah diatas adalah suatu seni berbicara atau berpidato didepan massa dengan cara mengolah bahasanya dengan baik agar mendapatkan kesan dari pendengarnya dan pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dengan tujuan untuk menyeru dan mengajak pendengarannya untuk menuju jalan yang benar dengan beriman dan mentaati Allah SWT.²⁰

2. Dimensi Retorika Dakwah

Dalam berdakwah ilmu retorika sangatlah diperlukan untuk menjadi bagian dari keberhasilan seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya di hadapan para mad'unya. Dimensi dalam retorika dakwah yang akan peneliti gunakan ada tiga. Aristoteles memaparkan bahwa dalam retorika ada tiga bagian yang merupakan dimensi dari retorika yaitu:

- a. *Expression*, yaitu mengenai bentuk penggunaan bahasa.
- b. *Arrangement*, yaitu mengenai bentuk dan susunan pesan
- c. *Persuasion*, yaitu mengenai penggunaan bentuk dan sikap persuasi²¹

Tiga dimensi dari retorika inilah yang akan peneliti gunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian retorika dakwah ustadz Yusuf Mansur dalam menggerakkan semangat sedekah di channel YouTube Daqu Channel.

¹⁹ A.H. Hasanuddin, *Retorika Dakwah & Publistik dalam Kepemimpinan*, (Surabaya: Usaha Nasional,) 1970, 15

²⁰ Rafi'udin, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Sejati , 1997), 21

²¹ Sie, H. Datuk Tombak Alam, *Kunci Sukses Penerangan dan Dakwah*, Ibid, 39

1. *Expression*, yaitu mengenai bentuk penggunaan bahasa.

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah 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.²²

Dalam retorika gaya bahasa merupakan satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Seorang da'i harus menggunakan gaya bahasa yang cocok dengan situasi dan kondisi saat menyampaikan dakwahnya, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat diterimadengan baik oleh para mad'u nya. 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. Salah satunya adalah gaya bahasa dengan berdasarkan pilihan kata. Berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa mempersoalkan kata mana yang paling tepat dan sesuai dengan posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat tidaknya pengguna kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat.

²²Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, Cet.6, (Jakarta:PT.Gramedia,1990), 113.

Dengan kata lain, gaya bahasa ini mempersoalkan ketepatan dan kesesuaian dalam menghadapi situasi-situasi tertentu. 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 dipergunakan dalam 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.²³

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.²⁴

²³Ibid., 117

²⁴Ibid., 118

Gaya bahasa yang ketiga adalah gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa percakapan pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. 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.²⁵

Sedangkan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat adalah Gaya bahasa dibentuk oleh struktur sebuah kalimat. Struktur kalimat yang dimaksud adalah tempat sebuah unsur utama kalimat yang penting di dalam satu kesatuan kalimat. Di dalam suatu kalimat ada yang menempatkan unsur utama/ gagasan kalimat pada akhir kalimat, terdapat juga yang menempatkan unsur utama/ gagasan kalimat di awal kalimat, dan terdapat juga yang menjadikan bagian bagian dalam kalimat memiliki kedudukan yang sama.²⁶

²⁵ Ibid, 120

²⁶ Basirah Lubis, *Metodologi dan Retorika Dakwah*, (Jakarta: CV Turnisa, 1997) 67

Ada tiga sifat yang membentuknya adalah: periodik, kendur, dan kalimat berimbang. Dari 3 sifat struktur kalimat tersebut dapat diperoleh gaya bahasa klimaks, anti klimaks, paralelisme, antitesis, dan repetisi.

Gaya bahasa klimaks dibentuk oleh susunankata yang berkala atau berkelanjutan. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan sebelumnya. Sedangkan antiklimaks merupakan bentuk susunan kata yang bersifat mengendur dalam strukturnya. Antiklimaks sebagai gaya bahasa merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dari yang terpenting berturut-turut ke gagasan yang kurang penting.²⁷

Gaya bahasa berdasarkan stuktur kalimat yang ketiga adalah Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramtikal yang sama. Dalam hal ini dapat berbentuk anak kalimat yang bergantung atau bertumpu pada induk kalimatnya.²⁸

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang ke empat adalah antitetis. Antitesis adalah sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan, dengan mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan.

²⁷ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, Cet.6, (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama,2010), 124

²⁸ Ibid., 125

Gaya bahasa yang terakhir adalah repetisi, repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberikan tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.²⁹

b. Langgam

Langgam adalah intonasi, alunan atau tekanan tertentu secara harmonis. Seperti halnya kita tarik pada sebuah music atau lagu, dikarenakan pada sebuah music atau lagu tersebut terkandung langgam 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 langgam atau intonasi yang tepat dan indah dengan dipadukan penggunaan bahasa yang baik dan benar di dalamnya.³⁰ Menurut Barmawie Umary dalam bukunya yang berjudul *Azaz-Azaz Ilmu Dakwah*, ada beberapa langgam yang digunakan dalam praktik berpidato sehari-hari, diantaranya adalah:

Langgam yang pertama adalah langgam agama. Langgam agama digambarkan dengan suara yang terkadang menaik dan kemudian menurun dengan gaya ucapan yang lamban seremonis. Langgam ini biasa dipakai oleh para *mubaligh*, kiyai, khotib, pendeta, pastur, dan pemuka agama lainnya.³¹ Biasanya langgam ini digunakan saat berkhotbah. Isi dalam khotbah biasanya bersifat menggemirakan

²⁹ Ibid, 126

³⁰ Basrah Lubis, *Metodologi dan Retorika Dakwah*, 64

³¹ Barmawie Umary, *Azaz-azaz Ilmu Dakwah*, (Solo:CV Ramadhani, 1984), 14-16

dan menakutkan para umat terhadap amal perbuatan di dunia, yang nantinya akan mendapatkan ganjaran baik pahala ataupun siksa akhirat.

Langgam yang kedua adalah langgam agitator. Langgam agitator memiliki ciri yang agresif atau eksplosif. Cenderung intonasinya agak tinggi untuk menguatkan argumentasi yang disampaikan. Langgam jenis ini biasa digunakan dalam pertemuan-pertemuan atau rapat-rapat umum yang bersifat propaganda politis. Dapat digunakan juga untuk menimbulkan sentiment 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 conversatif. Langgam 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 sering kali didengar atau dilihat dalam pertemuan serius. 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.³²

2. *Arrangement*, yaitu mengenai 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

³² Ibid, 127

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 diceraiberaikan. 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 mad'u. komposisi yang baik harus merupakan kesatuan yang utuh. Ini meliputi dalam isi, tujuan, dan sifat (*mood*).

Dalam isi, harus ada satu gagasan tunggal yang mendominasi keseluruhan uraian pesan pidato, yang dapat menentukan dalam pemilihan bahan-bahan sebagai penunjang pesan pidato bisa tersampaikan dengan baik. Komposisi juga harus mempunyai satu macam tujuan. Satu diantara yang tiga yakni, menghibur, memberitahukan, dan mempengaruhi. Dan kesatuan juga harus tampak dalam sifat pembicara (*mood*). Sifat ini mungkin bisa berupa sifat yang serius, informal, formal, anggun, atau bermain-main.³³

Komposisi pidato yang kedua adalah pertautan (*Coherence*). Pertautan menunjukkan urutan bagian uraian yang memiliki hubungan antara satu dengan yang lain. Pertautan menyebabkan

³³Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004), 32

perpindahan dari satu pokok ke pokok selanjutnya dapat berjalan dengan lancar. Sebaliknya, jika pertautan tersebut hilang maka dalam penyampaian perpindahan pokok satu dengan yang lain akan menimbulkan uraian yang tersendat-sendat sehingga membuat para mad'u tidak mampu untuk memahami pesan yang disampaikan.

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.³⁴

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

³⁴*Ibid*, 33-34

memperjelas dengan keterangan penunjang, penyimpulan dan bukti. Organisasi pesan yang kedua adalah induktif. Urutan induktif, dengan mengemukakan perincian- perincian dan kemudian menarik kesimpulan. Sedangkan 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 topical. Urutan topical, 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.³⁵

3. *Persuasion* (Penggunaan Bentuk Persuasif)

Istilah *persuasif* berasal dari bahasa latin *persuasion* yang memiliki arti membujuk, mengajak, merayu. *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

³⁵ Jalaludin Rahmad, *Retorika Modern, Pendekatan Praktis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), 7

sering juga disebut sebagai seni persuasi.³⁶ 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:

a. Imbauan Rasional

Yaitu imbauan yang meyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau dengan penyajian bukti-bukti ilmiah dan masuk akal.³⁷

b. Imbauan Emosional

Menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikate dengan mempermainkan bahasa atau

³⁶Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2008), 21.

³⁷ Jalaludin Rahmad, *Psikologi Komunikasi*,Cet.30 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 294

ekspresi. Penyampaian seperti ini menggunakan kata-kata atau kalimat yang bernada syahdu.³⁸

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 komunikasi 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 Motivasional

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.³⁹

³⁸ Ibid., 295

³⁹ Ibid., 298

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitiannya adalah analisis deskriptif. Pendekatan kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di dalam masyarakat. Objek analisis dalam pendekatan kualitatif adalah makna dari gejala-gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh gambaran mengenai kategorisasi tertentu.⁴⁰

Dengan menggunakan analisis deskriptif di mana peneliti berusaha melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Fungsi analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data yang telah diperoleh. Gambaran itu bisa menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang kita peroleh.⁴¹ Penelitian kualitatif berusaha mencari apa yang ada dibalik tindakan, bukan fenomena luar tetapi fenomena dalam dan lebih menekankan pada makna dan proses daripada hasil dari suatu aktifitas.⁴²

⁴⁰Masri Singa rimbun dan Sofian Effendi *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta:LP3ES,1995), cet.2, 220.

⁴¹Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005) 22.

⁴²Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta,2007), cet.2 102

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian dibedakan berdasarkan jenis data yang diperlukan secara umum dibagi menjadi dua yaitu penelitian (jenis data) primer dan penelitian (jenis data sekunder). Adapun data primer dalam penelitian ini adalah data mengenai mengenai ustadz Yusuf Mansur khususnya tentang ceramah beliau mengenai sedekah. Data bisa berupa dokumentasi, video, atau liputan di media sosial. Data primer diperoleh dari YouTube Daqu Channel.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal, buku-buku, karya ilmiah atau penelitian-penelitian sebelumnya, data-data penunjang yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Sama dengan jenis data, untuk sumber data juga terdiri dari sumber data primer dan dan sumber data sekunder.

Dalam penelitian ini, untuk menentukan sumber data penelitian, penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Yakni, peneliti secara sengaja memilih data atas dasar pertimbangan ilmiah. Sumber data primer diperoleh dari observasi ceramah Ustadz Yusuf Mansur mengenai sedekah di YouTube daqu channel. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari postingan video ceramah yang dipublikasi pada kanal youtube Daqu Channel.

Ada 3 video yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu video yang berjudul “ Kekuatan Shalawat dan Sedekah, Dahsyatnya Sedekah, dan Ajaibnya Sedekah”. Dari banyaknya video yang di upload di kanal youtube tersebut , penulis memilih 3 video tersebut karena video tersebut yang paling populer dan banyak ditonton. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data yang sudah ada atau hasil penelitian sebelumnya dari berbagai jenis literatur, seperti jurnal, artikel, dan buku-buku yang menunjang penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data kualitatif yaitu kegiatan pengumpulan data harus dilakukan oleh peneliti sendiri dan tidak boleh diwakilkan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen tertentu. Adapun dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life historis). Kebijakan, peraturan, cerita dan juga biografi.⁴³ Dan dokumen yang berbentuk gambar contohnya foto, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berupa karya misalnya seni patung, film, gambar, dan lain-lain. Adapun studi dokumentasi

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 206

yang dilakukan peneliti adalah studi dokumentasi yang terkait buku dakwah, retorika dakwah dan artikel tentang profil Ustadz Yusuf Mansur.

b. Studi Pustaka (*Library Research*)

Studi pustaka adalah penelitian yang dilakukan guna mengumpulkan data-data sesuai dengan tujuan penelitian. Data tersebut diperoleh dari buku-buku, majalah, berita dan beragam sumber kepustakaan. Kemudian peneliti akan menganalisis sebagaimana yang dilakukan ahli sejarah, sastra, dan bahasa.

c. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung guna memperoleh suatu data. Adapun nasution menganggap observasi sebagai dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.⁴⁴ Observasi yang dilakukan

peneliti adalah dengan menonton video ceramah ustadz Yusuf Mansur pada channel youtube Daqu Channel.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton yang di kutip oleh Moleong dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam pola, mengkategorikan dan

⁴⁴ Ibid, 226

mengelompokkan uraian.⁴⁵ Proses analisis data dimulai dari mengolah data mentah, kemudian ditafsirkan menggunakan alat-alat analisis untuk dipahami secara spesifik sehingga menimbulkan prespektif yang berbeda-beda.⁴⁶

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman menyatakan bahwa aktifitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara berkelanjutan sampai tuntas sehingga datanya jenuh.⁴⁷ Miles dan Huberman mengemukakan tahapan-tahapan dalam menganalisis data kualitatif, sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Mereduksi data adalah memilih-milih data yang berkaitan serta yang diperlukan dalam penelitian. Hal ini bermaksud untuk memudahkan, mengelompokkan dan memfokuskan pada hal-hal pokok penelitian. Semakin lama penelitian dilakukan maka data yang di dapat pun akan semakin banyak, proses reduksi data ini diperlukan agar gambaran yang didapatkan lebih jelas sehingga memudahkan untuk meneliti data tersebut.⁴⁸

⁴⁵L J Moleong and T Surjaman, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Remadja Karya, 1989). h.249

⁴⁶Jhonny Saldana Milles, Matthew B, A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (California: Sage Publication, 2014).16

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan:(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*. h.246

⁴⁸Muhammaf Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Aksara, 1989).h.29

a. Penyajian Data

Setelah mereduksi, kemudian data-data tersebut disajikan dalam bentuk tertulis, grafik, atau dalam bentuk matriks sehingga data dapat diklasifikasi sesuai jenis dan kategori data tersebut. Penyajian data dapat membantu peneliti lebih memahami suatu kejadian dan tahu apa yang harus dilakukan. Penyajian data juga membantu dalam menganalisis data lebih lanjut atau mengambil tindakan berdasarkan pemahaman peneliti.⁴⁹

b. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan penelitian diperoleh setelah peneliti menguji dan mencocokkan keterkaitan data di lapangan dan teori-teori yang mendukung. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian adalah sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang disumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.⁵⁰

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁴⁹ H.B Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surakarta: UNS Press, 2002).h.96

⁵⁰ Soedjono dan H. Abdurrahman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran Dan Penerapan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005).h.24

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan tesis ini dibagi dalam lima bab yang saling berkaitan dan disusun secara kronologis dan sistematis. Secara keseluruhan hasil penelitian ini dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian. Adapun dalam metode penelitian ini ada beberapa sub yang meliputi jenis penelitian, sasaran penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan informasi, metode analisis data, dan pengembangan validasi data. Selain itu dalam bab pertama juga terdiri dari sistematika pembahasan, dan daftar pustaka.

Bab *kedua*, pada bab ini penulis menjabarkan tentang tokoh yang diteliti yaitu ustadz Yusuf Mansur. Secara singkat penulis menuliskan profil tokoh, karya-karya yang dihasilkan serta channel youtube yang digunakan dalam berdakwah.

Bab *ketiga*, analisis data atau pokok pembahasan penelitian, juga pada bab ini merupakan inti dari penelitian, yaitu berisi hasil penelitian dan pembahasan yang akan memuat berbagai hasil pengumpulan data dan analisis dari yang telah dilakukan yaitu tentang Retorika Dakwah Ustad Yusuf Mansur di dalam menggerakkan semangat sedekah di youtube.

Bab *keempat*, penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang perlu disampaikan terkait hasil penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis penelitian pada retorika dakwah pada 3 tema video ceramah tentang sedekah tersebut dihasilkan bahwa dalam ceramah ustadz Yusuf Mansur untuk gaya bahasa yang digunakan telah ditemukan terdapat gaya bahasa yang sering digunakan Ustadz Yusuf Mansur yakni gaya bahasa percakapan. Untuk penggunaan gaya bahasa khas ustadz Yusuf Mansur dalam menyampaikan ceramah tentang sedekah adalah gaya bahasa penegasan, gaya bahasa penegasan yang dominan berupa klimaks, anti klimaks, paralisme, dan antitetis. Ustadz Yusuf Mansur senantiasa mengulang kata, frasa, atau kalimat yang dianggap penting kepada pendengar. Dalam menyampaikan pesan dakwah, Yusuf Mansur sering memulai dari penyampaian pesan yang sederhana menuju pesan yang bersifat lebih rumit.

Sedangkan untuk intonasi (langgam) terdapat dua jenis langgam yang digunakan oleh Yusuf Mansur dalam video ceramahnya yakni langgam agama dan langgam conversatif. Langgam conversatif merupakan langgam yang paling banyak digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur. Karena langgam conversatif lebih bebas sesuai dengan pembawaan ceramah ustadz mansyur yang santai dan tidak terlalu menggebu-gebu.

Kemudian dalam bentuk dan susunan pesan ini meliputi komposisi pidato dan organisasi pesan. Untuk komposisi pidato yang telah ditemukan terdapat tiga jenis komposisi pidato yang secara keseluruhan telah

digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur dalam video ceramah yakni kesatuan, pertautan, dan titik berat. Kesatuan merupakan salah satu komposisi pidato yang paling banyak digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur, karena ustadz Yusuf Mansur menyampaikan ceramah dengan organisasi pesan yang teratur dan tidak melompat-lompat.

Sedangkan organisasi pesan yang telah ditemukan terdapat lima jenis organisasi pesan yang digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur dalam ceramah singkatnya yakni jenis organisasi pesan deduktif, induktif, kronologis, logis, dan spasial. Organisasi pesan deduktif merupakan salah satu organisasi pesan yang paling banyak digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur.

Bentuk persuasif yang telah ditemukan terdapat empat bentuk persuasif yang digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur dalam video ceramahnya yakni imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan ganjaran (*reward*), dan imbauan motivasional. Imbauan motivasional dan imbauan ganjaran (*reward*) merupakan yang paling banyak digunakan oleh ustadz Yusuf Mansur. Ceramah ustadz Yusuf Mansur tentang ceramah dapat disimpulkan lebih banyak menggunakan imbauan persuasif memotivasi dan ganjaran (*reward*), karena ceramah mengenai sedekah selalu identik dengan ganjaran dan tidak lepas dari yang namanya motivasi.

Sehingga dari retorika yang digunakan ustadz Yusuf Mansur tersebut, penulis menyimpulkan bahwa upaya menggerakkan semangat

sedekah yang dilakukan oleh ustadz Yusuf Mansur adalah dalam menerapkan konsep sedekah, ustadz Yusuf Mansur mengajarkan kepada mad'u bagi siapa yang mempunyai masalah dan hajat, jalan penyelesaiannya adalah sedekah. Peneliti juga menyimpulkan bahwa gaya bahasa atau penggunaan kata yang digunakan ustadz Yusuf Mansur juga tidak bisa diterima oleh semua kalangan. Walaupun dengan konsep sedekah modal yakin, ustadz Yusuf Mansur sering menggunakan bahasa yang tidak cocok pemaikan katanya, Misalnya “ Membeli barang dengan shalawat, Miskin, kurang mampu”. Seolah-olah apapun bisa dilakukan dengan modal sedekah dan shalawat. Dalam retorika gaya bahasa menjadi problem atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemaikan kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu.

Peneliti juga menemukan bahwa bentuk persuasif dalam upaya menggerakkan semangat sedekah ustadz Yusuf Mansur selalu berbicara tentang konsep pelipatgandaan yang diterima oleh seseorang yang bersedekah. Konsep sedekah seperti itu sebenarnya bisa menimbulkan kekecewaan apabila terlalu berharap. Selain itu ustadz Yusuf Mansur juga mengajak mad'u bersedekah terkesan menodong dan terkesan memaksa seseorang untuk bersedekah. Konsep sedekah seperti ini menjadi pro dan kontra di kalangan masyarakat, sehingga ustadz Yusuf Mansur dianggap tidak jujur mengenai sedekah.

B. SARAN

Saran Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dijabarkan, dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka terdapat beberapa saran yang disampaikan yaitu:

1. Kepada ustadz Yusuf Mansur sebagai salah satu ustadz yang mengisi ceramah dalam program ceramah channel YouTube Daqu Channel. Peneliti berharap ustadz Yusuf Mansur istiqomah menerapkan sedekah, akan tetapi tentang konsep pelipatgandaan yang diberikan oleh Allah SWT tidak semestinya di umbar-umbar. Karena jika kita bersedekah mengharapkan imbalan dan pelipatgandaan dari harta yang kita sedekahkan, kemudian kita tidak mendapatkannya maka hanya kekecewaan yang kita dapat.
2. Kepada pembaca diharapkan dapat mengimplementasikan konsep sedekah dari ustadz Yusuf Mansur dengan Ikhlas.
3. Kemudian peneliti untuk dapat lebih cermat serta lebih mendalam lagi dalam menganalisis agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Datuk Tombak. *Kunci Sukses Penerangan dan Dakwah*, Jakarta: PT. Rhineka Cipta, 2000.
- Bakti, Andi Faisal. The Integration Of Dakwah In Journalism : Peace Journalism, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 05, No 01, 2015.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Hasanuddin, A.H. *Retorika Dakwah & Publistik dalam Kepemimpinan*, Surabaya: Usaha Nasional, 1970.
- Hasan, Mohammad. *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya, Pena Salsabila, 2013
- Immawati, *Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latief di YouTube (Studi Dramatisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare*. Sulawesi Selatan: Tesis IAIN Parepare, 202).
- Israr, M.H *Retorika Dakwah Islam Era Modern*, Cet. ke-1, Jakarta: CV.Firdaus, 1993,
- Keraf, Gorys. *Diksi Dan Gaya Bahasa*, Cet. 6, Jakarta: PT.Gramedia, 1990.
- Keraf, Gorys *.Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, cet-17, 2007
- Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20 Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Khoiriah Malik, Rif'atul. *Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube*. Yogyakarta; Tesis UIN Sunan Kalijaga, 2022
- Mansyur, Yusuf. *An Introduction to The Miracle of Giving* Jakarta: Penerbit Zikrul Hakim, 2013.
- Milles, Jhonny Saldana Matthew B, A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (California: Sage Publication, 2014.
- Moleong, L J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remadja Karya, 1989.

- Nazir, Muhammaf . *Metode Penelitian* Jakarta: Ghalia Aksara, 1989.
- Ngurah Oka, I Gusti. *Retorika Sebuah Tinjauan Sejarah Pengantar* cet-1, Bandung: Terate, 1976,
- Oka, I.G.N, *Retorika Sebuah Tinjauan Pengantar*, Bandung, Terate , 1976.
- Rahmawati, Noviana. *Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Media sosial Youtube Video Tentang Iman Pada Channel One Minute Booster*. Purwekerto, Tesis : UIN Prof KH.Saifuddin Zuhri, 2020.
- Rahman, Regi Raisa. Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube, Tabligh: *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Volume 4, No 1, 2019.
- Rahmawati, Isina. "Kontribusi Retorika dalam Komunikasi Dakwah (Relasi atas Pendekatan Stelistika Bahasa)", Vol. 1, No. 2, Desember 2013
- Rahmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Rahmat, Jalaludin. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 1998
- Rahmad, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*, Cet.30 Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015
- Rukmana, H. Naan. *Masjid dan Dakwah*, Jakarta: Al-Mawardi Prima, Cet ke-1, 2002.
- Syamsuddin, AB. *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 2nd ed. Jakarta: Kencana, 2020.
- Sutopo, H.B. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta: UNS Press, 2002.
- Sulaiman Ar-Robi, Kholid Bin. *Shodaqoh Memang Ajaib*, Solo: Wacana Ilmiah Press, 2006
- Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, cet.2. 1995
- Soedjono, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran Dan Penerapan* .Jakarta: Rineka Cipta, 2005
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Saputra, Wahidin *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Thoifah, I'anut. *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Millenial*. Cet.1 Malang: UMM Press, 2020.

- Uchjana Effendy, Onong *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Umary, Barmawie *Azaz-azaz Ilmu Dakwah*, Solo: CV Ramadhani, 1984
- Wahidin. *Retorika Dakwah Lisan*, (Buku Ajar Fakultas Ilmu Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Dakwah Press, 2006.
- Y.Z, Abidin. *Pengantar Retorika*, Bandung : Pustaka Setia, 2012
- Zaini, Ahmad. 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.
- Zed, Mestika . *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2004,.