



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Retorika Dakwah dr. Aisyah Dahlan dalam Video Youtube

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh
Agestya Dwi Setyasih
NIM. B91217105

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya
2021

PERNYATAAN KEASLIAHAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Agestya Dwi Setyasih

NIM : B91217105

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Retorika Dakwah dr. Aisyah Dahlan dalam Video Youtube* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 14 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Agestya Dwi Setyasih

NIM. B91217105

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Agestya Dwi Setyasih
NIM : B91217105
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Retorika Dakwah dr. Aisyah Dahlan Dalam
Video Youtube

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 09 Januari 2021

Menyetujui
Pembimbing,



Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag.

M.Fil.I

NIP: 196512171997031002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**RETORIKA DAKWAH DR. AISYAH DAHLAN DALAM VIDEO YOUTUBE
SKRIPSI**

Disusun Oleh
Agestya Dwi Setyasih
B91217105

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 14 Januari 2021

Tim Penguji

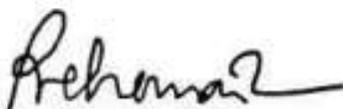
Penguji I



Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag., M. Fil. I

NIP.196512171997031002

Penguji III



Drs. Prihananto, M.Ag

NIP.196812301993031003

Penguji II



Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag

NIP.195706091983031003

Penguji IV



Dr. M. Khil Bachtiar, M.Fil.I

NIP.196912192009011002



Agestya Dwi Setyasih, 14 Januari 2021

Dekan,

Abd. Halim, M.Ag

NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: pepus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Agestya Dwi Setyasih
NIM : B91217105
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : Agestya.ds@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Retorika Dakwah dr. Aisyah Dahlan Dalam Video Youtube

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Januari 2021

Penulis

(Agestya Dwi Setyasih)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Agesty Dwi Setyasih, NIM B91217105, 2021.
Retorika Dakwah dr. Aisyah dalam Video Youtube.

Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana gaya bahasa dr. Aisyah Dahlan dalam video youtube: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan? (2) Bagaimana gaya suara dr. Aisyah Dahlan dalam video youtube: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan? (3) Bagaimana gaya gerak dr. Aisyah Dahlan dalam video youtube: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan?.

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memperoleh data. Selanjutnya, peneliti melakukan kegiatan observasi dengan mengamati video kajian dr. Aisyah di youtube dan dokumentasi berupa profil dr. Aisyah dan video dakwah dari youtube. Kemudian data tersebut di analisis menggunakan analisis model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini adalah (1) gaya bahasa dr. Aisyah lebih sering menggunakan gaya bahasa percakapan, gaya menengah dan struktur kalimat klimaks sehingga membuat mad'u tertarik mendengar kajiannya. (2) Gaya suara dr. Aisyah dalam dakwahnya memainkan *pitch*, *rate* dan *rythim*, *pause* atau jeda yang membuat mad'u mampu mencerna perkataannya. (3) Gaya gerak tubuh dr. Aisyah begitu kompleks di antaranya, memainkan pandangan matanya, gerakan tangan, ekspresi serta perpindahan tubuh, sehingga memudahkan mad'u memahami maksud dari ucapannya.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan ada penelitian tentang pesan dakwah dr. Aisyah atau pengaruh dakwah dr. Aisyah terhadap mad'u.

Kata Kunci: Retorika Dakwah, dr. Aisyah, Media Youtube.

ABSTRACT

Agestya Dwi Setyasih, B91217105, 2021. *Da'wah Rhetoric in Youtube Video*.

Problem formulation in this thesis is (1) How is dr. Aisyah Dahlan's language style in youtube video: scientific studies on male and female brains? (2) How dr. Aisyah Dahlan's voice style in youtube video: scientific studies on male and female brains? (3) How does dr. Aisyah Dahlan's movement style in youtube video: scientific studies on male and female brains?.

Researches use descriptive qualitative methods to obtain data. Then the researches made observations by watching the video of dr. Aisyah research in youtube and the documentation in the form of dr. Aisyah profile and propaganda video from youtube. Then the data was analysed using Miles and Huberman model analysis.

The result of this thesis are (1) dr. Aisyah's speech style is more common, secondary style and climax sentence structure so that mad'u is interested in hearing his voice. (2) dr. Aisyah's voice style in her da'wah use *pitch*, rate & rhythm, and pause that makes mad'u able to digest her words. (3) Dr. Aisyah's movement style so complex, some of them, her looks, her hands, her expression, and her movements, made it easier for mad'u to understand what she's saying.

For the next research are expected that studies of the da'wah message dr. Aisyah or the grounds of dr. Aisyah affect mad'u.

Keywords: Da'wah Rhetoric, dr. Aisyah, Youtube Media.

مُلَخَّصُ البَحْثِ

أجيتشى دوي ستياسه، رَقْمُ التَّسْجِيلِ 91217105ب، 2020.

بِإِلْعَاقِ الدَّعْوَةِ دُكْتُورِ عَائِشَةَ فِي فِيدِيُو يُوثِيُوبِ.

أَمَّا أَسْئَلَةُ البَحْثِ فِي هَذَا البَحْثِ هِيَ: (1) كَيْفَ أُسْلُوبُ اللُّغَةِ دُكْتُورِ عَائِشَةَ ذَهَلَانَ فِي فِيدِيُو يُوثِيُوبِ: الدِّرَاسَةُ العِلْمِيَّةُ عَنِ اخْتِلَافِ الدِّمَاغِ بَيْنَ الذَّكْرِ وَالْأُنْثَى؟ (2) كَيْفَ أُسْلُوبُ الأَصْوَاتِ دُكْتُورِ عَائِشَةَ ذَهَلَانَ فِي فِيدِيُو يُوثِيُوبِ: الدِّرَاسَةُ العِلْمِيَّةُ عَنِ اخْتِلَافِ الدِّمَاغِ بَيْنَ الذَّكْرِ وَالْأُنْثَى؟ (3) كَيْفَ أُسْلُوبُ السُّلُوكِ دُكْتُورِ عَائِشَةَ ذَهَلَانَ فِي فِيدِيُو يُوثِيُوبِ: الدِّرَاسَةُ العِلْمِيَّةُ عَنِ اخْتِلَافِ الدِّمَاغِ بَيْنَ الذَّكْرِ وَالْأُنْثَى؟

والمُدْخَلُ الَّذِي اسْتَعْدَمَتِ البَاحِثَةُ هُوَ المَنْهَجُ الكَيْفِي الوُصْفِي. وَجَمَعَتْ فِي البَيِّنَاتِ بِمِلاَحَظَةِ فِيدِيُو عَنِ الدِّرَاسَةِ العِلْمِيَّةِ لِلدُّكْتُورِ عَائِشَةَ ذَهَلَانَ مِنْ يُوثِيُوبِ وَالتَّوَثِيقِ عَلَى سِيرَةِ الدُّكْتُورِ عَائِشَةَ وَفِيدِيُوهَا مِنْ يُوثِيُوبِ. ثُمَّ حُلِّلَ البَيِّنَاتِ بِاسْتِخْدَامِ التَّحْلِيلِ Miles وَ Huberman .

نَتَائِجُ هَذَا البَحْثِ هِيَ: (1) تَسْتَعْدِمُ دُكْتُورُ عَائِشَةَ فِي أُسْلُوبِ اللُّغَةِ المَحَادَثَةِ وَأُسْلُوبِ المِتْوَسِّطَةِ وَبُنْيَةِ الجُمْلَةِ القِمَّةِ عَالِيًا، حَتَّى تَجْعَلَ السَّامِعِينَ أَنْ يَهْتَمُّونَ لَيْسَمَعُونَ دِرَاسَتَهَا. (2) تَسْتَعْدِمُ دُكْتُورُ عَائِشَةَ فِي أُسْلُوبِ الأَصْوَاتِ فِي دِرَاسَتِهَا بِنَعْمَةٍ وَمُعَدَّلٍ وَإِبْقَاعٍ وَوَقْفَةٍ وَتَقْفِيَّةٍ، حَتَّى تَجْعَلَ السَّامِعِينَ أَنْ يُقَدِّرُونَ مَا قَوْلُهَا فِي دِرَاسَتِهَا. (3) إِنَّ أُسْلُوبَ السُّلُوكِ دُكْتُورِ عَائِشَةَ مُعَقَّدَةٌ، فَهِيَ مَاهِرَةٌ أَنْ تَلْعَبَ عَلَى عَيْنَيْهَا وَحَرَكَاتِ يَدَيْهَا وَبَدَنُهَا وَتَعْبِيرَاتِهَا، حَتَّى تَجْعَلَ السَّامِعِينَ أَنْ يَفْهَمُونَ عَنْ مَقَاصِدِهَا فِي دِرَاسَتِهَا.

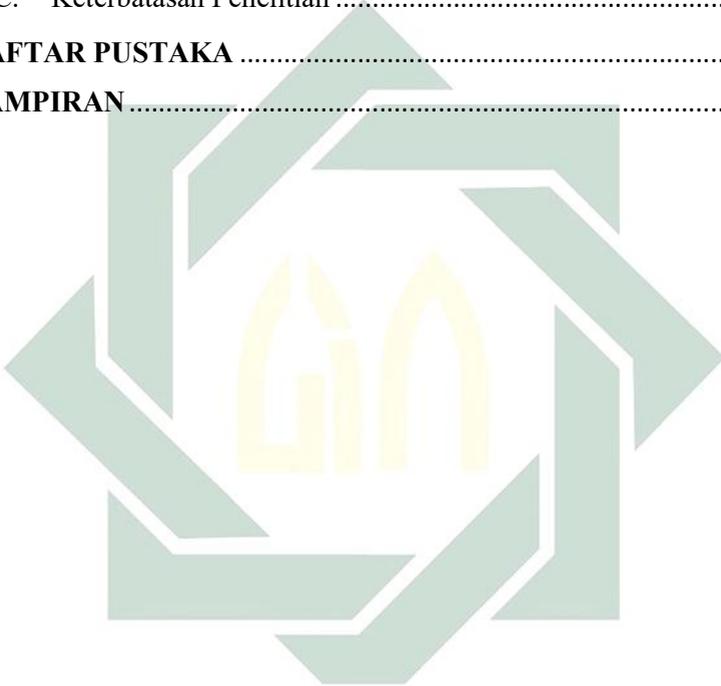
تَأْمَلُ البَاحِثَةُ إِلَى البَاحِثِ القَادِمِ يَسْتَطِيعُ أَنْ يَبْحَثَ عَنِ رِسَالَةِ الدَّعْوَةِ دُكْتُورِ عَائِشَةَ أَوْ تَأْثِيرِ الدَّعْوَةِ دُكْتُورِ عَائِشَةَ لِّلسَّامِعِينَ.

Daftar Isi

JUDUL PENELITIAN	i
PERNYATAAN KEASLIAHAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
Motto dan Persembahan	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Konsep.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II : KAJIAN TEORETIK	16
A. Pengertian Retorika dan Dakwah.....	16
1. Retorika.....	16

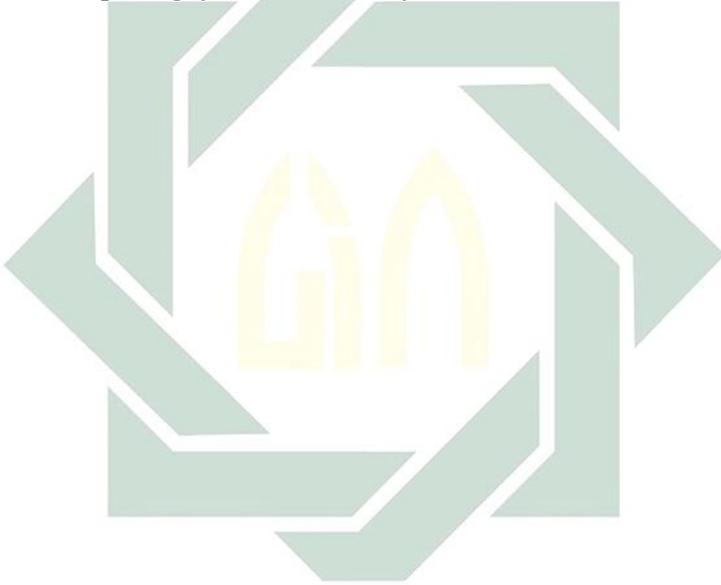
2.	Dakwah.....	18
3.	Retorika Dakwah.....	19
4.	Gaya Retorika Dakwah.....	21
B.	Penelitian Terdahulu.....	35
BAB III :	METODE PENELITIAN	41
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B.	Lokasi Penelitian.....	42
C.	Jenis dan Sumber Data	43
D.	Tahap-tahap Penelitian.....	44
E.	Teknik Pengumpulan Data	45
F.	Teknik Validitas Data.....	45
G.	Teknik Analisis Data	46
BAB IV :	HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	49
A.	Gambaran Umum Subjek Penelitian	49
1.	Profil dr. Aisyah Dahlan.....	49
2.	Gambaran Video Dakwah dr. Aisyah Dahlan di Youtube 50	
B.	Penyajian Data.....	53
1.	Hasil Transkrip Video.....	53
2.	Hasil Observasi Gaya Retorika Dakwah dr. Aisyah dalam Video Youtube.....	65
C.	Analisis Data	66
1.	Gaya Bahasa dr. Aisyah Dahlan.....	66
2.	Gaya Suara dr. Aisyah Dahlan	75

3. Gaya Gerak dr. Aisyah Dahlan.....	81
BAB V : PENUTUP	87
A. Simpulan.....	87
B. Saran.....	88
C. Keterbatasan Penelitian	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94



Daftar Tabel

Tabel	Halaman
2.1 Macam-macam Nada	27
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang Relevan	37
4.1 Beberapa komentar positif yang ada pada video “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki- laki dan Perempuan dr. Aisyah Dahlan”	52
4.2 <i>Pitch</i> pada gaya suara dr. Aisyah	76



Daftar Gambar

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Hubungan Retorika dengan Dakwah	21
Gambar 4.1 Komentar Positif 1	52
Gambar 4.2 Komentar Positif 2	52
Gambar 4.3 Komentar Positif 3	53
Gambar 4.4 Komentar Positif 4	53
Gambar 4.5 Komentar Positif 5	53
Gambar 4.6 Video Kajian dr. Aisyah	66
Gambar 4.7 Kontak Mata dr. Aisyah	81
Gambar 4.8 Ekspresi Wajah dr. Aisyah 1	82
Gambar 4.9 Ekspresi Wajah dr. Aisyah 2	83
Gambar 4.10 Gestur dr. Aisyah	84
Gambar 4.11 Gerak dr. Aisyah	85
Gambar 4.12 Penampilan Fisik	86

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah ialah suatu kegiatan mengajak manusia kepada kebaikan. Pelaku dakwah ialah Allah Swt, para Nabi, Rasul, serta manusia-manusia yang beriman dan juga yang beramal sholeh. Hakekat dakwah pada akhirnya merupakan proses merubah manusia dari suatu keadaan sikap dan perilaku yang tidak baik (*munkar*) menuju sikap dan perilaku yang baik (*ma'ruf*). Ini berkaitan dengan ajaran Rasulullah SAW dalam *hadits shahih* “Dari Abi Sa’id Al-Khudhri RA. Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda “*Man Ro’a Minkum Munkaran falyughoyyirhu biyadihi fail lam yastati’ fabilisaani wail lam yastati’ fabi qolbihi fahuwa adh’aful iiman.*” Artinya “Dari Abi Said al-Khudri RA. Saya mendengar Rasulullah bersabda “apabila diantara kalian ada yang melihat kemungkaran, maka ubahlah dengan tangan kalian (tangan berarti kekuasaan), jika kalian tidak mampu maka rubahlah dengan lisanmu (perkataan/ tutur yang halus), dan jika kalian tidak mampu, maka ingkari (kemungkaran itu) dengan hati, maka yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman” (HR. Muslim).² Berdasarkan hadits tersebut, dakwah dikatakan sebagai tindakan merubah perilaku kedurhakaan terhadap Allah Swt (kemungkaran) dengan 3 cara yakni, dengan kekuasaan, dengan lisan dan juga dengan hati/ perasaan.

Mengambil pendapat dari Nasarudin Latif, dakwah menurutnya ialah setiap kegiatan melalui lisan (perkataan) maupun tulisan (karya) yang memiliki sifat di antaranya: menyeru; mengajak; memanggil manusia lainnya untuk beriman serta taat dan patuh kepada Allah SWT, sesuai dengan ketentuan aqidah (keyakinan),

² Sunarto.AS, *Dakwah Networking*, (Surabaya: Jaudar Press, 2018), h.6

syari'at (hukum-hukum dan juga batasan), dan akhlak (sikap/perilaku) keIslaman. Adapula pendapat dari Toha Yahya Oemar menyebutkan dakwah sebagai aksi mengajak manusia dengan cara yang bijaksana, dari jalan yang kurang benar menuju jalan yang benar dan sesuai dengan firman Allah Swt untuk kemaslahatan serta kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat. Kemudian mengambil pendapat dari Masdar Helmy, dakwah merupakan ajakan dan gerakan mengubah manusia supaya mentaati ajaran Islam yakni taat kepada Allah Swt. Dalam kata lain, untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* supaya dapat menikmati kebahagiaan, di dunia dan juga di akhirat. Pendapat selanjutnya diambil dari Quraish Shihab, seorang ahli tafsir terkenal, ia menyebutkan bahwa dakwah itu seruan atau ajakan kepada keinsafan. Selain itu dakwah juga dikatakan sebagai proses mengubah situasi yang buruk menjadi situasi yang lebih baik serta sempurna, baik yang di dakwahi itu masyarakat maupun pribadi. Munir dan Ilaihi menilai perwujudan dakwah bukan hanya sekedar usaha peningkatan pemahaman masyarakat dalam berpandangan serta bersikap, namun dakwah memiliki sasaran yang lebih luas, terlebih disaat ini, dakwah harus menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam yang bisa menyeluruh kepada segala aspek.³

Dalam sebuah proses dakwah, ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar dakwah tersebut dapat berjalan dengan lancar, mad'u menerima dakwah dengan antusias dan berujung pada pesan dakwah yang dapat tersampaikan ke hati mad'u. salah satu faktor yang harus diperhatikan ialah cara penda'i berkomunikasi.

³ Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Cet-1 (Jakarta: Kencana, 2020) h. 9

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan berdakwah. Komunikasi sendiri diartikan sebagai proses pembagian makna atau ide-ide dari satu orang ke orang lainnya (dilakukan dua orang atau lebih) agar seseorang yang diajak berkomunikasi bisa mendapatkan pengertian tentang pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut.⁴ Adapun komunikasi yang dilakukan oleh seorang da'i ketika berdakwah disebut komunikasi dakwah. Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian dakwah berdasarkan Al-Qur'an dan hadits dengan tujuan tertentu.

Islam merupakan agama yang sempurna, mudah dipelajari, dipahami serta dihayati oleh manusia yang memeluknya. Tentunya pengajaran syariat, akidah, dan akhlak bisa diamalkan secara murni dan konsekuen apabila penceramah atau pendai mampu menyampaikan ajaran Islam dengan komunikasi dakwah yang efektif. Internalisasi ajaran Islam menuju pemikiran dan hati umat manusia untuk berperilaku serta bersikap layaknya muslim sejati dapat dilakukan apabila komunikasi dakwah terjadi secara efektif. Apabila para penda'i atau penceramah mampu memahami dan menguasai cara berkomunikasi yang efektif maka kegiatan berdakwah akan selalu penuh dengan *audience* atau mustami' yang setia mendengarkan dakwah tersebut.⁵ David K. Berlo membahas dalam bukunya bahwa, keefektifan suatu proses komunikasi bisa diukur dari melihat seberapa besar

⁴ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet 1 (Tk: Penerbit Qiara Media, 2019), h.2

⁵ A Markama, "*Komunikasi Dakwah Efektif dalam Perspektif al-Qur'an*", Vol. 11, No. 1, Juni 2014 : h. 128

pencapaian dari tujuan komunikasi yang didapatkan oleh pelaku komunikasi (komunikator) tersebut.⁶

Adapun komunikasi dakwah dapat berjalan secara efektif apabila penda'i mampu mengerti, memahami serta mengamalkan seni berdakwah atau yang seringkali disebut dengan retorika dakwah. Retorika sendiri memiliki arti ilmu berbicara, arti tersebut didapat dari kosakata bahasa Inggris *rethoric*. Dalam artian luas, retorika dianggap sebagai seni berbicara di hadapan umum atau perkataan-perkataan yang sengaja disampaikan sedemikian rupa agar tercipta kesan yang diinginkan.⁷ Biasanya kesan yang diinginkan berupa kesan positif.

Retorika atau seni berbicara ini penting agar ketika komunikator berbicara, dapat tercapai segala keinginannya, seperti: ingin didengarkan audien, ingin mendapat apresiasi dari audien, ingin audien benar-benar memahami tentang apa yang disampaikan, ingin audien melakukan apa yang diperintahkan, dan berbagai macam keinginan lainnya. Tanpa memahami seni berbicara atau retorika, komunikator akan kesulitan untuk mencapai keinginannya. Dalam hal dakwah, retorika dakwah diartikan sebagai kepandaian seorang penceramah atau penda'i ketika menyampaikan ajaran Islam secara lisan agar terwujud situasi yang Islami. Apabila penda'i kurang memahami retorika dakwah maka pesan dakwah akan sulit diterima oleh mad'u. mad'u cenderung tidak mendengarkan ceramah bila penyampaiannya tidak menarik. Jika sudah seperti itu, pesan dakwah tidak akan dapat dimengerti dan dipahami oleh mad'u. kemudian

⁶ David K. Berlo, *The Process Of Communication*, (Harcourt School, 1960) h.10

⁷ Ahmad Yani, *Bekal menjadi katib dan Mubalig*, Cet-4 (Depok: Al-Qalam, 2008) h. 15

mad'u tidak dapat mengamalkan pesan yang disampaikan penda'i. dengan demikian situasi yang Islami tidak dapat terwujud. Maka dari itu retorika dianggap penting agar kondisi keIslaman bisa tercapai.

Allah Swt berfirman dalam Al-Qur'an, pada potongan surat ali imron ayat 159:

...وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَا نَفَضْنَا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ ...

Yang artinya: "...Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu..."⁸

Ayat tersebut juga mengajarkan ilmu retorika atau cara menyampaikan pesan dakwah. ketika menyampaikan suatu pesan tidak boleh dengan cara yang keras, agar mad'u mau mendengarkan da'i.

Di era digital, dakwah tidaklah cukup disampaikan dengan lisan tanpa bantuan media massa, seperti pers / percetakan, radio, film, dan televisi. Hal ini disebabkan karena keterbatasan manusia dalam upaya penyampaian pesan-pesannya, sedangkan jangkauan media massa itu tidak terbatas pada ruang dan waktu. Peranan utama yang dapat dilakukan oleh media massa terhadap dakwah Islamiyah adalah melakukan perubahan sosial (*social change*).⁹

Selain pers/ percetakan, radio, film dan televisi, dakwah juga dapat dilakukan melalui media sosial, salah satunya yaitu youtube. Media sosial youtube sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat. Melalui media youtube juga masyarakat dapat mengakses ceramah/ dakwah

⁸ Al-Qur'an, Ali-Imron : 159

⁹ Abdul Aziz, *Jelajah Dakwah Klasik-Kontemporer*, Cet 1 (Yogyakarta : GAMA MEDIA, 2006), h.103

kapanpun dan dimanapun mereka berada. Salah satu da'i yang berdakwah di youtube ialah, Gus Miftah. Gus Miftah adalah seorang penda'i yang sempat viral di sosial media, dikarenakan video dakwahnya di lokalisasi tersebar di dunia maya.¹⁰ Dakwah gus miftah, dapat dengan mudah di akses di youtube. Berdasarkan observasi peneliti, dakwah gus Miftah ini diminati banyak masyarakat. Itu terbukti dari komentar masyarakat yang menonton dakwah gus Miftah dalam komentar tersebut masyarakat terlihat sangat antusias dengan dakwah gus miftah. Dan setelah di teliti oleh mahasiswa KPI UINSA Amanda Nadzario, gaya bahasa dakwah gus miftah memiliki keunikan tersendiri sehingga mampu menarik minat masyarakat.

Selain itu ada pula dakwah dari Ustadz Haikal Hassan yang di teliti oleh Dicta Pentasha. Berdasarkan penelitian Dicta, Ustadz Haikal memiliki ciri khas pada nada suara dakwahnya yaitu sering menggunakan nada tegas dan berapi-api.¹¹ Kemudian dakwah dari Fadila Yahya dalam penelitian Arif Dharma Prasetyo. Dalam penelitian Arif, dakwah Fadila Yahya memiliki ciri khas pada ekspresi wajahnya yang ekspresif.¹² Selanjutnya dakwah dari KH. Abdul Aziz oleh Ahmad Nu'man. Dari penelitiannya, KH. Abdul Aziz memiliki keunikan dakwah yang terletak pada bagian pemilihan kata-kata yang tepat.¹³ Kemudian juga dakwah dari Ustad Azmi

¹⁰ Amanda Putri Nazario, *Skripsi: "Gaya Bahasa Dakwah Gus Miftah Dalam Video Youtube"* (Surabaya: UINSA, 2019) h.41

¹¹ Dicta Pentasha, *Skripsi "Gaya Bahasa Ceramah Ustadz Haikal Hassan dalam Video di Youtube"* (Surabaya: UINSA, 2019) h.61

¹² Arif Dharma Prasetyo, *Skripsi: "Retorika Dakwah Fadila Yahya melalui Story Telling"* (Surabaya: UINSA, 2019) h.61

¹³ Ahmad Nu'man Hani' Sadewo, *Skripsi: "Retorika Dakwah KH. Abdul Aziz Munif di Dusun Boto'an Desa Sambungrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo"* (Surabaya: UINSA, 2019) h.70

yang diteliti oleh Novia Nur Diana, pada penelitian tersebut Ustad Azmi ketika menyampaikan dakwah tentang sholat memperlihatkan contoh-contoh gerakan sholat secara langsung sehingga mudah dipahami oleh mad'u.¹⁴

Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti dakwah dr. Aisyah dahlan pada channel youtube Rumil Al-Hilya. Rumil merupakan channel youtube yang berisi video-video kajian dan dakwah dari berbagai da'i. dr. Aisyah Dahlan adalah salah satu da'i yang mengisi kajian di channel youtube Rumil. dr. Aisyah dikenal sebagai dokter sekaligus penda'i yang memiliki ciri khas yang unik ketika berdakwah. Dia adalah seorang dokter umum sekaligus ahli neurosains. Pada saat dia berdakwah dan berbagi ilmu di channel youtube Rumil, dia selalu menyampaikan hal-hal ilmiah terkait dengan ilmu neurosains. Hal itu yang membedakan dakwah dia dengan pendakwah lainnya, termasuk dakwah gus Miftah dan yang lainnya. dr. Aisyah ketika berdakwah dan menjelaskan materi-materi neurosains dapat dengan mudah dipahami oleh banyak orang, karena penyampaian materinya yang sangat menarik dan ekspresif. hal itu terbukti dari banyaknya komentar positif pada video dia. Salah satu komentar positif didapat dari akun bernama Deddy Juniawan, dia berkomentar "Sangat menarik, enak ditonton dan didengar..banyak manfa'at, membuat tersenyum dan tertawa juga..".

Timbulnya banyak komentar positif pada video kajian dr. Aisyah pasti tidak terlepas dari gaya retorika dakwah dia. Gaya retorika inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam lagi

¹⁴ Novia Nur Diana, *Skripsi: "Retorika Dakwah Uztad Muhammad Azmi Dalam Kajian Kontemporer di Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya"* (Surabaya: UINSA, 2019) h.79

bagaimana gaya retorika dakwah dr. Aisyah pada channel youtube Rumil Al-Hilya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan data diatas, penelitian memiliki tertarik untuk meneliti gaya retorika dakwah dr. Aisyah Dahlan dalam video ceramah di channel youtube Rumil Al-Hilya. Yang dimasukkan dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya bahasa dr. Aisyah Dahlan dalam video ceramah di channel youtube Rumil Al-Hilya yang berjudul: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan?
2. Bagaimana gaya suara dr. Aisyah Dahlan dalam video ceramah di channel youtube Rumil Al-Hilya yang berjudul: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan?
3. Bagaimana gaya gerak dr. Aisyah Dahlan dalam video ceramah di channel youtube Rumil Al-Hilya yang berjudul: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana gaya bahasa dr. Aisyah Dahlan dalam video ceramah di channel youtube Rumil Al-Hilya yang berjudul: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan
2. Untuk mengetahui Bagaimana gaya suara dr. Aisyah Dahlan dalam video ceramah di channel youtube Rumil Al-Hilya yang berjudul: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan
3. Untuk mengetahui Bagaimana gaya gerak dr. Aisyah Dahlan dalam video ceramah di channel youtube Rumil Al-Hilya yang berjudul: Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Khususnya bagi peneliti-peneliti selanjutnya. Beberapa manfaatnya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan baru mengenai retorika dakwah bagi pembaca.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai media motivasi bagi para penda'i agar dapat meningkatkan kreativitas dakwahnya khususnya dibidang retorika dakwah.

E. Definisi Konsep

1. Retorika Dakwah

Retorika merupakan bagian dari ilmu komunikasi. Sebagaimana kita ketahui, komunikasi adalah mengajak orang untuk berpartisipasi atau mengubah sikap agar bertindak yang sama dengan maksud komunikator (orang yang berkomunikasi).¹⁵ Retorika berasal dari bahasa Yunani "*rhetor*" yang dalam bahasa inggris sama dengan "*orator*" artinya orang yang mahir berbicara dihadapan umum. Dalam bahasa inggris ilmu ini banyak dikenal dengan "*rhetorics*" artinya ilmu pidato di depan umum.

Menurut istilah, retorika dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Menurut Corax (Retorikus pertama yang mengadakan studi retorika adalah kecakapan berpidato di depan umum).

¹⁵ Ahmad Yani, op.cit h. 14

- b. Menurut Plato, retorika adalah merebut jiwa manusia melalui kata-kata.
- c. Kaum Sofis seperti Georgias, Lysias, Protogoras dan Isocartes mengartikan suatu kasus lewat bertutur.
- d. D. Beckett menyatakan, retorika adalah seni untuk mengefeksi pihak lain dengan tutur, yaitu dengan cara memanipulasi unsur-unsur tutur itu dengan respon.¹⁶
- e. Bishop Whatley memandang retorika sebagai masalah bahasa. karena itu retorika dibatasi dengan seni yang mengajarkan orang kaidah dasar pemakaian bahasa yang negatif.
- f. Encyclopedia Britanica mendefinisikan retorika sebagai *the art of using a language in such as to produce a desire impression upon the hearer or reader*. (seni pemakaian bahasa dengan cara tertentu untuk menghasilkan kesan yang diinginkan dari pendengar atau pembaca).
- g. Jalaluddin Rakhmat, mengatakan:
 - 1) Dalam arti luas, retorika adalah ilmu yang mempelajari cara mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang dikehendaki pada diri khalayak.
 - 2) Dalam arti sempit, retorika adalah ilmu yang mempelajari prinsip-prinsip persiapan, penyusunan dan penyampaian pidato sehingga tercapai tujuan yang dikehendaki.
- h. Sunarjo dan Djoenaesih S. Sunarjo mengidentikkan retorika dengan *Public Speaking* yaitu suatu komunikasi dimana komunikator berhadapan langsung dengan massa atau

¹⁶ A. Sunarto AS, op.cit h. 3

berhadapan dengan komunikan atau audians dalam bentuk jamak.

- i. Roekomy mempertegas pengertian retorika dan *public speaking* diatas. Dia menyatakan bahwa retorika adalah berbicara di muka umum (*public speaking*).
- j. Sunarto AS mengartikan retorika sebagai seni atau ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampaian tutur yang efektif melalui lisan atau tulisan untuk mefeksi dan mempengaruhi pihak lain.

Dari berbagai definisi mengenai retorika diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa retorika merupakan ilmu tentang seni berdialog di depan umum, dengan maksud tertentu.

Dakwah merupakan proses peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syariat Islam. “Proses” menunjukkan kegiatan yang terus menerus, berkesinambungan, dan bertahap. Peningkatan adalah perubahan kualitas yang positif: dari buruk berubah menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik. Peningkatan iman termanifestasi dalam peningkatan pemahaman, kesadaran, dan perbuatan. Untuk membedakan dengan pengertian dakwah secara umum, syariat Islam menjadi tolak ukur dakwah Islam. dengan syariat Islam sebagai pijakan, hal-hal yang terkait dengan dakwah tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur’an dan Hadis.¹⁷ Dakwah berarti menyeru¹⁸, Allah SWT berfirman:

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Cet 6 (Jakarta: Kencana, 2016) h. 17

¹⁸ Hamka, *Prinsip dan Kebijakan Dakwah Islam*. (Depok: Gema Insani, 2018) h.2

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ
وَاللَّهُ يَعْصُمُكَ مِنَ النَّاسِ...

“Wahai Rasul! Sampaikanlah apa yang diturunkan Tuhanmu kepadamu. Jika tidak engkau lakukan (apa yang diperintah itu) berarti engkau tidak menyampaikan amanah-nya. Dan Allah memelihara engkau dari (gangguan) manusia... (Al-Maidah:67)¹⁹

Dari semua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah seruan untuk merubah sesuatu yang buruk menjadi lebih baik, dan yang baik menjadi lebih baik lagi daripada sebelumnya.

Sedangkan retorika dakwah berarti kepiawaian menyampaikan ajaran Islam agar mereka dapat dengan mudah menerima dakwah Islami. Dengan kata lain, retorika dapat dimaknai sebagai pidato maupun ceramah yang berisikan pesan dakwah, yaitu ajakan kepada Allah yang berlandaskan dalam pengertian dakwah menurut Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125.²⁰

Gaya retorika merupakan *ethos* dalam menyampaikan pesan dakwah. Aristoteles mengemukakan bahwa gaya (*style*) merupakan penggunaan bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal untuk menyampaikan ide dengan cara-cara tertentu. Pada umumnya gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri baik melalui bahasa, berpakaian, tingkah laku dan sebagainya. Gaya dianggap penting untuk menunjang keberhasilan dalam menyampaikan pesan sebagaimana dikatakan oleh Ernest G.Bormann dan Nancy C. Borman bahwa, seorang pembicara bisa memberi tekanan lebih atau memperluas kata-kata suatu pesan non verbal. Theknik ini dapat

¹⁹ Al-Qur'an terjemahan

²⁰ Asep Saeful Millah, dkk. "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny", Vol. 3, No. 2, Juni 2018. h. 172

meningkatkan sifat ekspresi pembicara dan semakin memperjelas informasi.²¹

Dalam retorika ada 3 macam gaya atau style yaitu gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh. (1) Gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa, (2) Gaya suara adalah suara yang empuk yang enak didengar, sesuai dan serasi dengan keinginan jiwa pendengar,²² dan (3) Gaya gerak tubuh juga dapat menguatkan gaya pidato.²³

2. Youtube sebagai Media Dakwah

Media berasal dari Bahasa latin: *median* yang merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti perantara. Secara spesifik media merupakan alat-alat fisik yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya. AECT (1977) sebuah organisasi yang bergerak dalam teknologi pendidikan dan komunikasi, mengartikan media sebagai segala bentuk yang digunakan untuk proses penyaluran informasi. Demikian juga Molenda dan Russel (1990) mengungkapkan bahwa "*media is a channel of communication. Derived from the latin word for "between", the term refers to anything that carries information between a source and a receiver.*" Robert Hanict, Dkk (1986) men-definisikan media adalah sesuatu yang mem-bawa informasi antara sumber (*source*) dan penerima (*receiver*) informasi.²⁴

²¹ Kholid Novianto, Sahroni. A. Jaswadi, "Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah", Vol. 4, No. 1, Juni 2014 : h. 124

²² Gorys Keraf, Diksi dan Gaya Bahasa (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), h.113-117

²³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Pidato*. (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2015), h. 119

²⁴ Wina Sanjaya, *Media Komunikasi Pembelajaran*. Cet 2 (Jakarta : KENCANA, 2014), h.57

Dengan demikian media merupakan wahana atau alat yang digunakan untuk memindahkan dari sumber kepada pene-rima. Maka dalam hal dakwah, media komunikasi dakwah dapat dinilai sebagai wahana/ sarana untuk menyampaikan pesan dakwah dari komunikator kepada komunikan, atau dari da'i (orang yang memberikan dakwah) kepada mad'u (orang yang mendengarkan dakwah).²⁵ Pada masa kini, dakwah tidak hanya dilakukan melalui media mimbar atau buku saja, tetapi dakwah juga seringkali disampaikan melalui sosial media, seperti instagram dan juga youtube.

Youtube merupakan situs yang menyediakan berbagai informasi dan hiburan dalam bentuk video. Hansen mengatakan "*Youtube as an archiving tool for producing a mashup culture. Alongside metaphors of a laboratory, a library or a television channel, it is the discourse of Youtube as an archive that is really usefull in terms of media and memory. Youtube (started in 2005) is now the third most visited site after Google and Facebook*"²⁶. Artinya Youtube merupakan alat arsip untuk menghasilkan budaya mashup. Metafora laboratorium, perpustakaan atau saluran televisi, merupakan bagian dari youtube sebagai arsip yang sangat berguna dalam istilah media dan memory. Youtube (dimulai pada tahun 2005) sekarang merupakan situs ketiga yang paling sering dikunjungi setelah google dan facebook.

F. Sistematika Pembahasan

Adanya sistematika pembahasan ini diperuntukkan agar kerangka penelitian ini tersampaikan pada sub bab

²⁵ Yusuf Amrozi, *Dakwah Media dan Teknologi*, Cet 1 (Surabaya : UIN SA Press, 2014), h.21

²⁶ Joane Garde Hansen, *Media and Memory*.(Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011) H. 80

ini. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, serta sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI: Membahas tentang pengertian retorika, dakwah, penjelasan terkait retorika dakwah. serta gaya retorika dakwah. Bab ini juga membahas berisi penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN: pada bab ini, terdapat penjelasan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, serta teknik analisis data

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA: pada bab empat, peneliti menyajikan data dan membahas hasil penelitian yang berisikan gambaran umum subjek penelitian, serta pembahasan hasil penelitian atau analisa data.

BAB V KESIMPULAN: berisi kesimpulan, dan juga saran

BAB II : KAJIAN TEORETIK

A. Pengertian Retorika dan Dakwah

1. Retorika

Aristoteles adalah orang yang pertama kalinya mengenalkan istilah retorika pada tahun 384-322 SM. Kemudian istilah retorika tersebar luas dan digunakan dalam banyak bidang. Misalnya dalam bidang seni, jurnalistik pendidikan serta berbagai bidang lainnya.²⁷

Pengertian retorika dirumuskan oleh W.S. Roberts, salah seorang ahli retorika sekaligus penerjemah buku *Retorika* karya Aristoteles sebagai berikut:

- a. Retorika diartikan sebagai seni menarik minat audien dengan perkataan (penuturan), dengan cara mengatur elemen-elemen kata tertentu untuk meraih reaksi audien.
- b. Retorika mengajarkan pedoman dasar tata cara mengenakan bahasa yang efektif.
- c. Seni mengungkapkan tutur kata secara efektif sehingga mampu memukau
- d. Seni berbicara yang mampu mengajak serta memberikan informasi kepada pendengar.
- e. Gagasan atau ide untuk melakukan percakapan persuasif.

Esensi retorika sendiri adalah daya upaya pembicara (komunikator) untuk menyampaikan pesan secara efektif untuk terlihat *atraktif* dimata audien.²⁸

Retorika hadir tentunya memiliki manfaat. Adapun manfaat mempelajari ilmu retorika ada 4 menurut Aristoteles. Yaitu sebagai berikut:

²⁷ I Nengar Marta, *Retorika Edisi 2* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) h.1

²⁸ Ibid, h.3

- a. Kolektif
Kolektif memiliki arti pembelaan terhadap kebenaran yang sering kali tidak bisa dipertahankan sedikitnya kemampuan berbicara.
- b. Instruktif
Instruktif dimaksudkan untuk meng-*coach* orang-orang yang tidak dapat dicapai dengan metode logika.
- c. Sugestif
Sugestif adalah manfaat retorika yaitu untuk mensugesti lawan agar situasi dapat dikuasai dan argumen lawan dapat dipatahkan.
- d. Defensif
Pada saat dihadapkan dengan lawan, ilmu retorika dapat membuat seseorang memiliki sikap defensif. Ia bisa membuat alat pertahanan di akalnya sehingga tidak mudah jatuh ketika diserang dengan argumen yang kontra.

Adapun menurut I Gusti Ngurah Oka, menerangkan manfaat/ fungsi dari retorika sebagai berikut:

- a. Gambaran mengenai manusia serta kegiatan komunikasi verbal yang dilakukannya dapat terlihat dengan jelas.
- b. Bahasa serta hal-hal yang biasa ditampilkan dalam penuturan dapat dilihat dengan jelas.
- c. Memberikan bimbingan tentang:
 - 1) Bagaimana cara memilih topik pembicaraan.
 - 2) Bagaimana memandang dan menganalisis perkataan yang bersifat persuasif serta objektif.

- 3) Mengetahu faktor apa saja yang perlu ditimbang untuk menemukan ulasan non artistik.
- 4) Mengetahui pemilihan ucapan yang sesuai dengan tujuan pengucapan kata-kata tersebut.
- 5) Penataan dan penempatan bagian-bagian kata yang akan dibicarakan.
- 6) Memilih materi bahasa serta perpaduan penyusunan kalimatnya agar dapat terlihat bervariasi, namun tetap utuh dan padu.
- 7) Pemilihan gaya bahasa dan gaya pengucapan ketika menampilkan pembicaraan.²⁹

2. Dakwah

Dakwah dari segi bahasa memiliki arti ajakan/panggilan/ seruan. Dakwah berasal dari bahasa arab. Yaitu *داعواه / دعاء / يدعو*.

Menurut para ulama. Dakwah diartikan sebagai berikut:

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

²⁹Sunarto AS, *Retorika Dakwah (petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato)*. (Surabaya: JAUDAR PRESS, 2014) h. 23-24

mentaati Allah SWT, dengan perkataan maupun dengan pena (karya).³⁰

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 muslim.

3. Retorika Dakwah

Aktivitas dakwah dapat dilakukan dengan sempurna dan pesan dakwah dapat tersampaikan dan tepat sasaran mengenai jati mad'u ketika seorang penda'i dapat persuasif ketika menyampaikan pesan tersebut. Untuk itu ilmu retorika dalam hal ini diperlukan. Tujuannya tidak lain adalah untuk membuat pesan dakwah tertancap di hati mad'u. sehingga mad'u tidak hanya sekedar menerima pesan namun juga menerapkan pesan tersebut pada kehidupan nyata mereka. Ilmu retorika yang digunakan pada saat berdakwah disebut retorika dakwah.

Menurut Yusuf Al-Qaradhawi, retorika (dakwah) Islam memiliki ciri-ciri tertentu yaitu:

- a. Kewajiban muslim adalah berdakwah
- b. Aktivitas dakwah menuju ke jalan Allah
- c. Dakwah mengajak manusia dengan metode hikmah serta mengajari dengan cara yang baik.
- d. Cara hikmah maksudnya ialah berbicara ramah serta memperhatikan bahasanya, kedudukan/posisi serta lingkungan mad'u.³¹

³⁰ Mohammad Hasan, *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013) h.10

Menurut Omar, Aplikasi retorika dalam sebuah dakwah harus mempertimbangkan pentingnya penggunaan bahasa yang aplikatif, mengenai sasaran dan mampu menyentuh hati mad'u. Hal ini dimaksudkan agar dakwah mudah diterima oleh mad'u.

Ada beberapa sifat yang harus diperhatikan penda'i ketika berbicara agar mad'u mudah menerima pesan dakwah. Di antaranya yaitu:

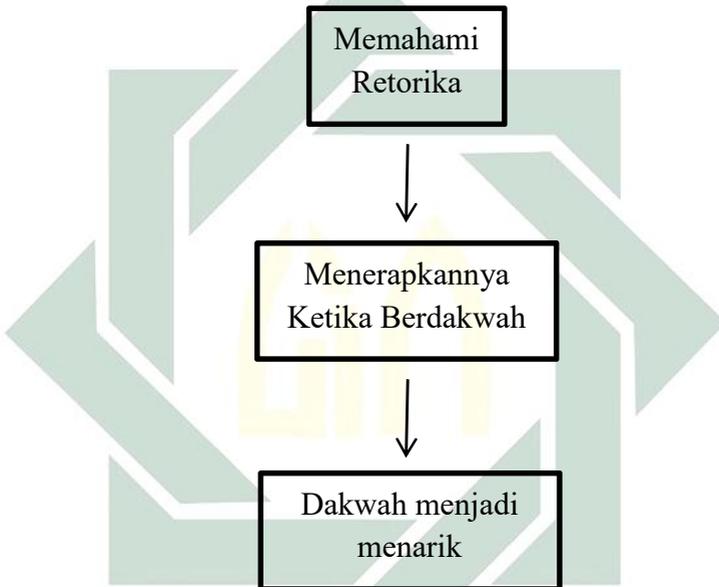
- a. Informatif: Dalam memberikan penjelasan kepada pendengar, bahasa yang digunakan harus mudah dimengerti serta sesuai dengan tingkat kecerdasan mad'u. hal ini berlaku pada pemilihan kata, dialek pribahasa dan lain-lain.
- b. Dinamis: Pada saat menyampaikan pendapat atau pemikiran. Biasanya menggunakan bahasa hiperbola, menarik perhatian dan bombastis.
- c. Emotif: Untuk mendorong adrenalin agar bertindak sesuai dengan perkataan penda'i. bahasa tidak terlalu bergelora namun cukup untuk meningkatkan adrenalin.
- d. Aestetif: Biasanya digunakan sastrawan untuk keindahan dan seni dalam berkata. Bahasanya lebih mementingkan bentuk dari pada isi.³²

³¹ Isina Rakhmawati, "Kontribusi Retorika dalam Komunikasi Dakwah (Relasi atas Pendekatan Stelistika Bahasa)", Vol. 1, No. 2, Desember 2013 : h. 15

³² Anatut Thoifah, dkk. *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Millenial*. Cet.1 (Malang: UMM Press, 2020) h. 44

Dari berbagai teori dan pengertian diatas, hubungan retorika dan dakwah dapat dirumuskan pada gambar berikut:

Gambar 2.1
Hubungan Retorika dengan Dakwah



4. Gaya Retorika Dakwah

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa atau yang dikenal dengan *style* berkaitan dengan cocok atau tidaknya penggunaan kata, frasa atau klausa untuk menghadapi situasi atau kondisi tertentu.³³ Gaya bahasa seseorang (misalnya penda'i) memungkinkan audien dapat mengetahui dan menilai watak, kepribadian dan

³³ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010) h. 112

kemampuan penda'i tersebut. Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya. Begitupun sebaliknya, semakin buruk gaya bahasa seseorang semakin buruk pula penilaian yang diberikan kepadanya.³⁴ Menurut Suwarno pidato/ ceramah dapat dikatakan sukses apabila penyampaian wicara dengan jelas, pengucapannya tegas, dan tidak ada getaran vokal karena takut.³⁵

Gaya bahasa dakwah menurut Hasmy (1984: 262) adalah perkataan yang berupa tulisan dan lisan yang berisi unsur-unsur memperingati, mempengaruhi, mengajak kepada kebaikan dan memiliki indikator-indikator seperti taklim dan tarbiyah (pengajaran dan pendidikan), tazkir dan tanbih (peringatan dan penyegaran kembali), targhib dan tabsyir (menggemarkan manusia pada amal shalih dengan menampilkan berita pahala), tarkib dan inzar (penakutan dengan mengemukakan berita siksa), qhasas dan riwayat (penampilan cerita masa lalu), amar dan nahi perintah dan larangan).³⁶

Adapun pembagian gaya bahasa adalah sebagai berikut:

1) Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata mempersoalkan tentang kata apa yang paling sesuai untuk penempatan-penempatan tertentu pada suatu kalimat.

³⁴ Ibid, h.113

³⁵ Suwarno Dwijonagoro, Joko Indro Cahyono, *Seni Pidato publik; Praktis Akademis*, Cet-1 (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2020), h.81

³⁶ Nurmi A.R. "*Gaya Bahasa Dakwah Di Daerah Pesisir*", Vol. 10, No. 1, 2016. h. 35

Aturan komposisi kata-kata yang tepat dalam kalimat sangat penting agar timbul kesan yang telah dikehendaki penda'i kepada khalayak.³⁷

a) Gaya Bahasa Resmi

Unsur-unsur bahasa resmi diambil dari pilihan kata dari bahasa standar terpilih. Biasanya digunakan pada pidato resmi seperti pada pidato amanat kepresidenan, berita negara, khotbah-khotbah mimbar, tejuk rencana dan pidato-pidato penting, namun tidak jarang juga digunakan dalam pidato umum seremonial.³⁸

b) Gaya Bahasa Tidak Resmi

Pada gaya bahasa tidak resmi, pilihan kata-katanya lebih santai serta sederhana. biasanya gaya bahasa ini digunakan pada karya-karya tulis, buku pegangan, artikel mingguan atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, editorial, kolumnis dan sebagainya. Gaya bahasa ini merupakan gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar.³⁹

c) Gaya Bahasa Percakapan

Pada gaya bahasa ini, biasanya segi-segi sintagmsis tidak terlalu diperhatikan, demikian juga segi

³⁷ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 10

³⁸ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010) h. 117-118

³⁹ *Ibid*, h.118-119

morfologis yang biasa dibaiakan sering dihilangkan. Pada gaya ini, bahasanya masih lengkap untuk suatu kesempatan, dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan, hanya saja kebiasaan ini dibentuk agak longgar daripada kebiasaan-kebiasaan yang ada pada gaya bahasa resmi dan gaya bahasa tidak resmi.

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang terpancar dari rangkaian-rangkaian kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Adapun pembagian gaya bahasa berdasarkan nada adalah sebagai berikut:

a) Gaya Sederhana

Gaya bahasa ini biasanya digunakan pada saat memberi instruksi, pelajaran dan sebagainya. Gaya ini biasanya cocok digunakan untuk perkuliahan, dan juga pada kajian.

b) Gaya Mulia dan Bertenaga

Gaya ini dipenuhi vitalitas dan energi. Biasanya digunakan untuk melakukan / mengajak kepada pergerakan sesuatu.

c) Gaya Menengah

Gaya ini diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Nadanya bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang dan mengandung humor yang sehat.

3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

a) Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan dari kalimat yang bersifat periodik. Gaya bahasa klimaks mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.

b) Antiklimaks

Pada antiklimaks, struktur katanya mengendur. Anti klimaks ditandai dari gagasan-gagasan penting yang berada di awal kalimat, lalu dilanjutkan dengan gagasan-gagasan yang kurang penting.

c) Paralelisme

Gaya bahasa ini menekankan kesejajaran kata-kata, ataupun frasa yang menduduki gramatikal serta fungsi yang sama.

d) Antitesis

Berbeda dengan paralelisme, antitesis justru mengandung ide-ide yang bertentangan. Antitesis dapat dilihat pada kata-katanya yang memiliki makna berlawanan.

e) Repetisi

Repetisi merupakan perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting.

b. Gaya Suara

Gaya suara merupakan seni berbicara dengan irama yang berubah-ubah dengan memberikan tekanan tertentu pada kata-kata yang memerlukan perhatian khusus. Syaifuddin Zuhri dalam bukunya mengatakan bahwa salah satu

rahasia kesuksesan seseorang pada saat presentasi ialah suaranya, yaitu pada tempo dan irama suara yang diatur dengan pernapasan yang baik. Lalu jeda suara yang jelas, dan ucapan yang juga terdengar jelas.⁴⁰

Ada empat aspek suara yang harus diperhatikan, yaitu :

a) *Pitch*

Pitch adalah tangga nada dalam istilah musik.⁴¹ *Pitch* dalam berdakwah/berpidato/berceramah adalah tinggi rendahnya suara manusia ketika menyampaikan kata-kata. *Pitch* juga dapat diartikan sebagai banyaknya jumlah gelombang yang dihasilkan sumber energi.⁴² Tinggi rendahnya nada mengungkapkan emosi yang dirasakan. Adapun pembagian nada dalam bahasa *tonal* yang biasa digunakan pada bahasa Vietnam ada enam macam nada, yaitu ngang, S1/4c, huyOn, n¹ng, hai, dan ng.

Nada ngang adalah Nada yang mempunyai ukuran nada sedang atau mendatar atau sama. Nada S1/4c merupakan nada yang mempunyai ukuran nada tinggi dan nada irama naik. Nada huyOn adalah nada yang mempunyai ukuran nada rendah dan nada iramanya

⁴⁰ Syaifuddin Zuhri, *Public Speaking*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h.64

⁴¹ Moh. Ali Aziz, *Public Speaking Gaya dan Teknik Pidato Dakwah*. Cet 1 (Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2019) h.123

⁴² Sunarto AS, *Retorika Dakwah (petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato)*. (Surabaya: JAUDAR PRESS, 2014) h. 75

menurun. Nada n'ng ialah yang mempunyai ukuran nada rendah dengan nada irama menurun dan ada penekanan vokal pada puncak kata yang diikuti. Nada hai adalah Nada yang mempunyai ukuran nada sedang dengan nada irama turun sampai dengan vokal pada puncak kata yang diikuti kemudian irama naik kembali. Nada ng yang mempunyai nada tinggi dan mempunyai nada irama naik kemudian terputus pada kata yang kemudian diteruskan dengan nada irama mendatar.

penjelasan lebih rinci, ada pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Macam-macam Nada

No	Nada	Penjelasan	Pengekspresian
1.	Ngang →	Nada yang mempunyai ukuran nada sedang atau mendatar atau sama. ⁴³	Nada yang datar menunjukkan suara bosan atau tidak serius.
2.	S1/4c ↗	Nada yang mempunyai ukuran nada tinggi dan nada irama naik.	Nada tinggi mengungkapkan marah, takut atau kaget.
3.	huyOn ↘	Nada yang mempunyai ukuran nada rendah dan nada iramanya menurun.	Menunjukkan rasa tenang, senang atau sedih.

⁴³ Hendrokumoro, *Bahasa Vietnam Sebagai Bahasa Nada*, Vol. 21, No. 2, Juni 2009 : h. 196

4.	n ¹ ng ↘	Nada yang mempunyai ukuran nada rendah dengan nada irama menurun dan ada penekanan vokal pada puncak kata yang diikuti.	Nada yang naik turun secara teknis disebut <i>Infleksi</i> – menunjukkan antusiasme, semangat, kadang-kadang rasa takut. ⁴⁴
5.	Hai ↗	Nada yang mempunyai ukuran nada sedang dengan nada irama turun sampai dengan vokal pada puncak kata yang diikuti kemudian irama naik kembali	
6.	Ng →	Nada yang mempunyai nada tinggi dan mempunyai nada irama naik kemudian terputus pada kata yang kemudian diteruskan dengan nada irama mendatar. ⁴⁵	

Achmad HP dan Alek Abdullah menyebutkan empat macam nasa suara, yaitu:

- (1) Nada paling tinggi (angka 4).
- (2) Nada tinggi (angka 3).
- (3) Nada sedang (angka 2).

⁴⁴ Sunarto AS, *Retorika Dakwah (petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato)*. (Surabaya: JAUDAR PRESS, 2014) h. 75

⁴⁵ Hendrokumoro, *Bahasa Vietnam Sebagai Bahasa Nada*, Vol. 21, No. 2, Juni 2009 : h. 197

(4) Nada rendah (angka 1).⁴⁶

b) Rate and Rhythm

Rate ialah cepat atau lambatnya serta irama sebuah suara. Suara yang kecepatannya teratur dengan irama yang serasi akan dapat membuat pendengar merasa tertarik untuk mengikuti pembicaraan selanjutnya. Apabila suara terlalu cepat, pendengar akan sulit menangkap pesan yang diucapkan oleh pembicara. Sebaliknya, apabila suara terlalu lambat, dan diucapkan terus-menerus maka pendengar akan merasa dingin dan lesu.⁴⁷

Kecepatan suara biasanya dipengaruhi oleh tingkat emosionalitas dan intelektualitas pesan, dan besarnya ruangan.⁴⁸

Pengukuran *rate and rythim* menggunakan *sound level meter* yang terdapat pada aplikasi “Suara Meter”. Aplikasi “suara meter” merupakan aplikasi untuk mengukur kebisingan dan tingkat suara atau pengukuran tingkat tekanan suara (SPL) dalam desibel (dB).⁴⁹

⁴⁶ Moh. Ali Aziz, *Public Speaking Gaya dan Teknik Pidato Dakwah*. Cet 1 (Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2019) h.124

⁴⁷ Ibid, h. 126

⁴⁸ Sunarto AS, *Retorika Dakwah (petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato)*. (Surabaya: JAUDAR PRESS, 2014) h. 76

⁴⁹

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.exatools.soundmeter&hl=in&gl=US>, diakses pada tanggal 20 Januari 2021.

Berdasarkan batas ambang pendengaran manusia yaitu 0-140 dB. Pada sebuah percakapan normal, umumnya antara 30-50 dB, dan percakapan yang dilakukan secara cepat/ keras yaitu ketika mencapai 60 dB.⁵⁰

c) Jeda atau pause

Seorang komunikator berhenti untuk memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mencerna dan memahami apa yang dikatakannya. Bagi pembicara, hentian memberikan kesempatan untuk berpikir, serta mencari kata yang tepat, dan merencanakan gagasan yang akan dikemukakan. Hentian juga digunakan untuk mengatur satuan-satuan pikiran, seperti koma, titik, atau titik koma dalam tulisan.⁵¹

Sendi dalam menunjukkan batas antara satu silabel dengan silabel yang lain. Sendi dalam ini, yang menjadi batas silabel, biasanya diberi tanda tambah (+). Misalnya:

[tam + pil]

[ke + te + ta + pan]

[lam + bang]

Sendi luar menunjukkan batas yang lebih besar dari pada segmen silabel. Dalam hal ini, biasanya dibedakan menjadi:

⁵⁰ Christina E. Mediastika, *Akustika Bangunan: prinsip-prinsip dan penerapannya di Indonesia*. (TK: TP: TT) h.11

⁵¹ Sunarto AS, *Retorika Dakwah (petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato)*. (Surabaya: JAUDAR PRESS, 2014) h. 77

- (1) Jeda antar kata dalam frasa dan diberi tanda berupa garis miring tunggal (/).
- (2) Jeda antar frasa dalam klausa dan diberi tanda berupa garis miring ganda (//).
- (3) Jeda antar kalimat dalam wacana diberi tanda berupa garis silang (#).⁵²

c. Gaya Gerak

Menurut Arina dalam bukunya, Gerak tubuh atau *body language* adalah “*process of non verbal communication when our physical, mental, and emotional states are manifested through concious and unconcious body movements and gesturs*”⁵³. Atau dalam bahasa Indonesia, bahasa tubuh dikatakan sebagai proses komunikasi non-verbal ketika kondisi fisik, mental dan emosional kita diwujudkan melalui gerakan dan gestur tubuh yang dilakukan secara sadar dan tidak sadar.

Gaya gerak tubuh lebih banyak menekankan kepada ekspresi atau dengan gerakan-gerakan badan. Seperti cara berdiri, muka, gerakan tangan, penampilan pakaian serta arah pandangan mata. Gerakan seseorang atau *body language* sebenarnya mengandung unsur pesan yang akan disampaikan.⁵⁴

⁵² Achmad HP, Alek Abdullah, *Linguistik Umum* (Jakarta : Erlangga, 2012), h. 35.

⁵³ Arina Nikitina, *Successfull Public Speaking*. (TT: TP, 2011) h. 20

⁵⁴ Herri Susanto, *Communication Skills “Sukses Komunikasi, Presentasi dan Berkarier!”*. (Yogyakarta: Deepublish, 2014) h. 29

*“Eye contact, facial expression, gestures, movement, and physical appearance are five bodily aspects of speech delivery nonverbal indicators of meaning that are important to the public speaker.”*⁵⁵ Artinya lima aspek penggunaan bahasa nonverbal yang terpenting bagi pembicara adalah, kontak mata, ekspresi wajah, gestur, gerak, dan penampilan fisik.

a) Kontak mata

*“Eye contact is the way a presenter observes the audience while speaking”.*⁵⁶

Kontak mata adalah cara seorang presenter/ pembicara/ penda'i mengamati hadirin sambil berbicara.

*“The same psychological associations are found in public speaking. In one study, speakers who established eye contact were judged more truthful, honest, credible, friendly, and skillful than those who did not. Only by looking at your listeners and individuals can you convince them that you are sincere, that you are interested in them and that you care whether or not they accept your message. When you speak, your eyes also function as a control device. Simply by looking at them, you have an influence on your listeners attentiveness and concentration”*⁵⁷ Artinya, dalam sebuah penelitian yang dilakukan asosiasi

⁵⁵ Paul Nelson, et al, *I speak : speech is free make it matter* (New York : Mc Graw-Hill, 2008) h.163

⁵⁶ Ibid, h.163

⁵⁷ Toastmaster International, *Gestures: Your Body Speaks* (USA: TP, 2011) h. 13

psikologi dalam hal *public speaking*, ditemukan hasil sebagai berikut: pembicara yang mengadakan kontak mata dinilai lebih jujur, dapat dipercaya, ramah, dan terampil daripada mereka yang tidak melakukan kontak mata. Hanya dengan melihat audien, pembicara dapat meyakinkan mereka bahwa pembicara tersebut tulus, dan berminat pada audien. Kontak mata juga membuat pembicara terlihat peduli apakah audien menerima pesan dari pembicara ataukah tidak. Sewaktu berbicara juga, mata berfungsi sebagai pengontrol, cukup dengan memandangi pembicara dapat mempengaruhi perhatian dan konsentrasi pendengar.

b) Ekspresi Wajah

Menurut Paul, ekspresi wajah berkaitan dengan mata, alis, dahi dan juga mulut, ekspresi.⁵⁸ Penyajian materi tentunya didukung dengan air muka (ekspresi wajah) yang wajar serta tepat. Maksudnya ialah, materi yang di hayati harus tampak melalui air muka (ekspresi wajah) bukan sekedar seni untuk mengikat perhatian. Warna air muka yang tepat akan menyentuh langsung jiwa dan pikiran pendengar.⁵⁹

c) Gestur

⁵⁸Paul Nelson, et al, *I speak : speech is free make it matter*. (New York : Mc Graw-Hill, 2008) h.164

⁵⁹Gentasari Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995) hh. 73-74.

Gestur menurut Paul adalah gerakan tangan atau tubuh untuk menyatakan ekspresi.⁶⁰ Gestur juga dapat digunakan untuk mendeskripsikan sesuatu, menegaskan sikap dan perasaan, serta mengisyaratkan sesuatu.⁶¹

d) Gerak

Gerak / *Movement* adalah “*what you do with your entire body during a presentation*”⁶² dalam kegiatan dakwah, *movement* diartikan sebagai seluruh gerakan yang dilakukan ketika berdakwah. Jika mad'u hanya melihat penda'i berceramah sembari diam ditempat, maka mad'u akan mudah merasa bosan. Jadi gerakan diperlukan agar mad'u tidak merasa bosan dengan gerakan penda'i, contohnya seperti ceramah sembari berjalan diatas panggung.

“*Body movement can support and reinforce what you say. And, of course, motion will almost allways attract an audience's attention*”⁶³ maksudnya adalah gerakan tubuh bisa mendukung dan memperkuat apa yang diucapkan oleh pembicara/ penda'i. dan tentunya,

⁶⁰ Paul Nelson, et al, *I speak : speech is free make it matter*. (New York : Mc Graw-Hill, 2008) h.165

⁶¹ Sunarto AS, *Retorika Dakwah (petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato)*. (Surabaya: JAUDAR PRESS, 2014) h. 80

⁶² Paul Nelson, et al, *I speak : speech is free make it matter*. (New York : Mc Graw-Hill, 2008) h. 166

⁶³ Toastmaster International, *Gestures: Your Body Speaks* (USA: TP, 2011) h.11

membuat penonton/ mad'u lebih tertarik untuk memperhatikan serta mendengarkan penda'i.

e) Penampilan Fisik

“Clothing and physical appearance make a difference in public speaking”. (baju dan penampilan fisik membuat perbedaan dalam situasi berbicara di depan umum.)⁶⁴ menggunakan pakaian atau busana yang tepat dan sesuai ketika melakukan dakwah termasuk cara atau teknik untuk sukses dalam berdakwah.⁶⁵

B. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi Gaya Bahasa Dakwah Gus Miftah dalam Video Youtube oleh Amanda Putri Nadzario, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, tahun 2019. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang gaya retorika dakwah dan jenis penelitian tersebut sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Namun rumusan masalah dan subjek yang ada pada penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini. Penelitian tersebut meneliti hanya meneliti tentang gaya bahasa dan subjeknya adalah gus Miftah, sedang penulis meneliti gaya bahasa, gaya suara serta gaya gerak dan objeknya adalah dr. Aisyah Dahlan.
2. Skripsi Retorika Dakwah Ustad Muhammad Azmi dalam Kajian Kontemporer di Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya oleh Novia Nur Diana,

⁶⁴ Paul Nelson, et al, *I speak : speech is free make it matter*. (New York : Mc Graw-Hill, 2008) h.167

⁶⁵ Siti Asiyah, *Public Speaking dan Kontribusinya Terhadap Kompetensi Dai*, Vol. 37, No. 2, Juli-Desember 2017 : h.202-203

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, tahun 2019. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terdapat pada bagian konteks dan jenis penelitiannya, yaitu sama-sama meneliti tentang gaya retorika dakwah dan sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian ini ialah objek dan subjeknya. Pada penelitian tersebut subjeknya ialah ustadz Muhammad Azmi, dan objeknya ialah kajian kontemporer. Sedang penelitian ini subjeknya ialah dr. Aisyah Dahlan, dan objeknya ialah Video “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan” di channel youtube Rumil Al-Hilya.

3. Skripsi Gaya Bahasa Ustadz Hassan dalam Video di Youtube oleh Dicta Pentasha, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, tahun 2019. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang gaya retorika dakwah, dan jenis penelitiannya sama-sama berupa kualitatif deskriptif. Namun yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah subjek penelitiannya. Pada penelitian tersebut subjeknya adalah Ustadz Hassan, sedangkan pada penelitian ini subjeknya adalah dr. Aisyah Dahlan.
4. Skripsi Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui Story Telling oleh Arif Dharma Prasetyo, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, tahun 2019. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu pada bagian konteks penelitian dan jenis penelitian. Konteks penelitian tersebut sama-sama gaya retorika dakwah, dan jenis penelitian tersebut sama-sama berjenis kualitatif deskriptif. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah subjek penelitiannya. Pada penelitian tersebut subjeknya adalah Fadila Yahya.

5. Skripsi Retorika Dakwah KH. Abdul Aziz Munif di Dusun Boto'an Desa Sambungrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo oleh Ahmad Nu'man Hani' Sadewo, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel, tahun 2019. Jenis penelitian tersebut adalah kualitatif deskriptif, sama seperti jenis penelitian ini. Konteks penelitian tersebut pun sama, yaitu mengenai retorika dakwah. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini ialah bagian subjek penelitiannya. Pada penelitian tersebut subjeknya adalah KH. Abdul Aziz.

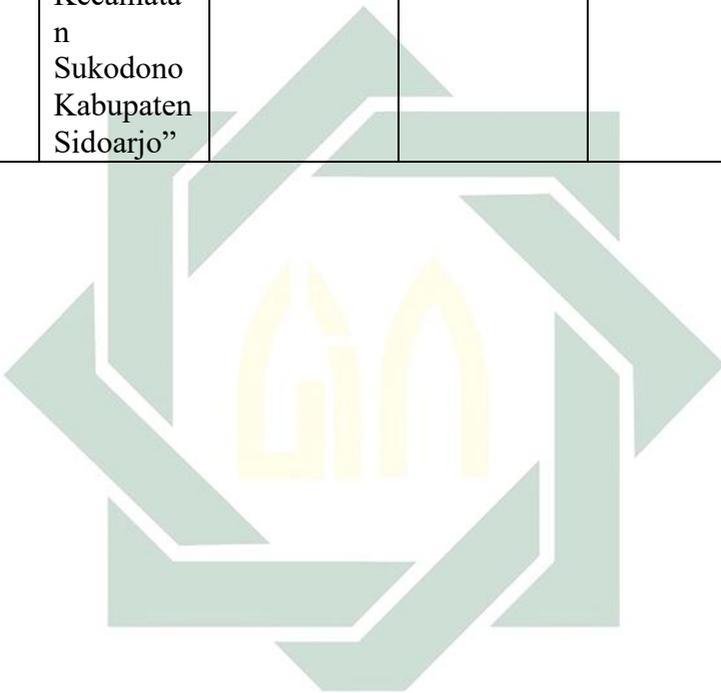
Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1.	Amanda Putri Nadzario. Tahun 2019 dengan judul Skripsi "Gaya Bahasa Dakwah Gus Miftah dalam Video Youtube"	1. Konteks penelitian tersebut sama yaitu mengenai gaya retorika dakwah 2. Jenis penelitian nya, sama yaitu kualitatif deskriptif	1. Peneliti hanya meneliti gaya bahasa 2. Subjek yang diteliti adalah Gus Miftah	Amanda Putri Nazario mengangkat masalah untuk mengetahui gaya bahasa dakwah Gus Miftah dengan analisis model Miles dan Huberman
2.	Novia Nur Diana.	1. Konteks penelitian	1. Subjek yang	Novia Nur Diana

	Tahun 2019 dengan judul Skripsi “Retorika Dakwah Ustadz Muhammad Azmi dalam Kajian Kontemporer di Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya”	yang diambil sama, yaitu mengenai “Retorika Dakwah” 2. Kesamaan jenis penelitian, yaitu kualitatif	diteliti adalah Ustad Muhammad Azmi	mengangkat rumusan masalah untuk mengetahui gaya retorika dakwah Ustadz Muhammad Azmi dengan analisis model Miles dan Huberman
3.	Dicta Pentasha. Tahun 2019 dengan judul Skripsi “Gaya Bahasa Ustadz Hassan dalam Video di Youtube oleh Dicta	3. Konteks penelitian yang diambil sama, yaitu mengenai “Retorika Dakwah” Kesamaan jenis penelitian, yaitu kualitatif	1. Peneliti hanya meneliti gaya bahasa 2. Subjek yang diteliti adalah Ustad Hassan	Dicta Pentasha mengangkat rumusan masalah untuk mengetahui gaya bahasa dakwah Ustad Hassan dengan analisis model Miles dan

	Pentasha”			Huberman
4.	Arif Dharma Prasetyo. Tahun 2019 dengan judul Skripsi “Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui Story Telling”	1. Konteks penelitian yang diambil sama, yaitu mengenai “Retorika Dakwah” 2. Kesamaan jenis penelitian, yaitu kualitatif	1. Subjek yang diteliti adalah Fadila Yahya	Arif Dharma Prasetyo mengangkat rumusan masalah untuk mengetahui gaya retorika dakwah Fadila Yahya dengan analisis model Miles dan Huberman
5.	Ahmad Nu'man Hani' Sadewo. Tahun 2019 dengan judul Skripsi “Retorika Dakwah KH. Abdul Aziz Munif di	1. Konteks penelitian yang diambil sama, yaitu mengenai “Retorika Dakwah” 2. Kesamaan jenis penelitian, yaitu kualitatif	1. Subjek yang diteliti adalah KH. Abdul Aziz Munif	Ahmad Nu'man Hani' Sadewo mengangkat rumusan masalah untuk mengetahui gaya retorika dakwah KH. Abdul Aziz dengan analisis

	Dusun Boto'an Desa Sambung ejo Kecamata n Sukodono Kabupaten Sidoarjo"			model Miles dan Huberman
--	---	--	--	--------------------------------



BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian berasal dari arti kata *research*, sehingga istilah penelitian mempunyai makna yang sama. Penelitian/ Riset adalah mencari atau menemukan makna kembali secara berulang-ulang untuk membangun sebuah hukum, dalil, generalisasi, memvalidasi atau menguji teori yang sudah ada.⁶⁶

Metode penelitian kualitatif menurut Creswell adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral.⁶⁷ Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dll.

akukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.⁶⁸ Adapun karakteristik penelitian kualitatif adalah:

- a. Dilakukan pada kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung kesumber data dan peneliti adalah instrumen kunci
- b. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka

⁶⁶ Sulistyaningsih, *Metodologi Penelitian Kebidanan Kuantitatif-kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)

⁶⁷ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*. (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010) h.

7

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cet 23(Bandung: Alfabeta, 2016) H. 9

c. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*.⁶⁹

Spesifikasi dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi untuk memecahkan masalah berdasarkan data data yang ada, yaitu dengan menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikan data.⁷⁰

Penelitian kualitatif deskriptif ini digunakan peneliti untuk menggambarkan mengenai retorika dakwah dr. Aisyah Dahlan dalam video berjudul “Kajian Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan dalam Video Youtube” pada channel youtube Rumil Al-Hilya.

B. Lokasi Penelitian

Peneliti mengobservasi, mengumpulkan data dan mengambil dokumentasi melalui video youtube pada channel Rumil Al-Hilya. Khususnya pada video berjudul “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan Dr Aisyah”. Pada link youtube :

<https://www.youtube.com/watch?v=cJgoGmRL5vs&t=404s>

Peneliti memilih video tersebut dikarenakan gambar, postur tubuh, gerakan, bahasa dan suara dr. Aisyah dalam video tersebut terlihat dan terdengar jelas. Hal itu sesuai dengan kebutuhan penelitian ini yaitu tentang retorika dakwah, terkait gaya bahasa, suara dan gerak tubuh, sehingga video tersebut mampu mendukung penelitian ini untuk menemukan data penelitian yang jelas dan hasil analisa yang baik. Video tersebut juga memiliki keunggulan yaitu mendapatkan banyak komentar positif.

⁶⁹ Ibid, h. 13

⁷⁰ Soedjono dan H. Abdurrahman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hal.24

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian dibedakan berdasarkan jenis data yang diperlukan secara umum dibagi menjadi dua yaitu penelitian (jenis data) primer dan penelitian (jenis data) sekunder.⁷¹

a. Jenis Data Primer

Adapun data primer dalam penelitian ini adalah video dakwah dr. Aisyah Dahlan yang berjudul “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan Dr Aisyah” di channel youtube Rumil Al-Hilya.

b. Jenis Data Sekunder

Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku/ *e-book* mengenai dakwah, retorika dakwah, penelitian kualitatif, dan studi literatur lainnya terkait penelitian ini.

2. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.⁷²

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari observasi video youtube berjudul “Kajian

⁷¹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*. (Yogyakarta: Suluh Media, 2018) h.16

⁷² Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h.79

Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan
Dr Aisyah” pada channel youtube Rumil Al-Hilya.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder di dapat dari website jurnal dan buku online seperti DIOJ, Google Scolar, Google book, ResearhGate, Kubuku UINSA, serta artikel terkait profil penda’i dan retorika dakwah.

D. Tahap-tahap Penelitian

Ada 3 tahap yang dilakukan penulis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Tahap pra lapangan

penulis mencari fenomena unik yang akan diteliti. Kemudian fenomena tersebut diangkat menjadi sebuah judul penelitian. Selanjutnya peneliti membuat matriks terkait fenomena yang akan diteliti dan dikembangkan menjadi sebuah proposal penelitian. Dalam pembuatan proposal, peneliti memerlukan banyak referensi agar penelitian semakin kuat sehingga dapat diajukan ke pihak fakultas.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pengumpulan data dengan cara melihat video di youtube secara berulang kali agar peneliti semakin mengerti dengan apa yang akan diteliti. Yang akan diteliti yaitu gaya retorika dr. Aisyah Dahlan. Selanjutnya peneliti akan mencatat dan menyusun data yang telah peneliti dapatkan.

3. Kesimpulan

Setelah tahap pekerjaan lapangan, peneliti menemukan data yang akurat dan dapat di simpulkan. Dan kesimpulan tersebut ditulis pada laporan skripsi dengan sistematis sesuai panduan penulisan skripsi dan dapat disetujui oleh dosen pembimbing.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. 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.⁷³

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan menonton video dr. Aisyah Dahlan yang berjudul “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan” pada channel youtube Rumil Al-Hilya.

2. Studi 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 histories*) kebijakan, peraturan, cerita dan juga biografi. Dan dokumen yang berbentuk gambar contohnya foto, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berupa karya misalnya karya seni patung, film, gambar, dan lain-lain.⁷⁴

Adapun studi dokumentasi yang dilakukan peneliti adalah studi dokumentasi terkait buku dakwah, retorika dakwah dan artikel tentang profil dr. Aisyah Dahlan.

F. Teknik Validitas Data

1. Ketekunan dalam Pengamatan: Peneliti mengamati data yang telah ada dengan teliti, cermat serta rinci terhadap faktor-faktor yang diperlukan. Ketekunan

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cet 23(Bandung: Alfabeta, 2016) h. 226

⁷⁴ Ibid h. 240

dalam mengamati diperlukan agar data yang didapat benar-benar data yang valid. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati video berulang kali, serta membaca transkrip video yang sudah peneliti tulis sebelumnya.

2. Triangulasi: Triangulasi merupakan pengecekan data dengan cara mencocokkan hasil data seperti catatan dan dokumentasi dengan sumber informasi yang telah didapat sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti mencocokkan gaya retorika dalam video dakwah dr. Aisyah dengan referensi-referensi terkait gaya retorika.
3. Pemeriksaan Teman Sejawat: Pemeriksaan teman sejawat maksudnya adalah mengajak teman yang paham mengenai penelitian ini untuk berdiskusi. Dalam penelitian ini peneliti berdiskusi dengan Bapak KH. Abdullah Sattar S.Ag, M.Fil.I. dalam penelitian ini, bimbingan dilakukan beberapa kali secara online maupun secara tatap muka langsung.
4. Ketercukupan Referensial: Referensi yang cukup dapat menjadikan data semakin akurat. Adapun referensi-referensi yang digunakan rata-rata diambil dari e-book dan jurnal pdf dikarenakan pandemi yang menyebabkan keterbatasan akses di berbagai perpustakaan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut bogdan adalah, *“data analysis is the process of systematically searching and arranging the increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others”* maksudnya ialah analisis data merupakan proses pencarian serta penyusunan data secara sistematis. Data tersebut diperoleh dari teknik pengumpulan data berupa catatan lapangan dan juga

wawancara serta teknik pengumpulan data lainnya. Sehingga data tersebut dapat di presentasikan kepada orang lain.

Adapun analisis data kualitatif bersifat induktif, maksudnya ialah suatu analisis berdasarkan data yang telah diperoleh, dikembangkan dan dijabarkan lagi menjadi sebuah hipotesis.

Adapun peneliti akan menganalisis video dr. Aisyah Dahlan berjudul “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-Laki dan Perempuan.” di channel youtube Rumil Al-Hilya dengan analisis model Miles *and* Huberman.

Miles *and* Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.⁷⁵

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Data yang di dapat dari lapangan pastilah sangat banyak, sehingga data perlu di perlu dicatat secara rinci serta teliti. 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.

Adapun Reduksi data atau kondensasi data adalah *“a form of analysis that sharpens, sorts, focuses, discards, and organizes data in such a way that ‘final’ conclusions can be drawn and verified.”* (suatu bentuk analisis yang mengasah, menjeniskan, memfokuskan, membuang dan menyusun data

⁷⁵ Ibid, h. 246

sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diteguhkan)⁷⁶

2. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data ini bisa berupa bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori *flowchart* dan sejenisnya. Namun pada penelitian ini data disajikan dalam bentuk naratif teks.

“Looking at displays helps us understand what is happening and to do something, either analyze further or take action, based on that understanding.”

⁷⁷Maksudnya ialah, 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.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian adalah sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya. Adapun kesimpulan dapat berupa gambar ataupun deskripsi dari suatu objek baik jelas maupun samar-samar. 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.⁷⁸

⁷⁶ Matthew B. Milles, A. Michael Huberman, Jhonny Saldana, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3* (California: SAGE Publications, 2014) h.12

⁷⁷ Ibid, h.13

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cet 23(Bandung: Alfabeta, 2016) h.252-253

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Profil dr. Aisyah Dahlan

dr. Hj. Siti Aisyah Dahlan Hussein, CHt. Atau yang lebih sering disapa dr. Aisyah adalah seorang perempuan kelahiran Jakarta, 17 Desember 1968. Dia bertempat tinggal di Jl. Pratama. Pulo Asem, Rawamangun, Jakarta Timur. Pendidikan dasar hingga menengah ia tempuh di Jakarta, kemudian melanjutkan kuliahnya di Fakultas Kedokteran Universitas Hasannudin Makassar. Ia melanjutkan program profesinya di Fakultas Kedokteran Universitas Gajah Mada Yogyakarta. dr. Aisyah pernah mengikuti “*Drugs Abuse Concellor Training*” di Kuala Lumpur, Malaysia dan pernah bekerja sebagai kepala unit narkoba di RS Harum Jakarta. Berkat aktivitas dan profesinya sebagai seorang dokter profesional, dr. Aisyah telah meraih beberapa penghargaan, misalnya sebagai “perempuan inspiratif di Indonesia”, majalah OASE, 2018; penghargaan Indihome Inspiring Woman Award dari Telkom Indonesia, sebagai “*Woman Health Activist*”; sebagai “Wanita Inspiratif” dari *She Can Award Tupperware*; “Sang Teladan”, dari Tempo Media dan Decolgen; “Piagam Penghargaan sebagai Anggota Penanggulangan Penyalagunaan Narkoba” dari BNP Provinsi DKI Jakarta; dan mendapat predikat sebagai “Orang yang Bekerja dengan Nurani Menurut 8 Habbits, Steven Covey” dari Dunamis Organization Services, tahun 2007. dr. Aisyah tidak hanya berprofesi menjadi dokter, tetapi juga motivator dan pendakwah di beberapa tempat. Contohnya seperti di komunitas Rumah Ilmu (Rumil) Al-hilya. Dakwah dia sendiri seringkali di upload di channel youtube Rumil. Selain channel Rumil dakwahnya juga sering di upload pada channel Dakwah

Remaja Islam dan channel pecinta dr. Aisyah Dahlan, CHt. Dakwah-dakwah beliau biasanya bertemakan seputar hubungan keluarga dan di sangkutkan dengan ilmu-ilmu neurosains.⁷⁹

2. Gambaran Video Dakwah dr. Aisyah Dahlan di Youtube

Video dakwah dr. Aisyah Dahlan yang berjudul “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan dr Aisyah Dahlan” di youtube ini berdurasi 1 jam 42 menit 52 detik. Video ini dipublikasikan pada tanggal 19 mei 2016 oleh channel youtube rumah ilmu yang bernama “RUMIL AL-HILYA” dan telah di tonton sebanyak 979.902 kali. Video dakwah tersebut diberi judul kajian karena di dalamnya terdapat beberapa kajian mengenai ilmu neurosains yang dijelaskan secara ilmiah, yang kemudian disisipi nilai-nilai dakwah islam.

Pada video tersebut diperlihatkan dr. Aisyah sedang mengisi sebuah kajian ilmiah tentang perbedaan otak laki-laki dan perempuan. Dalam kajian ilmiah tersebut disisipi nilai-nilai dakwah Islami. dr. Aisyah ketika berdakwah menggunakan busana muslim total-total, dan memakai kerudung berwarna hijau matcha. Dia berdakwah sambil berdiri dan berjalan-jalan kecil di area panggung. Lokasi dakwah dia berada di Rumil (Rumah ilmu) Al-Hilya, Jl. Bukit Barisan Blok J 222, Cinere Depok. Video tersebut juga memperlihatkan bahwa dr. Aisyah berdakwah menggunakan media power point. Ruangan dalam video tersebut bernuansa *classic* dengan tembok sebelah kanan bergambar bunga-bunga dan di bagian pojok ruangan, tepatnya dibelakang dr. Aisyah, terdapat kitab-kitab dan buku-buku yang tertata pada sebuah rak yang tingginya

⁷⁹ <https://youtu.be/QOj9QXPTkeM>, diakses pada tanggal 22 Desember 2020

kurang lebih 120cm. Di atas rak terdapat hiasan bunga-bunga yang menempel di dinding. Di samping rak tersebut terdapat spanduk kecil. Spanduk tersebut bertuliskan logo rumah ilmu al-hilya, tulisan rumah ilmu al-hilya serta alamat dari rumil sendiri. Dibelakang spanduk terdapat gucci berwarna biru yang terpajang di sebuah rak gucci yang menempel pada tembok. Disamping dr. Aisyah sendiri terdapat meja yang diatasnya diberi tissue. Adapun audiens dari dr. Aisyah dahlan tidak ditampakkan dalam rekaman video tersebut. Namun dari suara audiens yang masuk ke dalam rekaman, dan juga panggilan dr. Aisyah kepada audiens “Ibu-ibu yang di rahmati Allah”, menandakan bahwa audiens yang hadir pada kajian tersebut berasal dari kalangan perempuan. Dan pada video tersebut, Audiens terdengar antusias mendengarkan ceramah. Misalnya ketika dr. Aisyah bertanya “Waktu itu kita belajar apa hayoo?”, audiens menjawab “otak”. Nada audiens ketika menyahuti pertanyaannya terdengar kompak dan bersemangat.

Pada awal dakwah, dr. Aisyah Dahlan menyapa audiens terlebih dahulu, kemudian mendoakan majelis dan menaburkan sedikit humor ringan pada perkataannya. Dia berkata “ini kuliah siang aja ibu-ibu yang dirahmati Allah masih mau disini. *alhamdulillah* ya Allah, mudah-mudahan penuh berkah ya. Ini kerasa ini malaikat banyak banget disini hehe, *alhamdulillah* ya Allah”.

Kemudian dia menjelaskan tema perkuliahan di majelis tersebut. Dan mengajak audiens mengingat-mengingat kembali tema perkuliahan sebelumnya. “masih ingat nggak bu? Tema perkuliahan kemarin apa?” audiens menjawab “masih”. kemudian dr. Aisyah bertanya sembari menaburkan humor dipertanyaannya. “iya, tentang otak, kemarin laki-laki berapa (kosa kata dan gerak tubuh) per hari? Iya 7000 benar, perempuan berapa?, 20.000, ibu ibu di rumah sudah diteliti di rumah

suaminya termasuk yang berapa? 5000 kah? 7000 kah? Atau 9000?” kemudian audiens ramai menjawab pertanyaan. Hingga ada salah satu jawaban yang membuat dr. Aisyah kaget dan tertawa, “Hah, ada yang pake 500 haha” .

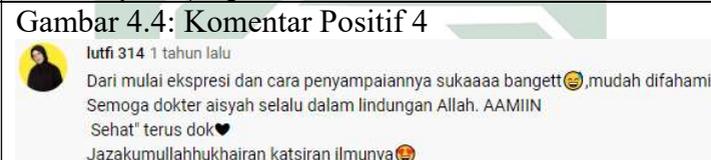
Sembari me-review kajian yang lalu. dr. Aisyah menyisipkan dakwahnya “kenapa Allah menciptakan otak laki-laki, kanannya lebih mendominasi? Karena anak laki-laki harus kreatif, harus punya ide banyak”. Perkataan dia mengalir ketika mengulas kajian sebelumnya, dengan gaya bicara serta gerakan tubuh yang khas dr. Aisyah mengajak mad’u masuk ke dalam kajian pada hari itu.

Kemenarikan retorika dakwah dr. Aisyah dalam video youtube tersebut dibuktikan melalui banyaknya komentar positif. Adapun beberapa komentar positif tersebut ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1

Beberapa Komentar Positif yang ada pada Video “Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-Laki dan Perempuan dr. Aisyah Dahlan”

1	Gambar 4.1: Komentar Positif 1 	
	Akun : Deddy Juniawan	Teks : “Sangat menarik, enak ditonton dan di dengar... banyak manfaat, membuat tersenyum dan tertawa juga.”
2	Gambar 4.2: Komentar Positif 2 	
	Akun : Hardy	Teks : “Dokter cantik, cerdas dan komunikatif,

		top markotop deh buat bu Dokter Aisyah Dahlan, syukron ilmunya.”
3	<p>Gambar 4.3: Komentar Positif 3</p> 	
	Akun : Widya Abimanyu	Teks : “Suka... cara menyampaikannya simpel tapi masuk.”
4	<p>Gambar 4.4: Komentar Positif 4</p> 	
	Akun : Lutfi 314	Teks : “Dari mulai ekspresi dan cara penyampaiannya sukaaa banget, mudah difahami!! Semoga dokter Aisyah selalu dalam lindungan Allah, Aamiin. Sehat-sehat terus dok, Jazakumullahhukhairan katsiran ilmunya.”
5	<p>Gambar 4.5: Komentar Positif 5</p> 	
	Akun : Azzahrotul Jannah	Teks : “Masyaallah Bu dr. Aisyah lucu banget, ketawa terus liatnya, jadi banyak ilmu yang saya dapatkan, terimakasih dok.”

B. Penyajian Data

1. Hasil Transkrip Video

Video “kajian ilmiah perbedaan otak laki-laki dan perempuan oleh dr. Aisyah Dahlan” ini berdurasi 1 jam 42 menit 52 detik. Agar mempermudah pemahaman

tentang isi kajian dr. Aisyah, peneliti mencantumkan sebagian transkrip video dr. Aisyah sebagai berikut:

(Keseluruhan transkrip ada pada bagian lampiran)

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh, alhamdulillah rabbil alamin, washolatu wasssalamu alaa ashrofil anbiyaa'i walmursalin, wa alaa alihi wa shohbihi ajma'in, amma ba'du.

[Paragraf 1]

Alhamdulillah ini kesini lagi ya, tapi yang luar biasa kuliah ini kuliah sampe siang aja ibu-ibu yang dirahmati Allah masih tetap disini, ya Allah.. alhamdulillah ya. Mudah-mudahan penuh berkah ya. Dan ini kerasa nih malaikat banyak banget disini hehe.. alhamdulillah ya Allah.

[Paragraf 2]

Iya kali ini saya mau melanjutkan kajian waktu itu yaa. Waktu itu kita belajar apa hayoo? Otaaak. Bedanya otak laki-laki sama perempuan. Ya, jadi masih baanyak sebetulnya tuh. Masih banyak itu. Saking banyaknya itu penelitiannya 10 tahun bayangkan, 10 tahun meneliti bedanya otak pria dan wanita, ya. Masih ingat pelajaran lalu ya? Hayoo yang masih harus di ingat itu... yang paling gampang. Laki-laki berapa per-hari? jumlah komunikasinya, mulai dari kata-kata, ya? (jamaah menjawab "7000") Oh iyaa. Sudah dilihat suami di rumah dia yang kategori apa? Hehe.. 5000 kah? 7000 kah? Atau yang 9000? Hah? Ada yang pakai 500? Hoo 4000? Bapak dirumah 4000? Ga nyampe? Kata-katanya 4000 mungkin ya, tapi ada dong bunyi vokalnya, bahasa tubuh mah masak ga ada bu? (dr. Aisyah melambaikan tangan) gitu ga ada? Hehehehe... perempuan 20.000 yaa. Ini yang perlu diingat.

[Potongan Paragraf 7]

Wanita kalau curhat hanya ingin disimak, sementara otak pria, bila wanita curhat, selalu menawarkan solusi,

itu wujud tanggung jawabnya pria. Karena dia ga tega lihat perempuan susah tuh, saya katakan, perempuan susah. Ya perempuan ini, apakah istrinya. Apakah anaknya. Apakah ibunya. Apakah istri orang lain. Pokoknya pria tidak kuat kalau lihat perempuan kalau lagi curhat kok kayaknya susah dia selalu ingin menawarkan solusi. Padahal ini yang bikin berantem. “papa, mama sakit kepala” apa kata suami? “minum obat” solusi bukan itu? Solusi. Cuma celakanya waktu curhat kita udah minum obat duluan. Makanya kata suami “yaudah minum obat” kita marah, obat apaan lagi? Semua obat udah aku minum” lah... katanya sakit kepala. Suami saya tuh lebih parah, kan dia dokter kan, “yah aku sakit kepala”, kata suami saya, “ke dokter dong” “hah? Bukannya kamu dokter?” “oh iya yah,” katanya. Iya, kita tambah marah. “yah yah, aku kan ada bakti sosial, ih aku saltum, salah kostum, sepatu aku yang segini”. Kan cuma mau cerita yah, apa kata suami biasanya kalau gitu? “salah sendiri, makanya lain kali bawa sandal jepit” “bukan gitu ayaah” noh kan, ada kalimat begitu kan? Setiap cerita, dikasih solusi, bukan gitu, “ayah aku cape banget setiap pagi ngantar anak-anak” apa solusinya kira-kira? Pake ojek kan? Apa kita bilang? “ih bukan gitu ayah, ayah ga ngerti yah, ojek sekarang yah, iih banyak prmbunuhan” kata suami, “katanya capek” padahal kita, pada saat setelah cerita, udah seger lagi, iya ga? Perempuan cuma mau di bilang gini nih bu, kasihan ya, mama capek, ihiii... uhuy, cuma itu aja, itu tahu tahu udah kuat lagi, “yaudah papa kita jalan-jalan yuk” “katanya cape? Udah di rumah aja” ehehe.. aduh. Saya pernah suatu ketika, lagi makan sama suami, makan mie gitu kan! Udah selesai makan mie saya cerita “kalau pakai nasi nendang yah” “yaudah kita makan nasi aja kalau gitu” “ga gitu” ehehe semangkok mie udah saya makan, suruh makan nasi. “lah kamu bilang nasi nendang?” laa ilaha illa Allah... berterus terusan, yang

tadinya mau mesra-mesraan, jadi gara-gara nasi ama mie nih, wahaha.. kenapa jadi masalah sih, ya Allah, makanya bu, kalau cuma mau curhat, omongkan dari awal, “abi-abi, ummi cuma mau ngomong doang, denger aja ya, itu aman.

[Potongan Paragraf 8]

Wanita berbicara senang kontak mata, karena secara anatomi, corpus colosumnya tebal, dia kuat, ngomong, tatap-tatapan.

[Paragraf 12]

Wanita berbelanja merupakan kegembiraan tapi buat pria, teror! Ehehe... maksudnya begini, pria hanya sanggup mendampingi kita sama-sama itu 20 menit saja. Kalau ibu mau beliin baju anak laki-laki, tolong waktu di mall 20 menit pertama buru-buru, cari kebutuhan dia. Jangan cari kita dulu, karena kalau kita cari kebutuhan kita dulu 2 jam. Dia udah marah, udah males. “udah deh, udah deh, beli baju dirumah aja deh, udahlah ga usah lah ibu sih ahh” ingat berapa menit? 20 menit. “kamu ini gimana sih? Ibu tuh mau cariin baju buat kamu kalau mau ada acara.” “udah deh gausah deh gausah” kelamaan, mereka cuma sanggup 20 menit pertama. Pada saat kita sampai di toko tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan. Setelah itu dia senang, laki-laki senang mengadakan kesepakatan dulu. “Bapak, mama mau masih cari baju aku” “berapa jam?” “2 jam” gapapa asal di omongkan. “Yaudah mama aja duluan deh, aku nunggu di nongki aja” suami saya juga begitu. “yaudah ya” “ya” pasti dia nanya tuh, “*handphone lowbatt* ga?” “enggak”. Laki-laki senang belanja tetapi cara belanja laki-laki dia datang ke tempat langganannya. Dan jarang jalan, yang jalan tuh nanti SPG. SPG yang jalan, kalau kita? Kita yang jalan. “ngapain SPG jalan” ehehe... “biar-biar saya yang cari ke toko sebelah” “yaa ibu”. Iya kan? Itu perbedaanya. Laki-laki tuh seneng dikasih, dan laki-laki tuh paling ga suka

disuruh memilih, “papa, papa, papa, bagus mana nih? Merah atau biru?” lagi ngeliat gadget kan, “yang merah” “yakin pah?” atau kadang kita suka gini, “yang biru lagi papa” kata suami “siapa suruh milih?” “kenapa nanya” dia paling males tuh, karena tahu kebiasaan perempuan, pas dipikirkan membantah, sebetulnya bukan perempuan mau membantah ibu, perempuan lebih suka dipikirkan tapi ga langsung *to the point* “papa, bagus merah apa biru?” “merah” dia perempuan suka begini, kalau suaminya pintar begini, kasih aja 3 menit. “papa pilih biru apa merah?” “nah jalan, jalan... oke nah, kelihatannya merah, merah kalau mama pake merah agak langsingan” aahh itu dia tuh. Walaupun tadinya kita mau pilih biru, “bener ayah?” “iyah, cakep banget cocok banget sama sepatunya, lebih cerah gitu mukanya” asik, yang tadinya milih biru tuh si ibu dengan rela melepaskan yang biru, bwah.. merah. “ih gila loh, tumben banget pakai baju merah?” “iya suami gue yang milih” ahaha... jadi bukankita mau membangkang bu, kesalahan laki-laki juga milih warna aduh laa ilaha illa Allah, abis liat *gadget* liat langsung ngomong, jadi kita tidak percaya, itu juga saya kasih ilmu saya sama suami saya, “kasih tahan 3 menit” gitu hehe... supaya saya tidak membantah, atau kalau saya udah tahu saya udah milih biru saya ga usah nanya. Udah, ngapain juga? Kadang udah cantik gitu, “yah cakep ga?” ahaha.. gitu kita kan, kadang sambil main *gadget* liat doang, “he’em” gitu, ga suka laki-laki, mending ibu foto *selfie* kirim ke *gadget*-nya. “baju baruku”. Suami saya lebih seneng liatin *gadget* kenapa? Dia *zoom*, kalau Cuma liat langsung, dia lihat “hem... cakep” pas saya kirim fotonya ke suami saya langsung ke *gadget*-nya, dia akan *zoom*, kasih like. Itu kasih jempol saya udah sujud syukur bu. Jadi tinggal tunggu, begini apa begini. (menunjukkan jempol / jempol terbalik) ehehe.. iya, lagian nanya udah malem. Kata-kata udah

abis. Ingat ya, laki-laki tidak kuat pandang-pandangan, laki-laki tidak kuat lihat wajah, laki-laki lebih senang lihat benda. Mumpung jaman *gadget*, kirim saja informasi lewat *gadget* gapapa bu, daripada kita marah sama suami marah sama anak laki-laki. Supaya lihat kita sebagai manusia ini, bukan sebagai benda, yasudah kirim informasi kesitu aja udah. Kalau perlu kalau mau makan menu siang kirim dulu nih. “sayur asem apa ikan asin?” jepret jeprettt... yang gitu-gitu itu soalnya laki-laki lebih seneng kalau lihat? Benda. Inget bu, inget ya.

[Paragraf 13]

Wanita menonton acara TV dengan tekun, pria suka mengganti saluran TV. Iya bu, berantem ga? Gara-gara ini bu? Iih dulu jaman nonton film maria mercedes, tau ibu maria mercedes? Siapa yang tahu? Tuh kan ketahuan umurnya nih. Umur-umur tahun 68. Yah maria mercedes dulu RCTI diganti dengan TVRI. Laki-laki kenapa mengganti? Dia mencari solusi. Kalau dia lihat “udah tahu nih gue” ganti. Kalau perempuan tidak, perempuan ingin menikmati emosi pemain, dari satu *scene* ini, dia pengen tahu. Makanya kalau kita ketinggalan, kalau film-film yang berseri yang kemarin, nanya mulu “nih kenapa nih begini nih” “kok dia jadi gini?” mbak saya di rumah “bu, nonton aja deh bu” ehehe... makanya kadang-kadang *scene* berikutnya takut kelewatan, iklan dia tonton juga tuh. Iya, makanya iklan tuh selalu di target untuk ditonton ibu-ibu. Iya, karena kita sering tidak mau lewatkan itu. Kan masih seneng nonton kan. *Next*.

[Paragraf 17]

Jadi laki-laki itu punya hormon testosteron, hormon testosteron itu hormon berburu mangsa, berperan pada pertahanan hidup manusia dan melawan penyerang, ini laki-laki. Sifat laki-laki berburu ya bu. Berburu ya, jadi kalau mau selalu dinamis suami melihat kita, jadikan dia berburu kita jadi kijang bu. Gimana kijang? Belajar aja

ilmu kijang dimana ya? Tidak terlalu monoton. Laki-laki tidak suka istri yang monoton ya. Laki-laki senang kalau kita sedikit manja, atau bahkan banyak manjanya. Asal berdua ya, asal berdua. Nelpon suami juga suara ga boleh monoton bu, ga boleh monoton, buat laki-laki kalau kita suaranya melengking kayak anak. Itu bawah sadarnya akan melindungi kita “ayah dimana? Udah makan?” (memperagakan telpon bernada naik turun) he’e... harus gitu, daripada “ayah dimana, mama bikin bubur” tetapi kalau bekerja, kalau bekerja... saya ulang sedikit, kalau bekerja, mitra kerja kita tidak suka kalau perempuan suara melengking, dia senang suara berat, karena dia anggap wanita itu cerdas. Jadi kalau kita negosiasi sama mitra kerja, harus berwibawa suaranya. Supaya suara wibawa jadinya, dagu mendekati dada, kalau setiap ngomong “Jadi begini pak...” ciya.. “saya sudah mempersiapkan modul-modul untuk nanti bapak presentasikan” uh kelihatan keren itu, ya. Gasuka bos-bos melihat perempuan yang melengking suaranya “bapaak...” hehe... “masa program saya ga disetujui ah bapaak” gasuka itu, ga suka. itu langsung turun itu, ga dianggap cerdas itu. Ga intelek. Kalaupun di iyakan itu karena “udah cepet-cepetlah pergi”. Dan laki-laki suami kita kalau ingin menggoda kita makin berat suaranya. “mama dimana?” cakeep, berat suaranya. Iya gitu, makin berat itu dia menggoda kita. Itu adalah fitrah bawah sadar, dan itu dinamis sekali dan harus dipelajari ya, namun... namun ya, testosteron ini ternyata tidak menetap. Next.

[Potongan Paragraf 19]

Kita lihat kalau wanita. Bagi wanita terjadi sebaliknya. Setelah menopause atau pre menopause. Tingkat hormon estrogen menurun, sehingga perbandingan hormon dan tubuhnya berubah. Hormon testosteronnya lebih tinggi, itulah mengapa wanita usia 40-50 tahun terlihat lebih tegas dan lebih percaya diri. Ya,

kenapa? Estrogennya sudah menurun bu, tinggal hormon laki-lakinya, sehingga perempuan terlihat lebih jantan, lebih sering keluar ngurus macam-macam, sementara suaminya lebih seneng pengen dirumah.

[Potongan Paragraf 20]

Caranya apa? Sampaikan tujuan dan berapa lama durasinya, “mas-mas maaf banget, nanti abis maghrib aku mau ngomong 5 menit aja ya” laki-laki senang begitu. Setelah 5 menit kita bablas jadi 20 menit gapapa, ya. Yang penting sudah melakukan kesepakatan. “Yah yah, maaf yah, nanti nih jam 8” karena laki-laki senang begitu, jadi dia ngatur “tek tek tek” makanya kenapa laki-laki seneng meeting. Karena teratur kan? “bapak nanti meeting jam 3” “berapa jam?” “1 jam” “oke, siapa saja orangnya” ini, ini, ini, ini. Kenapa dia seneng meeting? Karena meeting itu, dia bersaing konsep, bersaing ide, karena laki-laki senangnya bersaing. Kalau perempuan karena senang berkumpul, gapake waktu juga kadang-kadang gapapa. “iyalah pokoknya ketemu aja deh, di Rumil” “oh iya dengan senang hati” karena perempuan kalau berkumpul, dia mengumpulkan informasi. Di luar informasi tausiah, ada juga informasi lain tuh, iya kan? Tuh perempuan, makanya perempuan dikategorikan senang berkumpul, ya? Iya. Tidak hangat, tidak penuh kasih sayang, tidak bicara banyak, ini semua kan fitrah sudah, emang cuma 7000 kata apalagi malem, yaaa makanya jalan siang hari jam 12 bu, yah. Tidak bertanggung jawab terhadap hubungan. Mengerti ga bu? Tidak bertanggung jawab terhadap hubungan? Ya, laki-laki itu nampaknya begini, mereka, mereka lucu nih laki-laki, kalau habis hubungan intim maaf ya, apa bu? Apa bu? Tuh sama kan? 95 % pria habis hubungan intim tertidur, kenapa? Lagi *fly*, orgasme, *fly*. “maap bapak-bapak” hehe.. disiarin loh entar ahaaha.. ya? Iya? Nanti pas yang ini “tuuut” gitu ya. Karena ini buat perempuan

aja sebetulnya, ya? Sensor. Jadi pria, pada saat maaf hubungan intim itu, keluarlah hormon bahagia namanya endorfin, morfin alami, itu banjir, sama bajirnya orang pakai puntau, pakai heroin, maka anak-anak pakai puntau itu abis pakai puntau tidur, maka suami juga begitu, tidur. Dia *fly* saat itu dia sedang menikmati kebahagiaan setelah mendapat layanan istrinya. Sudah! Jangan di cubit.

[Potongan Paragraf 23]

Ingat bu, ingat tetap selalu cantik, selalu tersenyum, suami senang liat perempuan tersenyum. Laki-laki senang lihat perempuan tersenyum, itu *statement*-nya. Itu risetnya ya. Senyum aja. Senyum aja. Kalau lagi capek, susah senyum yaudah jangan lihat wajah suami. Kemana kek gitu yah. Kemana gitu. Suami datang, tahan. Tahan senyumnya 10 menit. “eh abi, alhamdulillah udah datang, macet yah bi, ya Allah kasihan, minum yah bi” (memperagakan melihat jam tangan) masih 7 menit lagi. Karena selama ini kita ngaco ya, udah bagus, kata ustad ustadzah lihat suami sambil senyum gitu kan. “eh abi” dan kita salah, pas kita senyum maunya dibales senyum. Bisa, tapi tunggu 10 menit. Makanya kita yang tahan. Selama ini pria berpikir begini, kenapa istri saya berubah terus mukanya itu? Ya begitu, karena kita senyum, 5 menit senyum menit ke 6 kita berpikiran jelek “tuhkan dia gasuka pulang ke rumah” menit ke 7 mukanya miring. Suami baru mau senyum, kn ini 7 menit nih. Nah pertengkarnya di menit ke 7 nih. Suami udah mau loading ke 10 menit. Kita kelamaan 7 menit senyum. Itu bahaya tuh 7 menit pertama pertemuan tuh. “yes saya tahan” niatin “ya Allah saya senyum 10-15 menit, tahan ya Allah, biar masuk surga ya Allah” suami tuh seneng banget. Saya dulu, mraktekin ini tahun 2006 yah. Saya lihat responnya gabagus respon muka dia yang 10 menit itu. Tapi rupanya dia cerita-cerita di kantornya “ih istri

saya baik banget, selalu senyum, penuh senyum” bahkan istri-istri temannya semua disuruh belajar sama saya.

Pada sesi pertanyaan, dr. Aisyah menjawab pertanyaan jamaah “gapapa, suami seneng lihat benda, lihat TV, lihat ibu gerak itu benda loh bu. Suami-suami kan kalau pagi duduk ditempatnya kan itukan? Dia kan seneng lihat kita tuh. Kita bolak-balik bolak-balik. Asal kita ga liat mukanya dia seneng bu. Tapi yang cantik juga jalannya. Yang pura-pura gituloh, sama anak-anak ‘iya nak, sayang’ gitu, yang gitu. Jadi dia lihat senang. Jangan yang ya Allah, udah pakai daster robek salon pas dileher ‘yah benda apaan tuh’ iyakan bu. Laki-laki tuh seneng duduk aja gitu. Saya ada kursi suami saya. Itu tim saya tuh tahu persis tuh. Kamar saya kan diatas tuh, turun kek gini tuh, dia pasti lihatin saya. Dulu saya waktu turun selalu liatin dia. Makanya dia ga ngeliat. Saya dari atas saya tatapin terus gitu. Dia ga ngeliat. Saya udah tahu ilmunya nih 2006 kayak sinderela gitu. Itu dia lihat loh bu.”

Jamaah bertanya lagi. Dijawab oleh dr. Aisyah menjawab “iya dong masuk syurga. Ga usah masuk syurga akhirat, syurga dunia udah masuk bu,bu. Kan ingat perempuan itu diciptakan memang untuk *show off*. Iya bu, buat siapa coba? Iyalah udahlah, kita kayak diva gitu. Bener, diam aja. Abis tuh lipstik arab saya tuh yang ijo tuh dipakai setiap malem tuh. Tahu kan lipstik ijo tuh, yang warnanya gapernah luntur. Malem pake, biar abis dicium ga luntur. Ampe subuh, jadi pas suami saya bangun liat muka saya masih bersinar. Lipstik arab ijo. Kalau pulang dari haji, pulang dari umroh, minta oleh-oleh itu. *Made in china* tuh bu, dari jaman *baheula* dari jaman nenek saya juga. Dia ada pelembabnya juga, kan bagus kan dan ga hilang. Minyak wangi dipake ‘set set’ gitu, malaikat doakan kita terus. ‘ya Allah nih ibu, centil

banget' hehe. Tapi kan di depan suami, gitu. Yah bu, oke Alhamdulillah ya."

Jamaah berikutnya bertanya. Kemudian dr. Aisyah menjawab "laki-laki terus meminta, iya memang begitu. Inget ga pelajaran kita dulu tuh. Kalau di otak tengah perempuan adalah otak tanggung jawab, kalau otak tengah pria apa kemarin?" jamaah menjawab, namun suara tidak masuk ke video. "yah... mau gimana caranya begitu, walaupun frekuensinya berkurang. Kadang-kadang pada usia tua itu. Kadangkala pada usia tua itu kita kadang-kadang tidak mempermasalahkan. Tetapi kita menatap dia jadi gembira, dia menatap kita jadi gembira gitu. Banyak diluar negeri oma-oma mereka surat-surat cintanya mereka baca ulang-ulang bersama lagi. Surat-surat cinta jaman dulu gitu ya. Jangan liat mukanya, lihat suratnya saja gitu ngebayangin yang dulu. Kalau ngebayangin mukanya "nih kenapa begini?" gitu hehe. Jadi oma-oppa di eropa sana kenapa dia makin mesra, surat cintanya itu yang dulu, itu dibuka, dibaca sama-sama, dan dia menimbulkan semangat. Menimpulkan apa, ya CLBK yah, cinta lama belum kelar hehe. Asal sama suami istri yah bu. Itu lagi yah, semangat, semangat untuk menjalani sisa hidup. Makanya pada saat masih muda-muda kayak gini. Harusnya punya kenangan-kenangan sebetulnya. Cuman kan udah susah surat-suratan, ya masak surat-suratan. Udah susah ya? Kalau saya masih punya surat-suratan sama suami. Karena dia jauh waktu itu surat-suratan yah. Saya lima lembar dia setengah lembar. Yah gapapa juga, karena kita faham kita 20000 kata, dia cuma 7000 malem-malem lagi nulisnya. Sementara waktu itu suami saya bilang 'kamu kok ga nulis surat buat saya', 'oh mau? Seneng yah?', 'yaiyalah' 'tapi kenapa kamu balasnya cuma setengah?', belum tahu ilmu ini. Gitukan, itu saya kumpul, saya baca keras-keras. Sms-sms suami yang semenjak ga ada di surat, saya tulis

kembali di dalam diary gitu. Bukan buat dia, buat saya. Kalau lagi mulai empet buka tuh. Nah itu kenangan yah sebetulnya. Jadi gitu aja bu. Gitu-gitu. Satu lagi cara pada saat menatap suami, terutama istri yah, karena istri yang lebih banyak berikhtiar baca 'ya rahman, ya rahim, ya Allah saya mohon ya Allah curahkan kasih sayangmu pada kami berdua' sebut namanya ya, kalau saya sebut nama suami saya 'Prianto bin Ismadi dan Aisyah Mulia binti Dahlan Husain, curahkan ya Allah, curahkan' bayangin dia peluk saya, saya peluk dia, begitu saja, begitu saja. Apa yang terjadi? Nanti yang kita doain itu terjadi. Gitu 'ya Rahman, ya Rahim, ya Rahman, ya Rahim' kan rahman rahim itu penuh kasih sayang ya. Itu untuk menyantetnya yah bu hehe, jadi semua ilmu kita pakai bu ya? Demi kita menuju sakinah mawaddah warahmah. Masyaallah yah bu. Ibu emang usia berapa, saya liat masih muda? 55, bapak? 61, betul ga tadi yang saya bilang selalu mau ditemani, kemudian dibelai di elus. Iya memang begitu. Dia juga bingung, 'kenapa yah sekarang saya jadi butuh istri saya, kenapa yah' dia juga bingung sebetulnya, tapi kalau sudah tahu kalau ini masalah hormon dia akan menerima dengan baik, gitu. Kalau kita daridulu udah ditinggal melulu kan? Kita pikir dia tetep dia yang dulu, padahal ada perubahan di dalam hormon yah? insyaAllah tambah mesra ya bu. Saya doakan ya bu. Tidur pegangan tangan, siapa yang setiap tidur masih pegangan tangan? Ah *good yes* Alhamdulillahirabbil alamin. Iya iya iya, he'em. Kalau dia gamau pegang, kita yang pegang bu. Gapapa, candain aja 'kenapa sih kamu pegang tangan aku?' 'kata nabi, akan luntur dosa-dosa kita berdua' gitu-gituin bu suami ya. Kita juga butuh yang gitu-gitu. Udah bu, ga selesai-selesai ini ngomong suami istri nih. Yak baik terimakasih ibu-ibu yang dicintai Allah, terimakasih wabilaihi taufik

wal hidayah. Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.”

2. Hasil Observasi Gaya Retorika Dakwah dr. Aisyah dalam Video Youtube

a. Gaya Bahasa

Dalam video kajian ilmiah perbedaan otak laki-laki dan perempuan, dr. Aisyah menggunakan bahasa Indonesia dan juga sedikit dicampur dengan bahasa Betawi, Arab dan juga Inggris.

b. Gaya Suara

Pada penyampaian materi, dr. Aisyah menggunakan beberapa gaya suara. Dia memainkan lemah lembut suaranya, tinggi rendahnya suara, dan juga menekankan bunyi pada kalimat-kalimat tertentu.

c. Gaya Gerak

Ketika dr. Aisyah tampil, dia menggunakan pakaian yang sopan, rapih dan juga tertutup. Pada awal pembukaan kajian, dia berdiri tegap dan terlihat formal. Pada pertengahan kajian, dia banyak bercerita, sehingga dia memperagakan adegan-adegan dalam cerita yang dia sampaikan. Pembawaan ceramahnya sangat ringan. Dia banyak tersenyum dan mengarahkan pandangan matanya ke arah mad'u.

Gambar 4.6

Video Kajian dr. Aisyah di Youtube



C. Analisis Data

Pada bagian analisis data, dijelaskan secara terperinci mengenai retorika dakwah dr. Aisyah Dahlan melalui video youtube. Yaitu di antaranya gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh. Dengan menggunakan analisis Miles dan Huberman yaitu memilih data dan menyajikan dan mengambil kesimpulan. Adapun analisis data yang telah diperoleh adalah:

1. Gaya Bahasa dr. Aisyah Dahlan

Gaya bahasa adalah cara untuk menyampaikan bahasa atau biasa disebut *style*. *Style* atau gaya bahasa menjadi problem atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu.⁸⁰

Pada penelitian ini, peneliti mengamati gaya bahasa pada retorika dakwah dr. Aisyah dalam video youtube, di channel Rumil Al-Hilya. Analisis yang

⁸⁰ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010) h.112

digunakan peneliti adalah analisis model Miles dan Huberman.

a. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

1) Gaya Bahasa Resmi

Unsur-unsur bahasa resmi diambil dari pilihan kata dari bahasa standar terpilih. Biasanya digunakan pada pidato resmi seperti pada pidato amanat kepresidenan, berita negara, khotbah-khotbah mimbar, tejuk rencana dan pidato-pidato penting, namun tidak jarang juga digunakan dalam pidato umum seremonial.

Peneliti menemukan gaya bahasa resmi pada kalimat:

“Assalamu’alaikum warahmatullahi wabarokatuh, alhamdulillah rabbil alamin, washolatu wassalamu alaa ashrofil anbiyaa’i walmursalin, wa alaa alihi wa shohbihi ajma’in, amma ba’du.”

Pembukaan kajian oleh dr. Aisyah diawali dengan kalimat resmi. Kalimat tersebut merupakan kalimat pembuka yang paling umum dan biasanya digunakan pada khotbah-khotbah mimbar. Bahasa resmi di awal kalimat dipakai agar kelas kajian pada hari itu terkesan seperti forum formal. Penggunaan bahasa pembukaan resmi selain dipakai pada pidato kepresidenan dan khutbah, juga dipakai pada acara-acara semiar, *workshop*, *training class* dan juga kelas perkuliahan.

“Setelah kita belajar bahwa begitu Islam menghargai hubungan suami istri, begitu Islam mengindahkan istri untuk berbakti pada suami, tambah sedikit tentang perbedaan otak pria dan

wanita, itu membuat kita menerima hadits-hadits dengan sukarela,”

Kalimat tersebut baku dan tidak terdengar seperti sebuah percakapan. Pemilihan kata pun berdasarkan bahasa standar terpilih. Kalimat tersebut merupakan kalimat informatif karena pada kalimat tersebut dr. Aisyah sedang menjelaskan tentang keindahan Islam sehingga bahasa yang baku cocok digunakan pada kalimat ini, agar kata-katanya terkesan puitis dan mengena ke hati mad'u.

2) Gaya Bahasa Tidak Resmi

Pada gaya bahasa tidak resmi, pilihan kata-katanya lebih santai serta sederhana. Kalimatnya lebih singkat, efek keseluruhan kurang luhur apabila dibandingkan dengan gaya bahasa resmi.⁸¹

“Wanita berbicara senang kontak mata, karena secara anatomi, corpus colosumnya tebal.”

Kalimat diatas yang peneliti temukan pada kajian dr. Aisyah Dahlan merupakan gaya bahasa tak resmi. Pada kalimat yang digaris bawahhi bukan merupakan kalimat bahasa standar yang terpilih. “bicara senang kontak” seharusnya dalam bahasa resmi sambungan antar katanya lebih jelas, misal seperti ini “...lebih menyukai berbicara dengan menggunakan kontak...” sehingga kalimatnya terlihat lebih berwibawa. Pada pengucapan kalimat ini dr. Aisyah ingin menjelaskan mengenai kajian ilmiah corpus colosum pada

⁸¹ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010) h. 119

otak, sehingga cocok menggunakan bahasa resmi, namun bahasa tidak resmi digunakan agar mad'u (yang rata-rata dari kalangan ibu rumah tangga) lebih mudah memahami, karena bahasa tak resmi lebih simpel dan lebih mirip dengan bahasa percakapan sehari-hari. Dan setelah mad'u memahami pembelajaran tersebut maka pesan dakwah dr. Aisyah pun tersampaikan, yaitu mad'u dapat bersyukur mengetahui bahwa corpus colosum pada otak mereka lebih tebal di dibandingkan dengan pria.

Adapun kalimat lainnya yang tergolong gaya bahasa tak resmi adalah sebagai berikut:

“laki-laki tidak kuat pandang-pandangan, laki-laki tidak kuat lihat wajah, laki-laki lebih senang lihat benda.”

Kata “pandang-pandangan” pada bahasa resminya adalah “berpandang-pandangan”. kemudian kata “lihat” pada kalimat diatas menunjukkan kata kerja, pada pengucapan bahasa Indonesia yang baku dan resmi, kata “lihat” seharusnya menggunakan kata “melihat”.

3) Gaya Bahasa Percakapan

Pada gaya bahasa percakapan, kalimat-kalimat yang digunakan cenderung singkat dan sering terdengar seolah-olah tidak terpisah oleh jeda/ perhentian final. Seakan-akan disambung terus-menerus.⁸²

Pada kajian dr. Aisyah dicantumkan banyak sekali gaya bahasa percakapan. Contohnya pada kalimat dibawah ini:

⁸² Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010) h. 121

“Alhamdulillah ini kesini lagi ya, tapi yang luar biasa kuliah ini kuliah sampe siang aja ibu-ibu yang dirahmati Allah masih tetap disini, ya Allah.. alhamdulillah ya. Mudah-mudahan penuh berkah ya. Dan ini kerasa nih malaikat banyak banget disini hehe.. alhamdulillah ya Allah.”

Kutipan yang peneliti temukan, tergolong bahasa percakapan karena banyak menggunakan penekanan kata, yaitu kata “ya” seolah-olah mengajak audiens berbicara. Audiens pun meng-Amin-kan perkataan dr. Aisyah ketika menyampaikan kata “mudah-mudahan penuh berkah ya”, jadi terlihat seperti sebuah percakapan. Gaya bahasa percakapan digunakan dr. Aisyah agar mad’u merasakan kedekatan dengan dr. Aisyah. Dan juga agar suasana forum tidak tegang dan terkesan ramah di mata audiens.

Adapun kalimat lainnya yang juga tergolong gaya bahasa percakapan ialah:

“Niatin ‘ya Allah saya senyum 10-15 menit, tahan ya Allah, biar masuk surga ya Allah’ suami tuh seneng banget. Saya dulu, mraktekin ini tahun 2006 yah. Saya lihat responnya gabagus respon muka dia yang 10 menit itu. Tapi rupanya dia cerita-cerita di kantornya “ih istri saya baik banget, selalu senyum, penuh senyum” bahkan istri-istri temannya semua disuruh belajar sama saya.”

Kalimat yang peneliti temukan diatas tergolong gaya bahasa percakapan sehari-hari. dr. Aisyah terlihat sedang menceritakan pengalamannya yaitu tentang hikmah senyum 10-15 menit dihadapan suami yang baru saja

pulang dari kantor. Karena ini sebuah cerita pribadi, gaya bahasa percakapan sangat cocok digunakan dalam kalimat ini, agar mad'u lebih mudah menyerap cerita dr. Aisyah. Kalimat yang digunakan dr. Aisyah juga tergolong kalimat dinamis sehingga mampu menarik perhatian mad'u.

b. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

1) Gaya Sederhana

Gaya bahasa ini biasanya digunakan pada saat memberi instruksi, pelajaran dan sebagainya. Gaya ini biasanya cocok digunakan untuk perkuliahan, dan juga pada kajian. Gaya sederhana lebih banyak digunakan dalam kajian oleh dr. Aisyah, seperti pada kalimat berikut:

“Saya ulang sedikit, kalau bekerja, mitra kerja kita tidak suka kalau perempuan suara melengking, dia senang suara berat, karena dia anggap wanita itu cerdas. Jadi kalau kita negosiasi sama mitra kerja, harus berwibawa suaranya. Supaya suara wibawa jadinya, dagu mendekati dada, kalau setiap ngomong “Jadi begini pak...” ciya.. “saya sudah mempersiapkan modul-modul untuk nanti bapak presentasikan” uh kelihatan keren itu, ya.”

Pada kalimat diatas dr. Aisyah seperti sedang memberikan edukasi/ pelajaran kepada mad'unya. Gaya bahasa sederhana membuat mad'u merasa tenang ketika mendengarkan kajian.

2) Gaya Mulia Bertenaga

Gaya ini dipenuhi vitalitas dan energi. Biasanya digunakan untuk melakukan / mengajak kepada pergerakan sesuatu.⁸³

“Caranya apa? Sampaikan tujuan dan berapa lama durasinya, “mas-mas maaf banget, nanti abis maghrib aku mau ngomong 5 menit aja ya” laki-laki senang begitu. Setelah 5 menit kita bablas jadi 20 menit gapapa, ya. Yang penting sudah melakukan kesepakatan.”

Pada saat menyampaikan kalimat bergaris bawah diatas, gaya bahasa dr. Aisyah terlihat penuh energi dan bertenaga. Kalimat tersebut tergolong emotif dikarenakan terdengar seperti mengajak mad'u untuk menyampaikan maksud dan tujuannya apabila hendak berbicara dengan suami. Gaya mulia bertenaga dipilih agar mad'u antusias dengan ajakan dr. Aisyah.

3) Gaya Menengah

Pada gaya menengah, penyampaiannya biasanya terdapat unsur humor yang sehat, kasih sayang dan juga kelemah-lembutan.⁸⁴

“Saya pernah suatu ketika, lagi makan sama suami, makan mie gitu kan! Udah selesai makan mie saya cerita “kalau pakai nasi nendang yah” “yaudah kita makan nasi aja kalau gitu” “ga gitu” ehehe semangkok mie udah saya makan, suruh makan nasi. “lah kamu bilang nasi nendang?” laa ilaha illa Allah... berterus terusan, yang tadinya mau mesra-mesraan, jadi gara-gara nasi ama mie

⁸³ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20 (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010) h. 117-118

⁸⁴ Ibid, h. 122

nih, wahaha.. kenapa jadi masalah sih, ya Allah, makanya bu, kalau cuma mau curhat, omongkan dari awal, “abi-abi, ummi cuma mau ngomong doang, denger aja ya, itu aman.”

Pada kalimat yang diucapkan oleh dr. Aisyah diatas terdapat banyak humor di dalamnya serta cara menyampaikannya pun dengan lemah lembut, sehingga membuat banyak mad'u tertawa ketika mendengarkan dia. Humor diperlukan dalam dakwah, agar mad'u tidak mudah bosan mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan.

c. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

1) Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan dari kalimat yang bersifat periodik. Gaya bahasa klimaks mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.

Pada kajian dakwah dr. Aisyah banyak menggunakan kalimat-kalimat yang bersifat klimaks, contohnya pada kalimat dibawah ini:

“Bagi wanita terjadi sebaliknya. Setelah menopause atau pre menopause. Tingkat hormon esterogen menurun”

Pada kalimat yang disampaikan dr. Aisyah diatas, gagasan utama terletak di akhir kalimat. Gaya klimaks ini diperlukan agar mad'u merasakan penasaran terhadap apa yang disampaikan dr. Aisyah, sehingga ingin terus menerus mendengarkan perkataannya sampai pada kalimat-kalimat yang paling penting.

2) Antiklimaks

Gaya bahasa antiklimaks adalah kebalikan dari gaya bahasa klimaks, pada antiklimaks, gagasan utama atau gagasan terpenting terdapat pada awal kalimat, lalu dilanjutkan dengan gagasan-gagasan yang kurang penting.

“Jadi laki-laki itu punya hormon testosteron, hormon testosteron itu hormon berburu mangsa, berperan pada pertahanan hidup manusia dan melawan penyerang, ini laki-laki.”

Kalimat yang digaris bawahi tergolong gagasan utama, kemudian dilanjutkan dengan gagasan-gagasan yang kurang penting. Kalimat antiklimaks di atas di sampaikan dr. Aisyah agar mad'u lebih mengerti tentang hormon testosteron.

3) Antitesis

Antitesis merupakan kebalikan dari paralelisme. Antitesis sendiri mengandung ide-ide yang bertentangan. Antitetis dapat dilihat pada kata-katanya yang memiliki makna berlawanan.

“Wanita kalau curhat hanya ingin disimak, sementara otak pria, bila wanita curhat, selalu menawarkan solusi, itu wujud tanggung jawabnya pria.”

Pada kutipan diatas, frasa hanya ingin disimak bertentangan dengan Frasa selalu menawarkan solusi. Antitesis pada kalimat yang disampaikan dr. Aisyah digunakan untuk membandingkan otak kanan pria dan wanita. Agar mad'u lebih memahami tentang perbedaan keduanya. Sehingga apabila mad'u sudah mengerti dan memahami, akan timbul keharmonisan pada hubungan keluarga mad'u.

4) Repetisi

Repetisi merupakan perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting.

“Estrogennya sudah menurun bu, tinggal hormon laki-lakinya, sehingga perempuan terlihat lebih jantan, lebih sering keluar ngurus macam-macam, sementara suaminya lebih seneng pengen dirumah”

Pada paraagraf diatas, repetisi terletak pada kata-kata yang digaris bawah. dr. Aisyah melakukan perulangan kata untuk lebih menjabarkan penjelasannya.

2. Gaya Suara dr. Aisyah Dahlan

Gaya suara merupakan seni berbicara dengan irama yang berubah-ubah dengan memberikan tekanan tertentu pada kata-kata yang memerlukan perhatian khusus. Salah satu rahasia kesuksesan seseorang pada saat presentasi ialah suaranya, yaitu pada tempo dan irama suara yang diatur dengan pernapasan yang baik. Lalu jeda suara yang jelas, dan ucapan yang juga terdengar jelas.⁸⁵

Pada penelitian ini, peneliti mengamati gaya suara pada retorika dakwah dr. Aisyah dalam video youtube, di channel Rumil Al-Hilya. Analisis yang digunakan peneliti adalah analisis model Miles dan Huberman.

a. *Pitch*

Pitch dalam berdakwah/ berpidato/ berceramah adalah tinggi rendahnya suara manusia ketika menyampaikan kata-kata.

⁸⁵ Syaifuddin Zuhri, *Public Speaking*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) h.64

Lebih jelasnya, tinggi rendahnya nada pada retorika dakwah dr. Aisyah, ditampilkan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 4.2

Pitch pada Gaya Suara dr. Aisyah

No	Nada	Kalimat	Penjelasan
1	S1/4c ↗ Nada yang mempunyai ukuran nada tinggi dan nada irama naik.	“Sudah dilihat suami di rumah dia yang kategori apa? Hehe.. 5000 kah? 7000 kah? Atau yang 9000? Hah? Ada yang pakai 500? <u>Hoo 4000?</u> <u>Bapak dirumah 4000?</u> <u>Ga nyampe?”</u>	Nada yang diucapkan dr. Aisyah pada kalimat yang digaris bawahi, mempunyai ukuran nada tinggi dan nada irama naik. Nada tersebut mengungkapkan ekspresi kaget. Pada kalimat disamping dr. Aisyah sedang mengekspresikan kaget-nya karena mendengar jawaban mad'u yang lucu.
2	huyOn ↘ Nada yang mempunyai ukuran nada rendah dan nada iramanya	“Kalau perempuan tidak, <u>perempuan ingin menikmati emosi pemain, dari satu scene ini, dia pengen tahu.</u> ”	Nada yang diucapkan dr. Aisyah pada kalimat yang digaris bawahi, mempunyai ukuran nada rendah dan nada

	menurun.		iramanya menurun. Nada tersebut mengungkapkan ekspresi tenang. dr. Aisyah pada saat mengucapkan kalimat tersebut dengan penuh ketenangan.
3	n ¹ ng ↘ Nada yang mempunyai ukuran nada rendah dengan nada irama menurun dan ada penekanan vokal pada puncak kata yang diikuti.	1. “Banyak diluar negeri oma-oma mereka <u>surat-surat cintanya mereka baca ulang-ulang bersama lagi.</u> <u>Surat-surat cinta jaman dulu gitu ya.</u> ” 2. “ <u>Jangan liat mukanya, lihat suratnya saja gitu ngebayangin yang dulu.</u> ”	Nada pada kalimat yang di ucapkan dr. Aisyah tersebut menggunakan nada rendah dengan irama menurun, serta terdapat penekanan vokal pada puncak kata yang diikuti. Nada tersebut menunjukkan rasa semangat.
4	Hai ↗ Nada yang mempunyai ukuran nada sedang dengan nada	“ <u>Dia fly saat itu dia sedang menikmati kebahagiaan setelah mendapat layanan istrinya.</u> <u>Sudah! Jangan di cubit.</u> ”	Kalimat yang di ucapkan dr. Aisyah tersebut mempunyai ukuran nada sedang dengan nada menurun, kemudian

	<p>irama turun sampai dengan vokal pada puncak kata yang diikuti kemudian irama naik kembali.</p>		<p>iramanya naik kembali. Nada tersebut menunjukkan antusiasme. dr. Aisyah ketika mengucapkan kalimat tersebut terlihat sangat antusias dan bergairah, sehingga membuat mad'u juga ikut antusias mendengarkan dia.</p>
5	<p>Ng  Nada yang mempunyai nada tinggi dan mempunyai nada irama naik kemudian terputus pada kata yang kemudian diteruskan dengan nada irama mendatar.</p>	<p>“Gapapa, candain aja ‘<u>kenapa sih kamu pegang tangan aku?</u>’ ‘<u>kata nabi, akan luntur dosa-dosa kita berdua</u>’ gitu-gituin bu suami ya. Kita juga butuh yang gitu-gitu.”</p>	<p>Nada dr. Aisyah ketika mengucapkan kalimat yang di garis bawah tersebut, diawali dengan nada yang ber-irama naik kemudian terputus dan diteruskan dengan nada irama mendatar. Nada tersebut menunjukkan semangat. dr. Aisyah ketika mengucapkan</p>

			kalimat tersebut terlihat sangat bersemangat, dan menggoda. Sehingga terdengar gelak tawa mad'u.
--	--	--	--

b. Rate and Rythim

Rate adalah cepat atau lambatya serta irama sebuah suara. Suara yang kecepatannya teratur, dengan irama yang serasi akan dapat membuat pendengar merasa tertarik untuk mengikuti pembicaraannya selanjutnya.

“gapapa, suami seneng lihat benda, lihat TV, lihat ibu gerak itu benda loh bu. Suami-suami kan kalau pagi duduk ditempatnya kan itukan? Dia kan seneng lihat kita tuh. Kita bolak-balik bolak-balik. Asal kita ga liat mukanya dia seneng bu. Tapi yang cantik juga jalannya. Yang pura-pura gituloh, sama anak-anak ‘iya nak, sayang’ gitu, yang gitu. Jadi dia lihat senang. Jangan yang ya Allah, udah pakai daster robek salon pas dileher ‘yah benda apaan tuh’ iyakan bu. Laki-laki tuh seneng duduk aja gitu. Saya ada kursi suami saya. Itu tim saya tuh tahu persis tuh. Kamar saya kan diatas tuh, turun kek gini tuh, dia pasti lihatin saya. Dulu saya waktu turun selalu liatin dia. Makanya dia ga ngeliat. Saya dari atas saya tatapin terus gitu. Dia ga ngeliat. Saya udah tahu ilmunya nih 2006 kayak sinderela gitu. Itu dia lihat loh bu.”

dr. Aisyah ketika menjawab pertanyaan salah satu jamaah, menggunakan ritme sedang, tidak terlalu cepat dan tidak terlalu pelan. Sehingga setiap perkataannya masih bisa dicerna dan difahami. Dalam skala dB. Berada pada titik kurang dari 50 dB sehingga tergolong percakapan sedang. Namun ada beberapa kata yang diucapkan agak dipercepat seperti pada kata “bolak-balik bolak-balik” skalanya berada pada 55 dB. Dan juga ada kata-kata yang pengucapannya diperlambat, seperti pada kata “Yang pura-pura gituloh, sama anak-anak ‘iya nak, sayang’ gitu, yang gitu. Jadi dia lihat senang” dan pada skala meter, menunjukkan 30 dB. Permainan ritme yang dilakukan da’i dapat membuat mad’u lebih berkonsentrasi dan fokus mendengarkan.

c. Jeda atau Pause

Seorang komunikator berhenti untuk memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mencerna dan memahami apa yang dikatakannya. Bagi pembicara, hentian memberikan kesempatan untuk berpikir, serta mencari kata yang tepat, dan merencanakan gagasan yang akan dikemukakan. Hentian juga digunakan untuk mengatur satuan-satuan pikiran, seperti koma, titik, atau titik koma dalam tulisan.

“Ingat bu / ingat tetap selalu cantik / selalu tersenyum / suami senang liat perempuan tersenyum // Laki-laki senang lihat perempuan tersenyum // itu *statement*-nya / Itu risetnya ya // Senyum aja / Senyum aja / Kalau

lagi capek / susah senyum / yaudah jangan lihat wajah suami / Kemana kek gitu yah / Kemana gitu / Suami dateng // tahan / Tahan senyumnya 10 menit // ‘eh abi / alhamdulillah udah dateng / macet yah bi / ya Allah kasihan / minum yah bi / masih 7 menit lagi / Karena selama ini kita ngaco ya // udah bagus / kata ustad ustadzah lihat suami sambil senyum gitu kan # ‘eh abi’ / dan kita salah / pas kita senyum maunya dibales senyum / Bisa / tapi tunggu 10 menit / Makanya kita yang tahan//”

Pada kalimat dr. Aisyah tersebut, jeda terdapat pada beberapa kata, frasa dan juga kalimat. Jeda tersebut dipergunakan dr. Aisyah agar mad’u mampu mencerna apa yang disampaikan olehnya.

3. Gaya Gerak dr. Aisyah Dahlan

a. Kontak Mata

Kontak mata adalah cara seorang presenter / pembicara / penda’i mengamati hadirin sambil berbicara.

Gambar 4.7

Kontak Mata dr. Aisyah



Gambar tersebut memperlihatkan pendakwah ketika menyampaikan dakwahnya, pandangannya megarah ke mad'unya. dr. Aisyah ketika berceramah mengarahkan pandangannya lebih sering diarahkan ke mad'u daripada ke layar power point yang ada di belakangnya. Hal ini juga memperlihatkan kepedulian dr. Aisyah terhadap mad'unya. Pada gambar tersebut dr. Aisyah terlihat jujur dan ramah sehingga membuat mad'u menikmati dakwah dia saat menjelaskan tentang pria dan wanita. Selain itu pandangan mata yang mengarah ke mad'u juga membuat dr. Aisyah terlihat lebih percaya diri serta tidak ragu dalam menyampaikan pesan-pesannya.

b. Ekspresi Wajah

ekspresi wajah berkaitan dengan mata, alis, dahi dan juga mulut.

Gambar 4.8

Ekspresi Wajah dr. Aisyah 1



Pada gambar tersebut, terlihat ekspresi wajah dr. Aisyah sangat gembira ketika menjelaskan dakwahnya. Matanya yang menyipit dan senyum yang memperlihatkan giginya menandakan bahwa senyumnya merupakan senyum yang tulus. Ekspresi wajah dr. Aisyah pun terlihat enak dipandang, sehingga mad'u mau memperhatikan dr. Aisyah.

Gambar 4.9
Ekspresi Wajah dr. Aisyah 2



Namun pada beberapa kondisi, dr. Aisyah menunjukkan ekspresi wajah yang unik. Seperti pada gambar diatas, dr. Aisyah menunjukkan wajah kesal ketika menyampaikan cerita humor dalam dakwahnya. Hal ini juga membuat mad'u merasa hadir dalam setiap cerita yang disampaikan dr. Aisyah.

c. Gestur

Gestur adalah gerakan tangan atau tubuh untuk menyatakan ekspresi. Gestur juga dapat digunakan untuk mendeskripsikan sesuatu, menegaskan sikap dan perasaan, serta mengisyaratkan sesuatu.

Gambar 4.9
Gestur dr. Aisyah



Gambar diatas memperlihatkan pendakwah sedang menjelaskan materi sembari menggerakkan tangannya ketika berbicara. Telapak tangan yang terbuka memperlihatkan keterbukaan dia terhadap apa yang disampaiannya. dr. Aisyah memang terbuka dalam menyampaikan pesannya, bahkan dia memasukkan cerita pribadinya ketika menyampaikan pesan dakwah dalam kajiannya.

d. Gerak

Gerak / Movement adalah “*what you do with your entire body during a presentation*” dalam kegiatan dakwah, movement diartikan sebagai seluruh gerakan yang dilakukan ketika berdakwah. Jika mad’u hanya melihat penda’i berceramah sembari diam ditempat, maka mad’u akan mudah merasa bosan. Jadi gerakan diperlukan agar mad’u tidak merasa bosan dengan gerakan penda’i, contohnya seperti ceramah sembari berjalan diatas panggung.

Gambar 4.10
Gerak dr. Aisyah



Pendakwah ketika berdakwah tidak hanya berdiri ditempatnya saja, namun juga berjalan-jalan ke kanan dan ke kiri area panggung. Sesekali dr. Aisyah juga duduk di kursi belakang yang telah disediakan. Hal ini menyebabkan mata/ pandangan mad'u berpindah-pindah mengikuti gerakan dr. Aisyah, sehingga mad'u tidak mudah bosan ketika mendengarkan kajian darinya.

e. Penampilan Fisik

Menggunakan pakaian atau busana yang tepat dan sesuai ketika melakukan dakwah termasuk cara atau teknik untuk sukses dalam berdakwah.

Gambar 4.11
Penampilan Fisik dr. Aisyah



Pada gambar tersebut, dr. Aisyah terlihat seperti pendakwah wanita pada umumnya. Dia mengenakan busana muslim. Pakaian yang dikenakan oleh dr. Aisyah sudah memenuhi syarat sebagai seorang pendakwah, sopan, rapih dan menutup aurat. Sehingga dr. Aisyah dapat menjadi contoh bagi kaum muslimah dalam hal mengenakan pakaian.

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya gaya retorika yang digunakan oleh dr. Aisyah Dahlan dalam penyampaian dakwahnya dalam Video “Kajian Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan” pada channel youtube Rumil Al-Hilya:

1. Gaya Bahasa: Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan oleh dr. Aisyah adalah gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi dan juga gaya bahasa percakapan, namun yang mendominasi adalah gaya bahasa percakapan, sehingga perkataannya mudah dimengerti oleh mad'u. Gaya bahasa berdasarkan nada yang digunakan adalah gaya sederhana, gaya mulia bertenaga dan juga gaya menengah, dan yang mendominasi adalah gaya menengah, karena terdapat beberapa humor yang sehat dalam kajiannya. Humor yang sehat ini yang mengundang ketertarikan mad'u terhadap dakwahnya. Kemudian gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan ada klimaks, antiklimaks, antitesis dan repetisi. Dan yang paling mendominasi adalah klimaks sehingga mampu membuat mad'u penasaran dan ingin terus mendengarkan kajiannya.
2. Gaya Suara: Gaya suara yang digunakan oleh dr. Aisyah dalam kajiannya sangat diperhatikan. dr.

Aisyah saat menyampaikan pesannya memainkan *pitch*, ritma, dan jeda dalam suaranya. Hal ini membuat audiens tetap fokus, tidak mudah bosan dan mampu mencerna pesan yang disampaikan dalam kajiannya.

3. Gaya Gerak: gaya gerak yang digunakan dr. Aisyah begitu kompleks dan mendukung dia dalam menyampaikan pesannya. dr. Aisyah ketika berdakwah berjalan-jalan kecil, menggerakkan tangan, memainkan ekspresi wajah, dan mengarahkan pandangannya ke arah mad'u sehingga mad'u mampu memahami apa yang disampaikan.

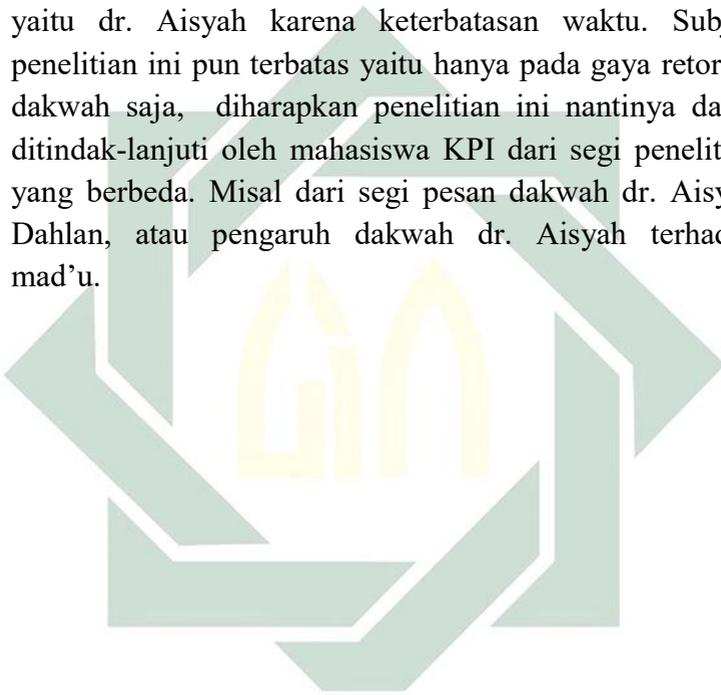
B. Saran

1. Bagi para pendakwah maupun *public speaker*. Retorika dalam berdakwah maupun berbicara di depan umum sangatlah penting. Karena retorika yang baik dan benar memungkinkan mad'u atau audiens lebih fokus mendengarkan dan memahami apa yang disampaikan da'i maupun *public speaker*.
2. Media youtube juga dapat digunakan bagi da'i sebagai media yang menjembatani aktivitas dakwahnya. Media youtube juga memungkinkan kemudahan untuk menjangkau banyak mad'u.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha melakukan dengan semaksimal mungkin. Mulai dari melihat video ceramah dr. Aisyah Dahlan di Youtube yang berjudul "Kajian Ilmiah Perbedaan Otak Laki-laki dan Perempuan"

dengan durasi waktu 1 jam 42 menit 53 detik. Kemudian peneliti menganalisis video tersebut dengan membuat transkrip tulisan dari video tersebut, sampai menemukan kesimpulan pada penelitian ini. Namun peneliti belum bisa bertatap muka langsung dengan objek penelitian yaitu dr. Aisyah karena keterbatasan waktu. Subjek penelitian ini pun terbatas yaitu hanya pada gaya retorika dakwah saja, diharapkan penelitian ini nantinya dapat ditindak-lanjuti oleh mahasiswa KPI dari segi penelitian yang berbeda. Misal dari segi pesan dakwah dr. Aisyah Dahlan, atau pengaruh dakwah dr. Aisyah terhadap mad'u.



DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN

Al-Qur'an, Ali-Imron : 159.

BUKU

- AB, Syamsuddin. *Pengantar Sosiologi Dakwah*, Cet-1. Jakarta: Kencana, 2020.
- Abdul Aziz, *Jelajah Dakwah Klasik-Kontemporer*, Cet 1. Yogyakarta : GAMA MEDIA, 2006.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*, Cet 1. TK: Penerbit Qiara Media, 2019.
- Amrozi, Yusuf. *Dakwah Media dan Teknologi*, Cet 1. Surabaya : UIN SA Press, 2014.
- Anwar, Gentasari. *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- AS, Sunarto. *Dakwah Networking*, Surabaya: Jaudar Press, 2018.
- AS, Sunarto. *Retorika Dakwah (petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato)*. Surabaya: JAUDAR PRESS, 2014.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Cet 6. Jakarta: Kencana, 2016.
- Aziz, Moh. Ali. *Public Speaking Gaya dan Teknik Pidato Dakwah*. Cet 1. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2019.
- Berlo, David K. *The Process Of Communication*, Harcourt School, 1960.
- Dwijonagoro, Suwarno, Joko Indro Cahyono. *Seni Pidato publik; Praktis Akademis*, Cet-1. Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2020.
- Hamka, *Prinsip dan Kebijaksanaan Dakwah Islam*. Depok: Gema Insani, 2018.
- Hansen, Joane Garde. *Media and Memory*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011.

- Hasan, Mohammad. *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.
- Hendrokumoro. *Bahasa Vietnam Sebagai Bahasa Nada*, Vol. 21, No. 2, Juni 2009.
- HP, Achmad, Alek Abdullah, *Linguistik Umum*. Jakarta : Erlangga, 2012.
- Keraf, Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Cet. 20. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Marta, I Nengar. *Retorika Edisi 2*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Mediastika, Christina E. *Akustika Bangunan: prinsip-prinsip dan penerapannya di Indonesia*. TK: TP: TT.
- Milles, Matthew B, A. Michael Huberman, Jhonny Saldana. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3*. California: SAGE Publications, 2014.
- Nelson, Paul, et al, *I speak : speech is free make it matter* New York : Mc Graw-Hill, 2008.
- Nikitina, Arina. *Successfull Public Speaking*. TK: TP, 2011.
- Purhantara, Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Rahmat, Jalaluddin. *Retorika Modern*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Sanjaya, Wina. *Media Komunikasi Pembelajaran*. Cet 2. Jakarta : KENCANA, 2014.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*. Yogyakarta: Suluh Media, 2018.
- Semiawan, Conny R. Semiawan. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakter, dan Keunggulannya*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- Soedjono, H. Abdurrahman, *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cet 23. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sulistyaningsih, *Metodologi Penelitian Kebidanan Kuantitatif-kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

- Susanti, Oktavia, Arni. *Mengenal Gaya Bahasa dan Pribahasa*. Bandung: Rasi Terbit, 2017.
- Toastmaster International, *Gestures: Your Body Speaks*. USA: TP, 2011.
- Thoifah, I'anutut, dkk. *Ilmu Dakwah Praktis Dakwah Millenial*. Cet.1. Malang: UMM Press, 2020.
- Yani, Ahmad. *Bekal menjadi katib dan Mubalig*. Cet-4. Depok: Al-Qalam, 2008.
- Zuhri, Syaifuddin. *Public Speaking*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

E-JOURNAL & SKRIPSI

- Asiyah, Siti. *Public Speaking dan Kontribusinya Terhadap Kompetensi Da.*, Vol. 37, No. 2, Juli-Desember 2017.
- Diana, Novia Nur. *Skripsi: "Retorika Dakwah Uztad Muhammad Azmi Dalam Kajian Kontemporer di Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya"*, Surabaya: UINSA, 2019.
- Markama, A. "Komunikasi Dakwah Efektif dalam Perspektif Al-Qur'an". Vol. 11, No. 1, Juni 2014.
- Millah, Asep Saeful, dkk. "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny", Vol. 3, No. 2, Juni 2018.
- Nazario, Amanda Putri. *Skripsi: "Gaya Bahasa Dakwah Gus Miftah Dalam Video Youtube"*. Surabaya: UINSA, 2019.
- Novianto, Kholid, Sahrani. A. Jaswadi, "Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah", Vol. 4, No. 1, Juni 2014.
- Pentasha, Dicta *Skripsi "Gaya Bahasa Ceramah Ustadz Haikal Hassan dalam Video di Youtube"*, Surabaya: UINSA, 2019.
- Prasetyo, Arif Dharma. *Skripsi: "Retorika Dakwah Fadila Yahya melalui Story Telling"*, Surabaya: UINSA, 2019.

- Rakhmawati, Isina. "*Kontribusi Retorika dalam Komunikasi Dakwah (Relasi atas Pendekatan Stelistika Bahasa)*", Vol. 1, No. 2, Desember 2013.
- Sadewo, Ahmad Nu'man Hani'. *Skripsi: "Retorika Dakwah KH. Abdul Aziz Munif di Dusun Boto'an Desa Sambungrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo"*, Surabaya: UINSA, 2019.
- Susanto, Herri, *Communication Skills "Sukses Komunikasi, Presentasi dan Berkarier!"*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.

INTERNET

- <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.exatools.soundmeter&hl=in&gl=US>
- <https://www.idntimes.com/life/inspiration/alya-rekha/quotes-dari-merry-riana-c1c2/5>