

**RETORIKA DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR KEPADA NON
MUSLIM MELALUI YOUTUBE**



Oleh :

Luluk Kholidoh

NIM : 21202011016

TESIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Penyusunan Tesis

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Luluk Kholidoh
NIM	:	21202011016
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam,

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

Yogyakarta, 19 Mei 2023

Saya yang menyatakan,



Luluk Kholidoh
NIM: 21202011016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Luluk Kholiqoh
NIM	:	21202011016
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 19 Mei 2023

Saya yang menyatakan,



Luluk Kholiqoh
NIM: 21202011016

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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 Habib Husein Ja'far kepada Non Muslim melalui YouTube

Oleh

Nama	:	Luluk Kholidoh
NIM	:	21202011016
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam,

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

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 19 Mei 2023

Pembimbing

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., MA.



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-913/Un.02/DD/PP.00.9/06/2023

Tugas Akhir dengan judul : Retorika Dakwah Habib Husein Jalfar kepada Non Muslim melalui Youtube
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LULUK KHOLIQOH, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21202011016
Telah diujikan pada : Jumat, 26 Mei 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

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

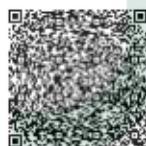
Valid ID: 647c80051844c



Penguji II

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6480559714219



Penguji III

Dr. H. Zainudin, M.Ag.
SIGNED

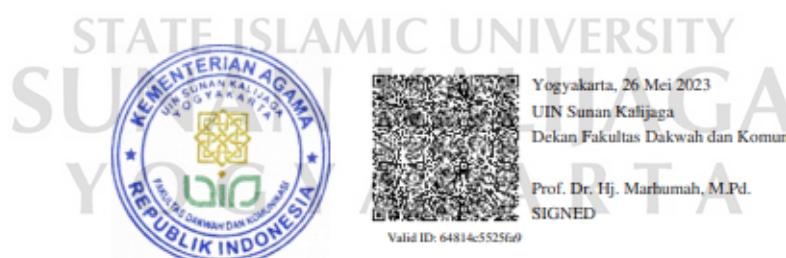
Valid ID: 64803ab08cc98



Yogyakarta, 26 Mei 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 64814c5525fa9



ABSTRACT

In this era of increasingly sophisticated technology, social media is growing rapidly and has a very important role in helping spread Islamic teachings. Currently preachers can convey their da'wah messages through social media, using good rhetoric so they can attract attention and what is conveyed can be understood by mad'u. The da'i rhetoric itself needs to be reconsidered by the preachers, starting from the style of language, tone of voice, gestures and appearance. Because this is to be able to understand the situation and condition of the mad'u. There are not a few preachers who often convey their da'wah material to fellow Muslims, but it is different from Habib Husain Ja'far who preaches or discusses with fellow Muslims and non-Muslims. However, the focus of this research is the rhetoric of Habib Husain Ja'far's preaching to non-Muslims via Youtube

This study aims to answer How is the rhetoric of Habib Husein Ja'far preaching to non-Muslims through YouTube? How is the application of ethos, pathos, logos in the preaching of Habib Husein Ja'far through YouTube? This type of research is descriptive qualitative, the data used is in the form of video and obtained from the results of observation and documentation. Then after the data collected was analyzed to answer research questions and describe in full

This study shows that the rhetoric of Habib Husein Ja'far's da'wah uses language style based on word choice, namely informal and conversational language. The style of language is based on tone, namely simple style, noble, powerful, and medium style. This aspect is very supportive because, using everyday language, it is relaxed and not aggressive. From the aspect of tone style, using intonation and tempo of speech, choosing a variety of words and being able to dramatize the situation. The sound style used by Habib Husein Ja'far applies the pitch of the sound such as rate and rhythm, and uses pauses. In the aspect of speech, Habib Husein Ja'far uses eyes that focus on mad'u, hand movements, facial expressions, and often raises eyebrows. Body movements and posture, Habib Husein Ja'far sits straight but relaxed, usually leaning back in a chair, facing mad'u and occasionally looking at the camera, the clothes worn are quite relaxed, such as shirts, jeans jackets, blazers, t-shirts , and sometimes wear skullcaps. The application of ethos, pathos, logos is applied by Habib Husein Ja'far, his ethos, non-formal and formal education is quite high, as well as qualified abilities. Able to dramatize, touch and evoke mad'u, the pathos pathos that is applied usually inserts humor into his preaching so that it is not boring. The da'wah messages conveyed are very logical and mad'u are able to accept them, so the application of logos is highly practiced, usually giving examples, reinforced by the arguments of the Qur'an and Hadith

Keywords: Rhetoric, Da'wah, Habib Husein Ja'far

ABSTRAK

Pada era teknologi yang semakin canggih saat ini, media sosial semakin berkembang pesat dan memiliki peran sangat penting untuk membantu menyebarkan ajara Islam. Saat ini para da'i dapat menyampaikan pesan dakwahnya melalui media sosial, dengan menggunakan retorika yang baik agar mampu menarik perhatian dan apa yang disampaikan dapat dipahami oleh mad'u. Retorika dakwah sendiri perlu diperhatikan kembali oleh para da'i, mulai dari gaya bahasa, nada suara, gerak tubuh serta penampilannya. Karena hal tersebut untuk dapat memahami situasi dan kondisi para mad'u. Tak sedikit para da'i yang sering menyampaikan materi dakwahnya kepada sesama muslim, namun berbeda dengan Habib Husain Ja'far yang berdakwah atau berdiskusi dengan sesama muslim dan non muslim. Namun fokus penelitian ini adalah retorika dakwah Habib Husain Ja'far kepada non muslim melalui Youtube.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab Bagaimana retorika dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui YouTube ? Bagaimana penerapan *ethos*, *pathos*, *logos* pada dakwah Habib Husein Ja'far melalui YouTube ?. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif, data yang digunakan berupa video dan diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi. Kemudian setelah data terkumpul dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mendeskripsikan secara lengkap.

Penelitian ini menunjukkan bahwa retorika dakwah Habib Husein Ja'far menggunakan gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata, yaitu bahasa tak resmi dan percakapan. Gaya bahasa berdasarkan nada, yaitu gaya sederhana, mulia bertenaga, dan gaya menengah. Aspek tersebut sangat mendukung karena, menggunakan bahasa sehari-hari, santai dan tidak menyerang. Dari aspek gaya nada, menggunakan intonasi dan tempo bicara, pemilihan kata yang bervariasi serta dapat mendramatisir keadaan. Gaya suara yang digunakan Habib Husein Ja'far menerapkan tinggi rendahnya suara seperti *rate* dan *rhythm*, serta menggunakan jeda. Pada aspek bicara Habib Husein Ja'far menggunakan pandangan mata yang fokus ke *mad'u*, gerakan tangan, ekspresi wajah, dan sering menaikkan alis. Gerak tubuh dan sikap badan, Habib Husein Ja'far duduk tegap namun santai, biasanya bersandar di kursi, posisi yang menghadap ke *mad'u* dan sesekali pandangan mengarah ke kamera, pakaian yang dikenakan cukup santai seperti, kemeja, jaket jenais, blazer, kaos, dan terkadang memakai kopiah. Penerapan *ethos*, *pathos*, *logos* diterapkan Habib Husein Ja'far, *ethos* yang dimiliki, pendidikan non formal maupun formalnya cukup tinggi, serta kemampuan yang mumpuni. Mampu mendramatisir, menyentuh dan membangkitkan *mad'u*, *pathos pathos* yang diterapkan biasanya menyelipkan humor pada dakwahnya agar tidak membosankan. Pesan dakwah yang disampaikan sangat logis dan *mad'u* mampu menerimanya, maka penerapan *logos*

sangat dipraktikan, biasanya memberikan contoh, diperkuat dengan dalil Al-Qur'an dan Hadist.

Kata kunci : Retorika, Dakwah, Habib Husein Ja'far



MOTTO

اللَّهُمَّ أَنْتَ مَفْصُودِيْ وَرِضَاكَ مَطْلُوبِيْ

“Wahai Tuhanmu, Engkaulah Tujuanku dan Ridhamulah yang kucari”

Orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka

ingin tahu hanya

bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang
tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang

kita

perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Terhadap proses yang dilalui segala syukursaya panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan banyak nikmat serta segala energi positifnya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya.

Tesis ini saya persembahkan untuk orang paling berjasa dalam hidup saya, yaitu orang tua saya Bapak Masrum dan Ibu Jamilatul Fatonah. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin merantau jauh dari keluarga, serta pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasihat yang tiada hentinya diberikan kepada anak bungsunya. Dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga dan melindungi bapak ibu, *amin*. Kemudian tesis ini juga saya persembahkan untuk diri saya sendiri, yang mana telah berjuang sampai pada titik saat ini dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu, tak lepas semua ini karena dukungan dan motivasi dari orang tua dan saudara.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, teriring puji serta syukur atas kekuatan yang telah Allah berikan. Sholawat serta salam semoga selalu tertuju kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan rahmat, kekuatan serta kasih saying Allah SWT, tesis yang berjudul “Retorika Dakwah Habib Husein Ja’far kepada Non Muslim melalui YouTube” dapat penulis selesaikan dengan baik.

Dakwah sebagai kegiatan para umat muslim dalam melaksanakan perintah agama, yang mana melibatkan adanya da'i dan mad'u yang dapat memahami serta terjalin komunikasi yang komunikatif. Sehingga dapat terwujud pesan dakwah tersampaikan dan diterima dengan baik. Tesis ini berisi tentang retorika dakwah, dan seberapa pentingnya retorika dakwah dilakukan seorang da'i agar dakwahnya dapat diterima serta menjalankan kehidupan lebih baik lagi kedepannya.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karenanya penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Phil. Al Makin Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan lanjutan Program Studi Magister Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Ibu Prof. Hj. Marhumah, M.Pd selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A selaku ketua program studi, serta sebagai pembimbing pada penelitian ini dan Bapak Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum. selaku sekretaris Program studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. H. M. Kholili, M.Si Selaku pembimbing akademik yang telah bersedia memberikan arahan hingga selesainya tesis ini.
5. Segenap staff dan jajaran karyawan yang telah memberikan pelayanan terbaik sehingga penulis mudah menyelesaikan tesis ini.



DAFTAR ISI

HALAM JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kegunaan Penelitian	8
D. KAJIAN PUSTAKA	9
E. KERANGKA TEORI	14
1. Ruang Lingkup Retorika	14
2. Ruang Lingkup Dakwah	28
3. Dakwah Melalui Channel YouTube	32

F. METODE PENELITIAN	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Pendekatan Penelitian	34
3. Sumber Data	35
4. Teknik Pengumpulan Data	37
5. Teknis Analisis Data	38
 BAB II : BIOGRAFI DAN DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR DALAM KONTEN YOUTUBE	41
A. Profil Habib Husein Ja'far	41
B. Dakwah Habib Husein Ja'far melalui Youtube.....	48
 BAB III : ANALISIS RETORIKA DAKWAH HABIB HUSEIN JA'FAR	52
A. Penerapan Retorika Dakwah kepada Non Muslim.....	52
1. Gaya Bahasa	54
2. Gaya Suara	93
3. Gaya Gerak Tubuh	103
B. Penerapan <i>Etos, Pathos, Logos</i> Dakwah Habib Husein Ja'far kepada Non Muslim melalui Youtube	135
1. Ethos (Kredibilitas)	136
2. Pathos (Emosi)	152
3. Logos (Logis)	161
C. Analisis Data Penelitian	172
 BAB IV : PENUTUP	182

A. Kesimpulan	182
B. Saran	185
DAFTAR PUSTAKA	186



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam merupakan agama dakwah, di mana menugaskan umatnya untuk mengajak, menyebarluaskan dan menyuarakan Islam kepada seluruh umat manusia. Kegiatan berdakwah atau mengajak tersebut baik dalam bentuk lisan, tulisan maupun tingkah laku dilaksanakan secara sadar dan terencana. Berdakwah merupakan salah satu kegiatan komunikasi sehingga pembicara hendaknya mampu untuk membuat jamaah tertarik terhadap isi atau materi yang disampaikan sehingga membutuhkan teknik-teknik yang tepat.

Dakwah harus dikemas sedemikian rupa dan dirumuskan secara matang untuk mewujudkan masyarakat yang menjalankan nilai-nilai Islam dalam artian luas. Dakwah bukan hanya sekedar menyampaikan seperangkat tata cara beribadah (*mahdalah*) kepada Tuhan, tetapi dakwah yang mencerahkan sesuai dengan prinsip dasar Islam (tauhid), memberikan motivasi, dan juga membangun sistem atau struktur sosial yang memungkinkan orang saling mengingatkan dalam kerangka menjalankan nilai-nilai Islam tersebut.¹

Berdakwah dapat dikatakan kegiatan komunikasi, dan setiap komunikasi adalah sebuah drama. Maka dari itu, seorang pembicara atau da'i hendaknya mampu membuat jama'ah merasa tertarik terhadap pembicara. Selain sebagai kewajiban syariat, dakwah Islam juga

¹ Ropangi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madani, 2016), 184.

merupakan kebutuhan masyarakat yang sangat primer, bahkan boleh dikatakan mendesak. Untuk melakukan kegiatan berdakwah maka diperlukan metode representatif dengan menggunakan bahasa yang lugas, menarik, bijaksana sehingga komunikasi menjadi menarik.²

Dalam berdakwah sangat diperlukan ilmu mengenai retorika, karena didalamnya tidak dapat dipisahkan antara dakwah dengan retorika. Secara umum retorika adalah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis. Apabila dikaitkan dengan dakwah, maka retorika dakwah adalah seni berbicara seorang da'i dalam menyampaikan dakwahnya kepada khalayak untuk melakukan perintah Allah dan menjahui larangannya. Kata retorika dalam dakwah, merupakan tugas seorang da'i yang mana bukan hanya tertuju pada penyampaian dakwah saja. Melainkan bagaimana agar khalayak dapat melakukan apa yang sudah disampaikan oleh da'i. Karena retorika lebih bersifat mempengaruhi, sehingga khalayak melakukan ajaran agama dengan senang hati tanpa adanya paksaan.

Retorika merupakan kemampuan berbahasa yang dapat menciptakan kesan dalam hati pendengar terhadap apa yang disampaikan. Sebab dengan kepandaian penggunaan bahasa yang baik, maka pesan yang disampaikan cepat diterima oleh pendengar. Begitu juga retorika dakwah, semakin menarik suatu gaya bicara seseorang, maka semakin cepat pula

² Bambang S. Maarif, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010).

pesan itu akan tersampaikan, sehingga akan menimbulkan kesan menarik dan inspiratif bagi pendengarnya.

Penyampaian dakwah paling banyak dilakukan saat ini adalah dengan menggunakan metode ceramah atau secara lisan. Karena metode ceramah ini sebagai salah satu metode dakwah yang sangat sering digunakan oleh para da'i ataupun utusan Allah dalam menyampaikan risalahnya.³ Namun saat ini dengan adanya teknologi yang semakin canggih, para da'i bisa memanfaatkannya untuk menyebarkan ajaran Islam. Sebagaimana yang dilakukan Habib Husein Ja'far, yang menggunakan media YouTube sebagai sarana dakwah. Karena lebih mudah dan praktis dapat ditonton dari segala penjuru dunia.

Youtube merupakan salah satu situs media digital (video) yang dapat didownload, diunggah, dan dibagikan (*share*) di seluruh penjuru negeri yang mengaksesnya.⁴ YouTube berisi situs video sharing yang banyak digunakan untuk berbagi video. Mungkin Anda sudah akrab dengan situs yang satu ini. Situs YouTube didirikan oleh mantan pekerja PayPal, Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim pada Februari 2005. Dilansir dari Wikipedia, situs ini kemudian beralih menjadi milik Google pada akhir tahun 2006 hingga saat ini.⁵

³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi* (Surabaya: Al-Ihklas, 1983).

⁴ Timoria Samosir, "Efektivitas Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu)," *Record and Library* Vol. 4 (2018): No. 2.

⁵ Feronika Azmil, "Sejarah Singkat YouTube, Situs Video Sharing Terbesar," *Merdeka.Com*, last modified 2013, accessed October 27, 2022, <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html>.

Perkembangan dakwah perlu memperhatikan perkembangan teknologi, walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang saat ini bersifat positif, ada kelebihan dan kekurangannya bagi kehidupan manusia, dengan adanya teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam.

Youtube telah menjadi salah satu platform media sosial yang populer dewasa ini. Pasalnya, berbagai konten video yang diunggah di platform tersebut banyak menarik perhatian masyarakat. Hal itu pun membuat pengguna youtube mencapai angka yang fantastis. Berdasarkan laporan We Are Social, ada 2,56 miliar pengguna platform tersebut hingga Januari 2022. India menjadi Negara dengan pengguna youtube terbesar di dunia, yakni 467 juta, Amerika Serikat menyusul dengan 240 juta pengguna. Dan posisi ketiga ditempati oleh Indonesia dengan 127 juta pengguna youtube. Adapun pangsa pasar youtube di Indonesia mencapai 21,42% per April 2022, tertinggi kedua setelah Facebook.⁶

Berdasarkan uraian tentang media dakwah tersebut, di zaman sekarang ini youtube sudah dimanfaatkan oleh banyak umat muslim untuk menyampaikan kajian-kajian islam, melalui unggahan video ceramah maupun podcast. Saat ini da'i milenial mempunyai metode tersendiri untuk melakukan pendekatan kepada audiennya terutama kalangan kaum muda. Seperti Ustadz Abdul Somad, Ustadz Hanan Attaki, dan Ustadz

⁶ Ali Mahmudan., "Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga Di Dunia Pada 2022," *Dataindonesia.Id*, last modified 2022, accessed November 17, 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>.

Felix Siaw yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah. Melalui dakwahnya yang unik, bergaya anak muda, dan menggunakan bahasa kekinian yang santai serta mudah dipahami sehingga dapat memikat dan menarik perhatian audien untuk mengikuti dakwah mereka.

Hal tersebut juga dilakukan oleh Habib Husein Ja'far melalui media sosial youtube. Dengan menggunakan gaya bahasa dan penampilan yang santai membuat audiens menjadi tertarik untuk mendengar apa yang beliau sampaikan. Banyak kajian-kajian islam beliau yang dirangkum dalam youtube, baik youtube miliknya sendiri maupun akun youtube lain. Pada channel youtube tersebut beliau kerap menyampaikan materi mengenai Agama, Tuhan, Toleransi Beragama, dan sebagainya. Lawan bicara atau audiens beliau mulai dari umat muslim, dan non muslim. Beberapa kali beliau juga mengunggah video di youtubenya berbincang bersama dengan orang-orang non muslim, yaitu dari agama Katholik, Hindu, Kristen, Budha, Protestan, dan Atheis.

Habib Husein Ja'far menyampaikan ajaran agama Islam kepada narasumbernya, tak jarang Habib Husein Ja'far menyampaikan materi dan berdiskusi kepada narasumber yang bukan beragama Islam. Menurut Habib Husein Ja'far ada 2 kategori berdakwah, *pertama* mereka yang berdakwah kepada orang yang sudah Islam, dan *kedua* berdakwah kepada mereka orang Islam tetapi hanya sebatas formalitas saja dan kepada

mereka yang belum Islam.⁷ Maka dari itu, Habib Husein Ja'far memposisikan bahwa beliau sebagai pendakwah kepada golongan yang kedua. Sehingga sering diketahui kalau Habib Husein Ja'far berkolaborasi dengan berbagai macam narasumber tanpa membeda-bedakan. Ini juga menjadikan timeline yang besar di berbagai konten youtube Habib Husein Ja'far, yaitu toleransi dalam beragama. Kedekatan tersebut dapat dilihat dari penampilan sehari-hari dan cara dakwah beliau, yang mana beliau berhasil menempatkan diri dengan kaum milenial, tidak hanya yang beragama Islam namun juga bagi mereka yang memeluk agama lain.

Salah satu konten dakwah pada youtube bersama non muslim yang mendapat perhatian publik adalah berjudul “Habib Husein Ja’far - Habib Pemersatu Bangsa” dengan jumlah 4,6 juta penayangan. Video tersebut adalah video yang memiliki jumlah penayangan paling banyak bersama non muslim di media sosial youtube, yang membahas tentang biografi Habib Husein Ja'far serta belajar tentang agama Islam. Beberapa bulan lalu, channel youtube milik Habib husein Ja'far mengupload video konten bersama salah satu public figure non muslim bernama Onadio Leonardo dengan judul “Hidden Camera With Onad” dengan jumlah 1,6 juta penayangan. Pada konten tersebut berisi obrolan Habib Husein Ja'far dengan Onad yang membahas tentang kenyamanan Onad ketika mendengar apa yang disampaikan oleh Habib Husein Ja'far, dan merasa senang ketika berdiskusi dengan beliau.

⁷ A“yun Masfufa, “Dakwah Digital Habib Husein Ja“far Al hadar”, Jurnal Dakwah, Vol. 20, No. 2, Tahun 2019, hlm. 256

Konten dakwah youtube Habib Husein Ja'far kerap melakukan kolaborasi dengan komika, publik figur, dan pendeta. Dalam podcast dakwah tersebut berisikan diskusi bertemakan ketuhanan hingga hukum Islam. Menarik untuk diteliti, karena retorika dakwah Habib Husein Ja'far sangatlah unik. Beliau bisa memposisikan dirinya dengan audiens, mulai dari penampilannya, gaya bicara, dan tidak pernah menggunakan intonasi yang tinggi atau kasar. Ketika berdakwah beliau tidak terlihat seperti menggurui tetapi lebih tepatnya yaitu berdiskusi dan tanya jawab seputar keislaman. Habib Husein Ja'far tidak pernah membeda-bedakan audiens nya, baik itu muslim atau non muslim maupun perbedaan ras dan suku. Beliau pernah berkata alasan beliau ingin berdakwah, tanpa menjelekan atau menghakimi orang lain adalah karena Nabi Muhammad tidak pernah berdakwah dengan ucapan yang kasar. Beliau selalu berusaha untuk menjaga lisannya agar tetap berkata baik tentang Islam.

Berdasarkan pemaparan diatas penulis merasa tertarik untuk mengetahui dan meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana Habib Husein Ja'far mengemas dakwahnya yang sangat unik, dengan retorika yang bagus ketika berdakwah dan ngobrol bareng bersama umat non muslim, serta menjaga toleransi sehingga bisa membuat audien non muslimnya senang dengan apa yang beliau sampaikan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penerapan Retorika dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui YouTube ?

2. Bagaimana Penerapan *Ethos, Pathos, Logos* dalam Dakwah Habib Husein Ja'far melalui Youtube?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui retorika atau gaya berdakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui Youtube
 - b. Untuk mengetahui *Ethos, Pathos, Logos* yang ada pada Habib Husein Ja'far dalam Berdakwah kepada non muslim melalui Youtube
2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk penelitian Selanjutnya baik dari segi teoritis maupun Praktis. Adapun Pembahasan dari Teoritis dan Praktis sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta kontribusi tentang ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dakwah, serta dapat memperkaya kajian tentang retorika dakwah di youtube dan menjaga toleransi terhadap non muslim.

b. Kegunaan Praktis

Melalui penelitian mengenai retorika dakwah yang dilakukan oleh peneliti, diharapkan mampu memberikan manfaat dan wawasan kepada pembaca maupun masyarakat.

Maka dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai retorika atau gaya bahasa dalam berdakwah, yang digunakan dalam kegiatan menyampaikan sumber pengetahuan tentang keislaman kepada audien, serta dapat menjaga toleransi beragama ketika berdakwah kepada umat non muslim.

D. Kajian Pustaka

1. Jurnal karya Regi Raisa Rahman, Atjep Mukhlis dan Acep Aripudin (2019), UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Youtube”.⁸ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan sampling. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yaitu Aristoteles tentang seni untuk mempengaruhi orang lain dengan prinsip *ethos*, *pathos*, *logos*. Juga menggunakan teori retorika Jalaluddin Rakhmat tentang imbauan persuasi dalam berpidato. Penelitian ini berisi tentang retorika yang diterapkan oleh Evie Effendi memiliki lima imbauan persuasi, serta gaya bahasa yang digunakan beliau dalam dakwahnya meliputi *ta'lim*, dan *tarbiyah* (pengajaran dan pendidikan), *takzir* dan *tanbih* (pingingat dan penyegaran kembali), *targhib* dan *tabsyir* (penggemarkan amal sholeh dan penampilan berita pahala), *tarhib* dan *inzar* (menakut-nakuti dan menyampaikan berita siska) *qashash* dan

⁸ Atjep Mukhlis Regi Raisa Rahman and Acep Aripudin, “Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi Di Video Youtube,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Volume 4, (2019): 45.

riwayat (penampilan kisah atau cerita masa lalu), sera *amar ma'ruf nahi munkar* (perintah dan larangan), kemudian humor yang digunakan adalah humor *exaggeration*, parodi, *burlesque*, dan belokan mendadak.

Berdasarkan penelitian di atas terlihat ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti capai. Persamaan terdapat pada teori yang menggunakan teori Aristoteles dan sama-sama meneliti retorika dakwah. Perbedaan terdapat pada sasaran dakwahnya yakni penelitian yang akan peneliti capai yaitu umat non muslim serta tetap menjaga toleransi beragama.

2. Jurnal karya Saeful Rokhman, Muslimah (2021), Jurnal Dakwah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan. Penulis meneliti “Retorika Dakwah DR. Zakir Naik dalam Mendakwahkan Islam Kepada Kaum Nasrani”.⁹ Pada penelitian ini menggunakan teori Aristoteles dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan *content analysis* (analisis isi) dari retorika Aristoteles. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika yang diterapkan oleh Saeful Rokhman dan Muslimah adalah retorika untuk mempengaruhi manusia, yaitu *ethos* (sikap), *pathos* (respon), dan *logos* (isi). Isi pesan komunikasi yang disampaikan oleh Dr. Zakir Naik ialah isi pesan yang disampaikan secara logis dan ilmiah, sehingga mudah untuk mendapatkan respon positif dari audien. Dan beliau sanggup

⁹ Muslimah Saeful Rokhman, “Retorika Dakwah DR. Zakir Naik Dalam Mendakwahkan Islam Kepada Kaum Nasrani,” *Da'wah Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* Volume 4 N (2021): 1.

menunjukkan kepada khalayak bahwa beliau memiliki pengetahuan luas dengan memberikan contoh dan analogi agar mudah dipahami. Selain itu Dr. Zakir Naik mampu menyentuh hati audien, emosi, kasih saying peserta diskusi dengan argumen yang beliau sampaikan bahwa agama Islam adalah agama yang damai.

Berdasarkan penelitian di atas terlihat bahwa ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti capai. Persamaan dengan penelitian di atas adalah sama-sama meneliti retorika dakwah.

Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian di atas yaitu Dr. Zakir Naik berdakwah di mimbar dan dihadapkan oleh ribuan khalayak dan metode diskusi tanya jawab. Berbeda dengan yang akhir peneliti lakukan, yaitu retorika dakwah Habib Husein Ja'far, yang mana hanya berisi dua atau tiga orang saja dalam podcast untuk membahas Islam dan ditayangkan di youtube milik beliau.

3. Jurnal karya Ach. Tofan Alvino, (2021), yang berjudul “Retorika Dakwah KH Syukron Djazilan pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya”.¹⁰ Penelitian ini menjelaskan tentang retorika dakwah yang disampaikan oleh KH Syukron Djazilan melalui pengajian rutinan, dengan tema dakwah “berbakti kepada orang tua”. Beliau telah menerapkan lima kanon retorika, yaitu penemuan (invention), pengaturan (arrangement), gaya (style), penyampaian (delivery), dan ingatan (memory). Kanon retorika menjadi penting bagi

¹⁰ Ach Tofan Alvino, “Retorika Dakwah KH. Syukron Dzajilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya,” *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 14 No (2021): 73.

pendakwah ketika akan menyampaikan materi dakwahnya. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan analisis deskriptif berdasarkan teori kanon retorika, dan observasi dengan cara mengamati retorika dakwah KH Syukron Djazilan dalam salah satu tema yang disampaikan dalam pengajian rutin di Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya.

Berdasarkan penelitian di atas terlihat bahwa ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti capai. Persamaan dengan penelitian di atas terletak pada fokus pada retorika dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian di atas meneliti retorika dakwah KH Syukron Djazilan dengan spesifikasi dakwah atau ceramah rutinan di sebuah masjid yang berada di kota Surabaya, penelitian dilakukan wawancara secara langsung. Berbeda dengan yang akan peneliti lakukan, yaitu meneliti dakwah persuasif oleh Habib Husein Ja'far kepada umat non muslim dan menjaga toleransi beragama, dan dakwah ini melalui akun youtube beliau.

4. Tesis karya Irmawati (2021), IAIN Parepare, dengan judul : “Retorika Dakwah Ustad Das’ad Latief Di Youtube (Studi Dramatisme Dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare)”. Penelitian ini berisi tentang retorika dakwah Ustad Das’ad Latief di youtube dan resepsi khalayak terhadap dakwah beliau. selain itu juga berisi mengenai gaya bahasa, yang mana beliau menggunakan gaya bahasa sederhana yan digunakan sehari-hari dan bahasa daerah yakni bahasa Bugis Makassar sehingga

penyampaian dakwahnya terkesan menarik dan memiliki ciri khas sendiri. Dari hasil analisis data dengan menggunakan analisis pentad antara lain tindakan (*act*), adegan (*scene*), agen (*agent*), agensi (*agency*), tujuan (*purpose*), dan sikap (*attitude*). Hasil selanjutnya adalah resepsi khalyak terhadap Ustadz Das'ad yaitu khalayak berada pada tiga posisi, *posisi hegemonic dominan* pada posisi ini khalayak menerima ceramahnya karena penyampaian dakwah yang tegas, lugas, menarik dan penuh humor. Pada posisi ini khalayak hanya sekedar menonton hanya untuk sebagai hiburan tanpa harus menerima apa yang disampaikan oleh Ustadz Das'ad Latif.

Berdasarkan penelitian di atas terlihat bahwa ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti capai. Persamaan pada penelitian di atas yaitu sama-sama meneliti retorika dakwah di media sosial youtube. Dan perbedaan terdapat pada metode penelitian dan penelitian di atas menyebarkan *link google form* serta menggunakan pertanyaan kepada informan lalu data dianalisis dan ditelaah kemudian dibuat abstraksi dari semua hasil wawancara. Selain itu juga menggunakan teknik *purposive sampling*.

5. Rif'atul Khoiriah Malik (2021), Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube”.¹¹ Penelitian ini membahas *pertama* tentang kesesuaian retorika dakwah antara UAS dan UAH

¹¹ Rif'atul Khoiriah Malik, “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di Channel YouTube”(Tesis, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2021)

dengan situasi khalayak. *Kedua*, penyusunan pesan yang dilakukan kedua tokoh sama-sama melengkapi struktur ceramah, dan *ketiga*, penyampaian pesan UAS UAH mencakup dimensi *ethos*, *pathos* dan *logos*.

Berdasarkan penelitian di atas terlihat bahwa ada persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti capai. Persamaan pada penelitian di atas yaitu sama-sama meneliti retorika dakwah di media sosial youtube. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya lebih memfokuskan pada perbandingan retorika dakwah UAS dan UAH dengan situasi khalayak, sedangkan peneliti akan memfokuskan pada retorika dakwah di youtube kepada umat non muslim.

E. Kerangka Teori

1. Ruang Lingkup Retorika

a. Pengertian Retorika

Dalam bahasa Indonesia istilah retorika diartikan sebagai seni berbicara.¹² Secara istilah, retorika ini didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari kecakapan berbicara di depan massa.¹³ Menurut Jalaluddin Rakhmad dalam buku Retorika Modern, Pendekatan Praktis, retorika berasal dari bahasa Yunani, *rhetor*, *orator*, *teacher*. Secara umum retorika ialah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis.¹⁴

¹² Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Yogyakarta: Liberty, 1989), 132.

¹³ IGusti Ngurah Oka, *Retorika* (Malang: Yayasan Asih Asah Usuh, 1990), 27.

¹⁴ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 59.

Retorika menurut Aristoteles didefinisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia pada setiap keadaan yang dihadapi. Fungsi ini hanya dimiliki oleh seni retorika.¹⁵ Menurut Gorys Keraf, retorika adalah suatu istilah secara tradisional yang diberikan kepada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik. Sedangkan menurut Campbell retorika hendaknya diarahkan kepada upaya “*mencerahkan pemahaman, menyenangkan imajinasi menggerakkan perasaan, dan mempengaruhi kemauan*”.¹⁶

Retorika adalah suatu istilah yang secara tradisional diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik. Jadi, ada dua aspek yang perlu diketahui dalam retorika, yaitu pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan bahasa dengan baik, dan kedua pengetahuan mengenai objek tertentu yang akan disampaikan dengan bahasa.¹⁷

Menurut Aaristoteles, dalam retorika terdapat tiga bagian inti yaitu *Ethos (ethical)* yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi, *Pathos (emotional)* yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan

¹⁵ Aristoteles, *Retorika Seni Berbicara* (Yogyakarta: Basabasi, 2018), 17.

¹⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 12.

¹⁷ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1996), 01.

“psikologi massa”, dan *Logos (logical)*, yaitu pemilihan kata, kalimat atau ungkapan oleh pembicara.¹⁸

Ada tiga bentuk alat persuasi yang dapat digunakan oleh seorang pembicara yaitu; *pertama* ditentukan oleh karakter personal pembicara. Yang *kedua* dengan menempatkan audiens ke dalam kerangka berpikir tertentu. *Ketiga* ditentukan oleh pembuktian semua yang berasal dari isi pidato itu sendiri.¹⁹

b. Dasar-dasar Retorika menurut Aristoteles

Dasar-dasar retorika menurut Aristoteles adalah sebagai berikut :

- 1) Retorika hubungannya sangat erat dengan moral, karena harus mengungkapkan sesuatu itu dengan benar. Kebenaran adalah menjadi sebuah landasan retorika yang utama.
- 2) Metode retorikanya mendasarkan pada *analitika* yaitu meneliti berbagai argumentasi yang mana masih diragukan kebenarannya. *Analitika* ini pada perkembangannya disebut dengan logika.
- 3) Retorika sebagai sesuatu yang *inheren* yaitu dapat diresapi oleh semua orang, untuk mencari sebuah kebenaran maka dialog yang menjadi utamanya.
- 4) Totalitas sebuah pidato mencakup *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* yaitu sumber kredibilitas komunikator sebagai pribadi yang dapat dipercaya oleh pendengar. *Pathos* yaitu membangun

¹⁸ Tias Satrio Adhitama, Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, *Komunikasi Dakwah* (Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara, 2013), 142.

¹⁹ Aristoteles, *Retorika Seni Berbicara*, 20.

emosional pembicara, dan logos adalah mencakup pembicaraan berdasarkan argumentasi yang logis.²⁰

c. Tujuan dan Fungsi Retorika

1) Tujuan Retorika

Tujuan retorika sendiri adalah untuk mempersuasi khalayak itu sendiri dengan kebenaran gagasan hal yang dibicarakan. Dalam artian tujuan retorika adalah untuk membina pengertian dan mengembangkan kerja sama dalam menumbuhkan kedamaian dalam kehidupan di masyarakat.²¹

Tujuan retorika secara umum diantaranya :

- a) *To inform*, yaitu memberikan pemahaman dan pengertian terhadap khalayak untuk menciptakan komunikasi yang baik.
- b) *To Convise*, yaitu meyakinkan dan menginsyafkan pada khalayak.
- c) *To Inspire*, yaitu menciptakan inspirasi yang menarik serta penyampaian pesan dengan baik dan bijaksana.
- d) *To Intertain*, yaitu dengan cara menggembirakan, menghibur, menyenangkan dan memuaskan para audien.

²⁰ Rajiyem, "Sejarah Dan Perkembangan Retorika," *Jurnal Humaniora* Vol. 17, No. 2, 2005, 148.

²¹ Abidin, *Pengantar Retorika* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 58.

e) *To Ectuaute*, yaitu mengarahkan dan memberikan ide baru untuk menetralisir dan melaksanakan ide tersebut yang telah disampaikan oleh komunikator kepada komunikan²²

2) Fungsi Retorika

Menurut Raudhonah dalam bukunya, fungsi Retorika hampir sama dengan fungsi komunikasi itu sendiri, yaitu sebagai berikut :

- a) Mass Information, memberikan dan menerima informasi kepada khalayak. Hal ini bisa dilakukan oleh setiap orang dengan pengetahuan yang dimiliki. Tanpa adanya komunikasi maka informasi tidak akan dapat disampaikan dan diterima.
- b) Mass Education, memberikan pendidikan. Fungsi ini biasanya dilakukan oleh guru kepada murid untuk meningkatkan pengetahuan atau oleh siapa saja yang memiliki keinginan untuk memberikan pendidikan.
- c) Mass Persuassion, untuk mempengaruhi. Hal ini bisa dilakukan oleh setiap orang atau suatu lembaga yang memberikan dukungan dan bisa digunakan oleh orang mempunyai bisnis, dengan mempengaruhi iklan yang dibuat.

²² Leiza Sixmansyah, “Retorika Dakwah KH. Muhammad Syarif Hidayat” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014), 18.

- d) Mass Entertainment, untuk menghibur. Seperti halnya radio, televisi, dan media sosial.²³
- d. Gaya Retorika Dakwah

- 1) Gaya Bahasa

Pengertian gaya bahasa dalam retorika lebih dikenal dengan istilah *style*, saat ini kata *style* mengacu pada keahlian seseorang dalam menggunakan atau menulis kata-kata indah, atau penuh dengan estetika. Gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan atau mempengaruhi pembaca atau penyimak, jadi gaya bahasa dapat dikatakan cara yang digunakan oleh penulis untuk mengungkapkan pikiran dan perasaannya secara khas dengan memanfaatkan bahasa. Gaya bahasa merupakan gaya yang menekankan terhadap keindahan kata atau kalimat, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dan dimengerti oleh khalayak. Menurut Gorys Keraf jenis bahasa adalah sebagai berikut:

- a) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata dalam bahasa standar (bahasa baku) dapat dibedakan menjadi tiga antara lain: gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi dan gaya bahasa percakapan.

²³ Raudhonah, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007).

(1) Gaya Bahasa Resmi. Gaya bahasa resmi adalah gaya yang bentuknya lengkap, menggunakan bahasa baku, menggunakan EYD lengkap serta nada bicara cenderung datar. Biasanya gaya bahasa ini dipergunakan oleh orang-orang yang dapat menggunakan bahasa dengan baik dan terpelihara.

(2) Gaya Bahasa Tak Resmi. Gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar. Biasanya bahasa ini dipergunakan pada acara-acara yang tidak formal. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku pegangan, dan juga artikel.

b) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada. Gaya bahasa berdasarkan Nada didasarkan pada sugesti yang diungkapkan dengan menggunakan kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Seringkali sugesti ini akan lebih nyata jika diikuti dengan sugesti suara dan pembicaraan bila sajian berupa bahasa lisan.

(1) Gaya Sederhana ini biasanya sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan intruksi, perintah pelajaran, dan perkuliahan. Sebab untuk menggunakan bahasa ini dengan efektif, maka seorang penulis harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup.

Oleh karena itu gaya ini sangat cocok digunakan sebagai pembuktian atau untuk mengungkapkan fakta suatu hal.

- (2) Gaya mulia dan bertenaga, sesuai dengan namanya, gaya ini dipenuhi dengan vitalitas dan energi.

Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas pembicara, namun juga dapat menggunakan nada keagungan dan kemuliaan.

- (3) Gaya menengah. Gaya menengah adalah gaya yang bertujuan untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Menggunakan nada yang bersifat lemah lembut, penuh kasih saying, dan juga mengandung humor yang sehat. Gaya ini biasanya akan lebih menarik jika menggunakan lambing-lambang yang dipadu-padankan dengan penyimpangan-penyimpangan yang dapat menarik hati.

2) Gaya Suara

Gaya suara adalah faktor yang paling penting dalam berceramah, karena ketika seorang da'i menyampaikan materinya di depan umum merupakan komunikasi verbal dengan media lisan. Pengaturan suara pada saat berceramah juga akan menjadi tolak ukur yang utama agar suara yang

dihasilkan dapat didengar dengan jelas dan indah, serta menghasilkan komunikasi yang efektif dan dengan hal ini maka akan menarik perhatian audiens dakwah. Ekspresi suara seorang penceramah dapat mempengaruhi kepercayaan orang lain kepada kita. Karena suara yang baik akan menciptakan hubungan komunikasi yang baik.

Seorang pendakwah tidak dianjurkan untuk berkata kasar ketika menyampaikan materi dakwahnya, dengan demikian cara berdakwah dengan perkataan yang lemah lembut dan pesan dakwah yang menarik untuk didengar, sehingga dapat terwujudlah Islam sebagai Agama Rahmatan Lil Alamin.

Seorang pendakwah harus memperhatikan nada suara tinggi, rendah atau sedang yang sesuai dengan isi pesan yang akan disampaikan dan memberi jeda setiap kalimat yang disampaikan, agar sebagai audiens mudah untuk memahami isi materi dakwah.²⁴

3) Gaya Gerak Tubuh

Gaya gerak tubuh disebut dengan gestur, ini sering digunakan para pendakwah, mencakup tiga hal diantaranya yaitu : untuk menyampaikan makna, menarik perhatian audiens, dan menumbuhkan rasa percaya diri dan semangat yang tinggi dalam berdakwah. Saat menyampaikan pesan

²⁴ Septi Nandiaستuti, “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube” (Skripsi Sarjana Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, 2020), 86.

dakwah harus menggunakan gesture yang baik agar tidak terkesan membosankan sehingga para audiens dapat mendengarkan isis pesan dakwah dengan rasa gembira.

Menurut Nelson ada beberapa aspek gerak tubuh ketika menyampaikan pesan dakwah yaitu : *pertama*, sikap tubuh yaitu posisi berdiri atau duduknya seorang pendakwah menentukan berhasil atau tidaknya ketika berbicara di depan audiens. *Kedua*, penampilan berpakaian, yaitu seorang penceramah harus memperhatikan hal tersebut, karena akan menjadi sorotan utama para audiens, dengan berpakaian yang rapi dan sopan akan menambah kewibawaan seorang pendakwah dan menjadikan percaya diri berbicara di depan audiens. *Ketiga*, yaitu ekspresi wajah dengan gerakan tangan, hal ini sangat penting yang biasa sering digunakan seorang pendakwah ketika menyampaikan isi materi dakwahnya dengan ekspresi wajah senyum, tertawa, sedih, mimic wajah yang unik serta gerakan alis naik turun untuk menunjukkan pada keraguan, keterkejutan dengan tujuan untuk mengungkapkan maksud penceramah kepada audiens. *Keempat*, yaitu pandangan mata, sebagai pendakwah arah mata harus tertuju pada audiens, dengan gaya pandangan mata yang baik maka

dapat menarik perhatian lebih para audiens. Karena setiap orang itu bisa dinilai dari pandangan matanya.²⁵

e. Unsur-unsur Retorika

Dalam proses keberlangsungan retorika terdapat unsur-unsur sebagai berikut :

1) Komunikator

Komunikator merupakan seseorang yang menyampaikan pesan kepada komunikan. Komunikator dalam pidato dianggap sebagai pusat komunikasi.

2) Pendengar (audien atau komunikan)

Pendengar merupakan sekelompok atau seseorang yang menerima pesan dari komunikator pada saat berpidato.

3) Suara

Suara yang dimaksud disini adalah suara yang muncul di sekitar proses berlangsungnya retorika. Suara yang muncul tersebut dapat mengganggu proses penyampaian pesan. Suara yang mengganggu tersebut juga dapat dikatakan sebagai gangguan bunyi (*noise band*).

4) Pesan dan Saluran

Pesan yang disampaikan mengandung makna yang dibangun oleh adanya isi (*content*) dan lambing (*symbol*). Isi (*content*) merupakan buah pikiran yang akan disampaikan

²⁵ Mochammad Syahrul Gunawan, “Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Masjid Sirotol Mustaqin Ansan Korea Selatan Dalam Youtube” (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah IAIN Salatiga, 2020), 50-51.

kepada pendengar dan lambang (*symbol*) merupakan bahasa yang indah dalam bentuk untaian kata. Saluran yang dimaksud adalah medium yang meneruskan penyampaian pesan kepada pendengar.

5) Akibat

Akibat yang dimaksud adalah berhasil atau tidaknya seorang komunikator dalam menyampaikan pesan. Kredibilitas (kualitas) penyampaian dalam pidato akan mempengaruhi pendengar dalam memahami pidato.

6) Konteks

Dalam hal ini, antara pembicara dan pendengar harus mempengaruhi beberapa konteks yang meliputi dimensi lingkungan sosial fisik dan psikis. Konteks akan menimbulkan pengaruh yang berarti dalam berlangsungnya pidato oleh karena itu konteks perlu diatur serta di analisis dalam setiap

situasi retorika.²⁶

f. Dasar Retorika Persuasif

Menurut Aristoteles ada 3 unsur dasar persuasif, agar menyakinkan audien tersebut kepada pembicara :

²⁶ Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 80-81.

1) Ethos (Kredibilitas)

Eugene Ryan menyatakan bahwa ethos adalah istilah umum yang mengacu pada pengaruh mutual antara pembicara dan pendengar satu sama lain. Ryan menyatakan Aristoteles percaya bahwa pembicara dapat dipengaruhi audien sama besarnya dengan audien dapat dipengaruhi oleh pembicara. Audien menyukai gagasan yang dikemukakan pembicara yang dipandang objektif. Pembicara dapat membangun citra objektif dengan melalui persiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan.²⁷

Salah satu komponen kredibilitas adalah komponen otoritas. Otoritas merupakan memiliki keahlian yang diakui. Otoritas dibentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman. Bila pembicara sangat mudah membahas tema yang sesuai dengan riwayat hidup pembicara, maka pembicara tersebut memiliki otoritas.

Kredibilitas pembicara yang dapat mempersuasi audien sehingga mereka peduli dan percaya kepada

²⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994).

pembicara. Ethos merupakan metode yang paling efektif untuk membentuk karakter pembicara sebagai *persuader* yang diharapkan mampu membangkitkan sikap kritis audien agar mereka percaya terhadap berbagai argument yang dia ucapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa Ethos adalah pandangan mengenai karakter, orang yang terpelajar dan niat baik seorang pembicara.

2) Pathos (Emosi)

Dalam buku Aristoteles tentang filsafat manusia (Nicomachean ethics, eudemian ethics, dan De Anima),

Pathos artinya perasaan atau emosi jiwa. Dibuku Retorics, Aristoteles membahas pathos sebagai persuasi pada emosi pendengar, artinya seorang komunikator harus bisa mempengaruhi emosi komunikan.²⁸

Mengacu pada emosi yang dilibatkan dari para pendengar, bahan yang menyentuh atau menggerakkan adalah bahan-bahan yang mempunyai pengaruh psikologis. Dengan demikian emosi dapat dibuat, ditimbulkan dan dipergunakan. Sedangkan Aristoteles berargumentasi bahwa pendengar menjadi alat bukti ketika emosi dipermainkan terhadap mereka, pendengar

²⁸ Ibid, 25.

menilai secara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh perasaan senang, sakit, rasa benci atau takut.

Emosi pembangkit dan peredamnya, yang dimaksud Aristoteles dengan emosi sendiri adalah “*Semua perasaan yang dapat mengubah keputusan orang dan terkadang terasa menyakitkan kadang menyenangkan*”.²⁹ Jadi Pathos disini diartikan sebagai bukti emosional yaitu emosi yang didapatkan dari anggota audiens.

3) Logos (Logis)

Logos merupakan unsur retorika yang terakhir dalam seseorang menjadi pembicara hebat adalah mampu menyiapkan semua materi dan ide yang bagus dan juga logis. Logos juga berarti kata atau pikiran.

Dalam kaitannya bahasa retorika, logos adalah format pesan yang dibuat dan disampaikan oleh pembicara untuk membujuk audien.³⁰

2. Ruang Lingkup Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa Arab yakni (*da'a-yad'u-da'watan*) artinya mengajak memanggil, menyeru, menjamu,

²⁹ Aristoteles, *Retorika Seni Berbicara*, (Yogyakarta: Basabasi, 2018), 45.

³⁰ Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta:Rajawali press, 2015) , 43.

mendoa atau memohon.³¹ Sedangkan dakwah secara terminology ialah mengajak individu atau kelompok masyarakat kepada kebaikan dan mencegah pada kemungkaran.³²

Pengertian dakwah menurut istilah ada beberapa pendapat yaitu³³ :

- a) K.H. M. Isa Anshari, dakwah adalah menyampaikan seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia, agar menerima dan mempercayai keyakinan dan hidup Islam.
- b) M. Natsir, membedakan pengertian antara dakwah dan risalah. Risalah dipikulkan kepada Rosulullah Muhammad SAW untuk menyampaikan wahyu yang telah diterimanya kepada seluruh umat manusia. Sedangkan dakwah adalah tugas para mubaligh, yaitu mempertemukan fitrah manusia dengan wahyu Ilahi.
- c) Ki M.A. Mahfoeld, dakwah merupakan panggilan yang tujuannya untuk membangkitkan keinsyafan seseorang agar kembali ke jalan Allah SWT yang sifatnya adalah ekspansif, memperbesar jumlah orang yang berada di jalan Allah SWT.

³¹ Ropangi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Malang: Madani, 2016), 6.

³² M. Rasyid Ridho, Afif Rifai dan Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017), 14.

³³ Hasanuddin, *Hukum Dakwah: Tinjauan Aspek Hukum Dalam Berdakwah Di Indonesia* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya,), 3.

- d) A. Hasjmy, dakwah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.

Pengertian dakwah dibedakan dengan beberapa kata yang bersaudara yaitu *ta'lim*, *tadzkir*, dan *tashwir*. *Ta'lim* artinya mengajar, dan tujuannya untuk menambah pengetahuan yang diajar. *Tadzkir* artinya mengingatkan, yang tujuannya untuk memperbaiki kelupaan orang kepada sesuatu yang harus selalu diingat. Sedangkan *tashwir* artinya melukiskan sesuatu pada alam pikiran orang, yang tujuannya untuk membangkitkan pengertian akan sesuatu yang digambarkan.

Dakwah menurut Quraish Shihab adalah ajakan untuk mengubah situasi menjadi lebih baik, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam perbuatan baik dan pandangan hidup saja, tetapi menuju sasaran lebih luas sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.³⁴

b. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah pada umumnya ada lima komponen yaitu :

- 1) *Da'i* (pelaku dakwah), *da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun

³⁴ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 9.

perbuatan yang dilakukan secara individu ataupun kelompok.

- 2) *Mad'u* (objek dakwah), *mad'u* adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik itu sebagai individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.
- 3) *Maddah* (materi dakwah), *maddah* adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada *mad'u*.
- 4) *Wasilah* (media dakwah), *wasilah* adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*.
- 5) *Thariqoh* (metode dakwah), *thariqoh* adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah.³⁵

Retorika dakwah merupakan seni berbicara untuk memengaruhi kepada orang lain melalui pesan yang disampaikan. Retorika dakwah ini berkaitan dengan dengan ilmu komunikasi dengan tujuan untuk menyampaikan pesan dengan hanya seni berbicara yang baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima.³⁶

³⁵ Tata Sukayat, *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah* (Bandung: PT. Remaja Rodakarya Offset, 2015), 23.

³⁶ Amelia Setiawati, "Retorika Dakwah Ustadz Asep Kholis Nur Jamil Dalam Penyampaian Pesan Dakwah Pada Majelis Al-Krim Rsyid Lampung" (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), 21.

Retorika dakwah adalah seni menyampaikan ajaran Islam secara lisan melalui ceramah di media sosial maupun secara langsung, yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam secara luas dan untuk mengajak orang lain kepada kebaikan.³⁷ Dengan perkembangannya, retorika dakwah yang artinya ilmu bicara, namun disebut juga sebagai seni berbicara di depan audiens untuk meneciptakan kesan sesuai yang diinginkan. Dengan hal ini tradisi retorika dakwah yaitu memberikan perhatian khusus terhadap aspek pembuatan pesan ataupun symbol. Prinsip utama retorika dakwah adalah bagaimana cara menggunakan symbol yang tepat dan baik untuk menyampaikan suatu pesan agar bisa diterima dengan baik oleh audiens.³⁸

Retorika dakwah berkembang berjalan seiring perkembangan dakwah Islam. Aktifitas dakwah sendiri sudah ada sejak adanya Islam, karena memang Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang memberikan nasihat untuk membenarkan dan mengimani apa yang difirmankan Allah SWT serta membenarkan dan melaksanakan perintahnya.³⁹

3. Dakwah Melalui Channel YouTube

Youtube menyediakan mekanisme interaksi sosial untuk menilai pendapat pengguna dan pandangan tentang video dengan cara voting,

³⁷ Alvino, “Retorika Dakwah KH. Syukron Dzajilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya.”

³⁸ Kholid Noviyanto, Sahroni A. Jaswadi “Gaya Retorika Da'i Dan Perilaku Memilih Penceramah,” *Jurnal Komunikasi Islam*, UIN Sunan Ampel Surabaya, Vol. 04, N (2014), 21.

³⁹ Abdullah, “Retorika Dan Dakwah Islam,” *Jurnal Dakwah* : Vol 10, No.1 (2009): 107.

rating, favorit, berbagi dan komentar. Informasi ini berguna dalam mempelajari perilaku pengguna dan masyarakat. Kemampuan untuk mengekstrak pendapat dari baris-baris teks yang ada pada youtube dapat menjadi sangat berguna, dan ini adalah area studi yang banyak dikaji.⁴⁰

Ada dua segmen masyarakat yang memilih belajar agama lewat internet, *pertama* masyarakat yang cenderung haus akan pengetahuan keagamaan (masyarakat abangan). Menurutnya menonton lewat youtube merupakan jalan untuk memperoleh pengetahuan agama. Tanpa harus mengikuti kajian rutin di masjid. *Kedua* masyarakat yang memilih tontonannya adalah tayangan dakwah, sehingga ia lebih terdidik dibanding harus melihat tayangan *unfaedad* (masyarakat santri). Menurutnya youtube merupakan salah satu media untuk mendapatkan nasihat maupun siraman rohani dari para da'i pilihan. Apabila ingin menjadi muslim yang kaffah maka tontonannya juga harus yang Islami.⁴¹

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berangkat dari analisis permasalahan yang disebutkan diatas, maka penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif, di mana penelitian

⁴⁰ Wirga, E. W. "Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik," Jurnal Ilmiah dan Informatika Komputer Vol. 1 No. (2016), 15.

⁴¹ Muhammad Zamroni, "Potret Dakwah Kontroversial Tayangan Televisi," Yogyakarta: APLIKASIA ; Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama Vol 16. No (2016): 36.

ini menggambarkan bentuk retorika dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui media sosial youtube.

Bogda dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang dihasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.⁴² Penelitian kualitatif juga lebih ditujukan untuk mengungkapkan makna dari pandangan subjek yang diteliti untuk mendapatkan pemahaman tentang fenomena yang diteliti secara luas, menyeluruh, dan mendalam.

2. Pendekatan Penelitian

Pada pendekatan penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Yaitu metode yang memiliki beberapa langkah penerapan diantaranya yang pertama gagasan primer, penulis memberikan penafsiran terhadap gagasan. Bagdan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data dan perilaku yang dapat diamati. Secara deskriptif, data yang dikumpulkan dapat berupa kata-kata atau gambar yang mendukung dan bukan berupa angka-angka.⁴³ Metode ini fungsinya adalah menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang keabsahannya terjamin, karena kegiatan analisis ditujukan untuk mengetahui makna,

⁴² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001), 3.

⁴³ Ibid, 6.

kedudukan, dan hubungan antara berbagai konsep, untuk selanjutnya mengetahui manfaat, hasil atau dampak dari hal-hal tersebut.⁴⁴

3. Sumber Data

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

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data asli yang didapat dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber utama. Sumber data primer berfungsi untuk memperkuat atau menjelaskan data-data sekunder yang didapatkan, khususnya yang berkaitan dengan interpretasi (penafsiran).⁴⁵ Pada penelitian ini data primer yang digunakan peneliti adalah video dari dakwah media sosial Youtube, yang menampilkan Habib Husein Ja'far ketika sedang berdakwah kepada umat non muslim. Video yang dipilih pada penelitian ini dilihat dari viewers minimal 1 juta penayangan, 1000 like, dan 1000 komen, dalam periode tahun 2022. Konten tersebut adalah konten diskusi dakwah Habib Husein Ja'far bersama non muslim yaitu beragama Protestan Kristen, Katolik.

⁴⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet. VI (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 81-82.

⁴⁵ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Solo: CV. Ramadhani, 1991), 67.

Tabel 1.1 Video Dakwah Habib Husein Ja'far Periode Januari-September 2022

NO.	Edisi	Tema	Viewers
1.	19-Januari-2022	Habib Husein Ja'far, Habib Pemersatu Bangsa	4,6 Juta
2.	21-januari-2022	Habib Ja'far "Kenapa Persaingan Agama Jadi Ejekan?"	1,1 Juta
3.	25-Mei-2022	Deep talk with Boy William, Dari mana kita mengenal Tuhan dan Agama	1,9 juta
4.	5-Juni-2022	Boris Belajar Islam, Tak Takut Mualaf ?	4 Juta
5.	23-September- 2022	Selalu Gak Pernah Meleset Opini Habib Ja'far	2,5 Juta
6.	26-September- 2022	Habib Ja'far Udah Fix Siapkan Username Untuk Onad & Boris	4,1 Juta
7.	30-september- 2022	Hidden Camera With Onad	1,9 juta

b. Sumber Data Sekunder

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

yang berkaitan dengan objek penelitian yang dapat menunjang kelengkapan data dan sebagai sumber informasi tambahan bagi peneliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data Merupakan Langkah yang paling Strategis dalam penelitian, Karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Dalam Penelitian Kualitatif, Pengumpulan data dilakukan pada Kondisi alamiah, Sumber Data Premier, dan observasi, wawancara dan Dokumentasi.

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung, detail, dan mendalam terhadap objek penelitian. Dengan melakukan observasi berarti peneliti harus mencatat secara sistematis permasalahan yang akan diteliti. Teknik observasi dilakukan guna mendapatkan gambaran *real* suatu peristiwa atau kejadian. Di dalam observasi peneliti dapat melihat aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, ataupun kondisi organisasi dan perasaan emosional seseorang. Tujuan dilakukannya observasi ialah untuk mengamati tingkah laku manusia sebagai subjek yang diteliti, menyajikan gambaran kehidupan sosial, dan mengeksplorasi peristiwa.⁴⁶ Dalam hal ini peneliti menganalisis bagaimana retorika

⁴⁶ Surahman, Mochamad Rachmat, dan Sudibyo Supardi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), 153.

dakwah yang dilakukan oleh Habib Husein Ja'far dalam toleransi beragama melalui Youtube.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pencarian data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya.⁴⁷ Teknik dokumentasi yang akan dilakukan peneliti dalam rangka mencari data sesuai dengan kajian penelitian, yakni peneliti akan mengumpulkan buku-buku, artikel jurnal, berita, maupun video yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian. Teknik ini bermaksud untuk menganalisa data-data yang bersangkutan secara langsung maupun tidak dengan pembahasan penelitian, memilih-milih dokumentasi sesuai dengan tujuan penelitian, menerangkan dan mencatat serta menafsirkan dan menghubungkan hubungannya dengan fenomena lain.⁴⁸ Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi didapatkan dengan cara menonton video youtube Habib Husein Ja'far yang menjadi objek penelitian, untuk kemudian berbentuk potongan gambar video atau *screen capture* dan dikumpulkan sebagai bukti dokumentasi.

5. Teknik Analisis Data

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

⁴⁷ Diroyatun Nafi'ah, "Retorika Dakwah Habib Ja'far Shodiq Al-Musawwa Dalam Program Acara Kajian Petang Radio Dais 107.9 FM Semarang" (Semarang : UIN Walisongo Semarang, 2018), 14.

⁴⁸ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Ofifset, 2004), 77.

satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁴⁹ Menurut sumber lain, analisis data adalah menganalisis proses berlangsungnya suatu fenomena dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses tersebut. Bisa juga untuk menganalisis masa yang ada dibalik informasi, data atau proses fenomena sosial.⁵⁰

Penelitian ini menganalisis *digital rhetoric* yang dilakukan oleh Habib Husein Ja'far dalam kegiatan dakwahnya yang diunggah di akun media sosial Youtube. Wilson dan Eberly menjelaskan *digital rhetoric* didefinisikan sebagai bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan dalam format yang berbeda, misalnya teks, gambar isyarat non-verbal dan suara yang disajikan secara bersamaan melalui media.

Dalam penelitian ini hanya fokus pada retorika dakwah dalam *digital rhetoric* dalam video yang diunggah pada akun media Youtub. kemudian potongan video yang menampilkan gambar, teks, isyarat non-verbal, dan suara dalam video dakwah Habib Husein Ja'far tersebut akan dianalisis menggunakan elemen dari retorika yaitu *ethos*, *pathos* dan *logos*. Dalam penelitian ini, peneliti akan mencoba menerapkan elemen tersebut pada video dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui youtube. Setelah data yang diperlukan telah mencukupi, model analisis retorika dari Aristoteles akan peneliti

⁴⁹ Salim, dan Syahrum, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 144.

⁵⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial* (Jakarta, 2007), 161.

gunakan untuk membaca dan memaknai data. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah elemen retorika dapat diterapkan dengan baik dalam dakwah yang dilakukan Habib Husein Ja'far kepada umat non muslim.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka ditemukan jawaban sesuai rumusan, yaitu bagaimana retorika dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui YouTube. Dapat diambil kesimpulan :

1. Retorika dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui YouTube memiliki tiga aspek menurut retorika Gorys Keraf, yaitu :
 - a. Gaya bahasa
 - (1) Gaya bahasa yang digunakan oleh Habib Husein Ja'far yaitu gaya bahasa tak resmi, gaya bahasa percakapan.
 - (2) Gaya bahasa berdasarkan nada, Habib Husein Ja'far menggunakan gaya bahasa sederhana, gaya bahasa mulia bertenaga, dan gaya menengah.
 - b. Gaya suara yang digunakan Habib Husein Ja'far saat berdakwah kepada non muslim melalui YouTube sangat diperhatikan, meskipun menggunakan bahasa Indonesia namun pembawaannya adalah bahasa yang santai serta gaul. Habib Husein Ja'far memperhatikan penggunaan *jeda*, *rate* dan *rhytem*. Habib Husein Ja'far mampu mengatur tinggi rendahnya suara, keras dan lembutnya, serta memberikan penekanan dan nada tinggi, kemudian memberikan jeda yang tepat pada setiap katanya, agar sesuai dan enak untuk didengarkan sehingga pesan dapat diterima

dengan baik. Aspek pendukung retorika dakwah yaitu aspek bicara atau penggunaan bahasa dan suara, ekspresi wajah, pandangan mata, gerak tangan, dan penampilannya, gerakan kaki yang diam di tempat.

- c. Gerak tubuh yang digunakan Habib Husein Ja'far banyak dan mendukung. Beliau memakai pakaian yang santai, tidak seperti biasanya seorang "habib" yang memakai jubbah. Habib husein Ja'far memakai kemeja, jaket jenais, celana jeans, kaos, blazer, dan terkadang memakai peci. Walaupun demikian, namun tetap terlihat sopan dan tetap berwibawa. Posisi badan di sebelah lawan bicaranya, karena posisi duduk bersebelahan di kursi, beliau sering menggerakkan tangan, mengekspresikan wajahnya saat menyampaikan pesan, serta pandangan matanya yang menguasai, lebih sering menatap lawan bicaranya dan sesekali melihat kamera untuk menyapa jamaah onlinenya.

2. Penerapan *ethos*, *pathos*, *logos* pada dakwah habib Husein Ja'far kepada non muslim melalui YouTube, yaitu :

- a. *Ethos* pada dakwah Habib husein ja'far. Dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim ini, beliau sudah dapat membangun *ethos*-nya sebagai seorang ulama atau tokoh masyarakat muslim yang terpercaya, berwibawa, dan memiliki pengalaman cukup banyak. Selain itu, beliau juga sangat mengedepankan atau mementingkan etika dan moralitas Islam dalam setiap ucapan dan

tindakannya. Penerapan ethos dakwah Habib Husein Ja'far kepada non muslim dapat membangun dan mempertahankan reputasi sebagai seorang ulama atau habib yang terpercaya, menggunakan argument-argumen yang kuat dan rasional, serta beliau dapat membangkitkan empati dan kepedulian audiens terhadap sesama manusia dalam konteks dakwah.

- b. *Pathos* dakwah Habib Husein Ja'far. Kemampuan pembicara untuk membangkitkan emosi dan perasaan lawan bicaranya agar dapat memberi pengaruh yang lebih besar. Dalam dakwahnya Habib Husein Ja'far sering kali membangkitkan empati dan kepedulian audiens terhadap sesama manusia dalam konteks keutamaan dakwah. Dalam hal ini, Habib Husein Ja'far juga menggugah semangat dan empati lawan bicaranya terhadap sikap saling menolong dan toleransi beragama
- c. *Logos* dakwah Habib Husein Ja'far. Dalam dakwahnya, Habib Husein Ja'far menggunakan argument yang didasarkan pada ajaran Islam dan kebenaran yang universal untuk menyajikan kebenaran Islam dan mengajak non muslim untuk memahaminya. Dalam konteks dakwah kepada non muslim, Habib Husein Ja'far telah berhasil mengaplikasikan logos dakwah melalui berbagai penjelasan yang didasari oleh fakta. Dalam dakwahnya beliau menyampaikan argument-argumen yang kuat berdasarkan dalil Al-Qur'an dan Hadist yang dapat dibuktikan kebenarannya.

B. SARAN

Sebagai seorang pendakwah sangat di perlukan untuk belajar dan dapat menguasai retorika, ada kelebihan dan kekurangan dari Dakwah yang dilakukan Habib husein Ja'far kepada non muslim, salah satu kekurangannya yaitu sering menyelipkan humor atau candaan tentang agama, ditakutkan hal tersebut menimpulkan rasa sakit hati atau menyinggung lawan bicara. Peneliti mengharapkan adanya penelitian baru yang berkaitan dengan retorika dakwah, agar dapat lebih berkembang lagi dari ilmu retorika.



DAFTAR PUSTAKA

- AB, Syamsuddin. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Abdullah. "Retorika Dan Dakwah Islam." *Jurnal Dakwah* Volume X N (2009): 107.
- Abidin. *Pengantar Retorika*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Alvino, Ach Tofan. "Retorika Dakwah KH. Syukron Dzajilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya." *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 14 No (2021): 15.
- Aristoteles. *Retorika Seni Berbicara*. Yogyakarta: Basabasi, 2018.
- Azmil, Feronika. "Sejarah Singkat YouTube, Situs Video Sharing Terbesar." *Merdeka.Com*. Last modified 2013. Accessed October 27, 2022. <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html>.
- Azwar, Saifuddin. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Ofifset, 2004.
- Bambang S. Maarif. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2010.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial*. Jakarta, 2007.
- Dewi, Fitriana Utami. *Public Speaking*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Gunawan, Mochammad Syahrul. "Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Masjid Sirotol Mustaqin Ansan Korea Selatan Dalam Youtube." Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah IAIN Salatiga, 2020.
- Hasanuddin. *Hukum Dakwah: Tinjauan Aspek Hukum Dalam Berdakwah Di Indonesia*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, n.d.
- Ishaq, Ropingi el. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: Madani, 2016.
- Keraf, Gorys. *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1996.
- Kholid Noviyanto, Sahroni A. Jaswadi. "Gaya Retorika Da'i Dan Perilaku Memilih Penceramah." *Jurnal Komunikasi Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya* Vol. 04, N (2014): 21.
- Maarif, Zainul. *Retorika Metode Komunikasi Publik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- . *Retorika Metode Komunikasi Publik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.

- Mahmudan., Ali. "Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga Di Dunia Pada 2022." *Dataindonesia.Id*. Last modified 2022. Accessed November 17, 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001.
- Nafi'ah, Diroyatun. "Retorika Dakwah Habib Ja'far Shodiq Al-Musawwa Dalam Program Acara Kajian Petang Radio Dais 107.9 FM Semarang." UIN Walisongo Semarang, 2018.
- Nandiastuti, Septi. "Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube." Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, 2020.
- Oka, IGusti Ngurah. *Retorika*. Malang: Yayasan Asih Asah Usuh, 1990.
- Purwadarminta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Liberty, 1989.
- Rajiyem. "Sejarah Dan Perkembangan Retorika." *Jurnal Humaniora* Vol. 17, N (2005): 148.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994.
- _____. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Raudhonah. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Press, 2007.
- Regi Raisa Rahman, Atjep Mukhlis, and Acep Aripudin. "Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi Di Video Youtube." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Volume 4, (2019): 45.
- Saeful Rokhman, Muslimah. "Retorika Dakwah DR. Zakir Naik Dalam Mendakwahkan Islam Kepada Kaum Nasrani." *Da'wah Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* Volume 4 N (2021): 1.
- Salim, Syahrum. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Samosir, Timoria. "Efektivitas Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa (Studi Di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu)." *Record and Library* Vol. 4 (2018): No. 2.
- Setiawati, Amelia. "Retorika Dakwah Ustadz Asep Kholis Nur Jamil Dalam Penyampaian Pesan Dakwah Pada Majelis Al-Krim Rsyid Lampung." Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019.
- Sixmansyah, Leiza. "Retorika Dakwah KH. Muchammad Syarif Hidayat." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.

- Suisyanto, M. Rasyid Ridho dan Afif Rifai dan. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2017.
- Sukayat, Tata. *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah*. Bandung: PT. Remaja Rodakarya Offset, 2015.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan, Cet. VI*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Surahman, Mochamad Rachmat, dan Sudibyo Supardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016.
- Syam, Nur. *Metodologi Penelitian Dakwah*. Solo: CV. Ramadhani, 1991.
- Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Strategi*. Surabaya: Al-Ihklas, 1983.
- Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, Tias Satrio Adhitama. *Komunikasi Dakwah*. Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara, 2013.
- Wirga, E. W. "Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik." *Jurnal Ilmiah dan Informatika Komputer* Vol. 1 No. (2016).
- Wuwur Hendrikus, Dori. *Retorika,(Trampil Berpidato, Berdiskusi,Berargumentasi, Bernegoisasi)*. Yogyakarta: Kanisius, 1991.
- Zamroni, Muhammad. "Potret Dakwah Kontroversial Tayangan Televisi." *APLIKASIA : Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* Vol 16. No (2016): 36.