



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

RETORIKA DAKWAH USTADZ ADI HIDAYAT
BERJUDUL OBAT SEGALA PENYAKIT (*AS-SYIFA'*) DI
YOUTUBE

Skirpsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, Guna memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh
Nahli
NIM. B01217043

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

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nahli
NIM : B01217043
Prodi : Komunikasi dan penyiaran Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat Berjudul Obat Segala Penyakit (As-Syifa') di 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 sayaa peroleh dari skripsi tersebut.

Grege, 13 Januari 2021
buat pernyataan

Nahli
NIM. B01217043

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

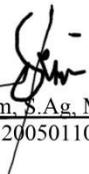
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nahli
NIM : B01217043
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : RETORIKA DAKWAH USTADZ ADI
HIDAYAT BERJUDUL OBAT SEGALA
PENYAKIT (AS-SYIFA') DI YOUTUBE

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 23 Desember 2021

Menyetujui
Pembimbing,



Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, MA
NIP.197308212005011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat Berjudul Obat Segala Penyakit (As-Syifa') di Youtube.

SKRIPSI

Disusun Oleh

Nahli

B01217043

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam Ujian Sjrjana Strata Satu

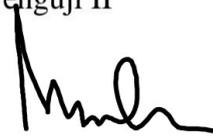
Pada tanggal, 12 Januari 2022

Tim Penguji

Penguji I


Lukman Hakim, M.Si, MA
NIP. 197308212005011004

Penguji II


Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag
NIP.196912041997032007

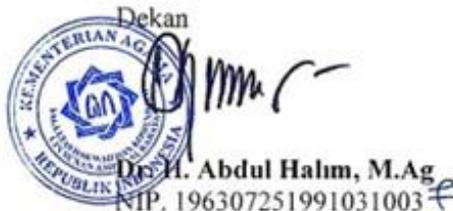
Penguji III


Drs. Prihananto, M.Ag.
NIP.196812301993031003

Penguji IV


Dr. M. Anis Bachtiar, M. Fil.I
NIP.196912192009011002

Surabaya. 12 Januari 2022

Dekan

Dr. H. Abdul 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: perpustakaan@uisu.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 : NAHLI
NIM : B01217043
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
E-mail address : aahlimahed@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 Disertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

*Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat Berjudul Obat Segala Penyakit (As-Syif) di Youtube *

berserta 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.

Gresik, 3 September 2023

Penulis

NAHLI
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Nahli, NIM. B01217043, 2021. Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat Berjudul Obat Segala Penyakit (As-Syifa') di Youtube.

Penggunaan retorika yang baik dan sesuai dapat membantu untuk membuka jalan bagi pendakwah yang ingin terjun kedalam dunia kawula muda. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui bagaimana penggunaan gaya retorika yang baik dan sesuai untuk hal tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas penggunaan gaya penyampaian dalam dakwah yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat. Bentuk penelitian yang dipilih adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian Miles Huberman. Ustadz Adi Hidayat dipilih sebagai subjek penelitian karena ia memiliki jumlah massa yang besar. Hal ini dibuktikan dengan ia mempunyai pusat kajian Islam bernama Quantum Akhyar Institute dan juga mendirikan Akhyar TV yang didirikan pada tahun 2013.

Hasil dari penelitian ini yaitu retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat berdasarkan unsur *ethos* ditampilkan dengan selalu menyebutkan tata letak baris dan nomer al-Qur'an serta al-hadist (*good competence*), cara penyampaian dan penampilan yang syar'i (*good moral character*), dan pemilihan kata yang baku (*good grammar*). Kemudian berdasarkan unsur *pathos*, Ustadz Adi Hidayat menunjukkan dengan kontak mata yang selalu mengarah kepada mad'u, gerak tubuh yang bervariasi, dan pengaturan vokal. Sedangkan berdasarkan unsur *logos* ditampilkan dengan menyebutkan definisi, menyampaikan dalil, dan memberikan contoh pengalaman pribadi.

Kata Kunci : Retorika, Dakwah, Ustadz Adi Hidayat

ABSTRACT

Nahli, NIM. B01217043, 2021. Ustadz Adi Hidayat's Da'wah rhetoric with the title Medicine for All Diseases (As-Syifa') on Youtube.

The use of good and appropriate rhetoric can help to open the way for preachers who want to plunge into an urban youthful world full of hedonism. In this case researchers want to know how to use a good rhetoric style and appropriate for it. The purpose of this study is to discuss the use of delivery style in da'wah used by Ustadz Adi Hidayat and how jama'ah or audiences views on the use of style. The selected research is qualitative approach with case Miles Huberman method. Ustadz Adi Hidayat was chosen as the subject of research because he has a large amount of mass. This is evidenced by his having a center for Islamic studies called the Quantum Akhyar Institute and also establishing Akhyar TV which was founded in 2013

The results of this study are Ustad Adi Hidayat's preaching rhetoric based on the ethos element shown by always mentioning the line layout and number of the Qur'an and al-Hadith (good competence), method of delivery and appearance that is syar'i (good moral character), and the choice of standard words (good grammar). Then based on the element of pathos, Ustadz Adi Hidayat showed that eye contact always leads to mad'u, varied body movements, and vocal arrangements. Meanwhile, based on the logos element, it is displayed by mentioning the definition, conveying the arguments, and providing examples of personal experiences.

Keywords: Rhetotics, Da'wah, Ustadz Adi Hidayat

مستخلص البحث

ناهلي ، نيم. B01217043.خطاب الأستاذ عدي هدايت بعنوان الطب لجميع الأمراض (السيف) على يوتيوب.

يمكن أن يساعد استخدام الخطاب الجيد والملائم في تمهيد الطريق أمام الدعاة الذين يرغبون في دخول عالم الشباب. في هذه الحالة ، يريد الباحث معرفة كيفية استخدام أسلوب بلاغي جيد ومناسب لهذا الغرض. الغرض من هذه الدراسة هو مناقشة استخدام أسلوب الإيصال في الدعوة الذي يستخدمه الأستاذ عدي هدايت. شكل Miles Huberman البحث المختار هو نهج نوعي مع طريقة البحث الخاصة بـ. تم اختيار الأستاذ عدي هدايت ليكون موضوع البحث لأنه يضم عددًا كبيرًا من الأشخاص. يتضح هذا من خلال وجود مركز للدراسات الإسلامية يسمى معهد التي تم تأسيسها في عام 2013 Akhyar TV كواتوم أختيار وأيضًا إنشاء قناة نتائج هذا البحث هي الخطاب الدعوي للأستاذ عدي هدايت الذي يتم على أساس العناصر الأخلاقية من عرضها خلال الإشارة دائمًا إلى تخطيط القناة. سطور القرآن وأرقامه ، وكذلك الحديث (حسن الكفاءة)، والتقديم والمظهر الصرفي (الأخلاق الحميدة)، والاختيار القياسي للكلمات (القواعد الجيدة). ثم على أساس عنصر عدي هدايت أنه مع اتصال العين التي دائما يؤدي إلى Ustadz الشفقة، وأظهرت ، حركات الجسم المختلفة، والترتيبات الصوتية. وفي الوقت نفسه ، بناءً mad'u على عنصر، يتم الشعارات عرضه من خلال ذكر التعريف ونقل الحجج وتقديم أمثلة من التجارب الشخصية.

كلمات مفتاحية: البلاغة ، الدعوة ، الأستاذ عدي هدايت

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Definisi Konsep.....	9
1.5.1 Retorika Dakwah	9
1.5.2 <i>Ethos</i>	12
1.5.3 <i>Pathos</i>	12
1.5.4 <i>Logos</i>	12
1.5.5 Youtube	13
1.6 Sistematika Pembahasan.....	13
BAB 2	15
KAJIAN TEORITIK.....	15
2.1 Kajian Tentang Retorika Dakwah	15
2.1.1 Pengertian Retorika	15
2.1.2 Macam-Macam Retorika	19
2.1.3 Retorika Dakwah	20
2.2 Konsep Retorika Aristoteles dalam Retorika Dakwah	24
2.2.1 Komponen <i>Ethos</i>	24
2.2.2 <i>Pathos</i>	26

2.2.3	Pendekatan <i>Logos</i>	30
2.3	Dakwah melalui Media Sosial.....	32
2.3.1	Pengertian Dakwah.....	32
2.3.2	Media Sosial.....	33
2.4	Penelitian Terdahulu.....	40
BAB 3	43
METODE PENELITIAN	43
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
3.2	Subyek dan Obyek Penelitian.....	45
3.3	Sumber Data.....	46
3.4	Tahap Pengumpulan Data.....	47
3.5	Tehnik Analisis Data.....	48
3.6	Tahap Penelitian.....	50
BAB 4	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Penyajian Data.....	52
4.1.1	Biografi Ustad Adi Hidayat.....	52
4.1.2	Deskripsi Video Dakwah Ustad Adi Hidayat.....	56
4.1.3	Transkrip Teks Dakwah Ustad Adi Hidayat.....	57
4.2	Analisis Data.....	65
4.2.1	Unsur <i>Ethos</i>	65
4.2.2	Unsur <i>Pathos</i>	72
4.2.3	Unsur <i>Logos</i>	89
BAB 5	95
PENUTUP	95
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 0.1.....	68
Gambar 0.2.....	68
Gambar 0.3.....	73
Gambar 0.4.....	74
Gambar 0.5.....	75
Gambar 0.6.....	75
Gambar 0.7.....	76
Gambar 0.8.....	77
Gambar 0.9.....	78
Gambar 0.10.....	78
Gambar 0.11.....	79
Gambar 0.12.....	80
Gambar 0.13.....	80
Gambar 0.14.....	82
Gambar 0.15.....	82
Gambar 0.16.....	83

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berlangsungnya ajaran Islam mulai jaman Rasulullah saw hingga pada zaman modern dan era globalisasi ini tidak lain merupakan bukti nyata peran dakwah bagi Islam. Sebagaimana yang tertera dalam buku Ilmu Dakwah “Umat Islam ditentukan oleh keagamaannya, sementara keagamaannya ditentukan oleh pengetahuan agamanya, dan pengetahuan agamanya tergantung pada dakwah.¹

Dakwah merupakan aktifitas yang sangat penting dalam islam, karena begitu pentingnya aktivitas dakwah maka proses pelaksanaannya tidak hanya di bebankan kepada para rosulalloh dan sahabat-sahabatnya, tetapi pada seluruh umat manusia terutama muslim. Sebagaimana yang sudah dijelaskan di QS An-Nahl ayat 125;

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ
١٢٥

Artinta ; Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

Pada hakikatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 112

kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual dan sosio-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan manusia dengan menggunakan cara tertentu. Dalam refrensi lain dakwah diartikan setiap perkataan, perbuatan yang secara eksplisit ataupun implisit mengajak orang kearah kebaikan (dalam perspektif islam) perbuatan baik, amal sholeh, ata\u menuju kebenaran dalam bingkai ajaran islam. Ditinjau dari segi bahasa , dakwah berasal dari bahasa Arab “*da'wah*”. *Da'wah* mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangiisi dan meratap.²

Secara teknis dakwah identik dengan kegiatan komunikasi dilihat dari dai sebagai komunikator dan mad'u sebagai komunikan.³ Maka dakwah juga memiliki beberapa komponen yang sama dengan komunikasi yakni diantaranya : dai (*komunikator*), mad'u (*komunikan*), pesan, metode, media, dan efek (*feedback*). Selain itu dakwah merupakan seruan atau ajakan berbuat kebajikan untuk mentaati perintah dan menjauhi larangan Allah SWT, seruan atau ajakan merupakan kegiatan yang berhubungan dengan

² Amrullah Ahmad dalam Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: GEMA INSANI PRESS, 2000), h.67-68

³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA, 2010),h. 24

komunikasi yang terjalin antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan atau memberitahukan tentang isi, pesan dan maksud tertentu.

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah message yaitu symbol yang menjadi obyek dalam kegiatan dakwah. Pesan dakwah lebih tepat untuk menjelaskan dakwah yang berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah atau mad'u. Maka dari itu pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang dai tidak hanya sekedar agar pesan tersebut dapat disampaikan dan diterima oleh khalayak, tetapi hendaknya juga pesan tersebut mampu dimengerti dan dihayati. Upaya agar dakwah bisa menjadikan timbul kesadaran, penghayatan dan pengamalan ajaran agama secara baik dan benar memerlukan cara atau jalan yang disebut dengan metode. Terdapat banyak sekali metode dakwah salah satunya metode yang telah dipakai Rasulullah SAW yakni dengan metode maudlatul-hasanah atau ceramah. Istilah ceramah di zaman sekarang ini sedang ramai-ramainya dipergunakan instansi pemerintah ataupun swasta, dan organisasi (*jamiyah*) melalui media social seperti youtube, facebook, twitter, dan media sosial lain

Pada media sosial sekarang ini, standardisasi da'i penting dilakukan untuk meningkatkan kompetensi dai. Pentingnya standardisasi da'i tidak lepas dari tantangan dakwah yang semakin besar. Utamanya ketika saat ini masyarakat di Indonesia bisa dengan bebas mengakses internet atau sosial media dan mencari rujukan agama yang kevalidannya dipertanyakan. Maka kehadiran dai yang kompeten dan memenuhi standard minimal diperlukan untuk

mencerahkan umat. Salah satu materi standarisasi yang diterapkan di Indonesia sendiri ialah da'i harus menguasai materi tentang metode dakwah.⁴ Metode dakwah terbagi terbagi menjadi beberapa metode diantaranya adalah metode dakwah bil-Mauidzatil Hasanah. Metode dakwah bil-Mauidzatil Hasanah/ceramah adalah metode berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyamakan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati para mad'u.⁵ Dakwah menggunakan metode ceramah haruslah disampaikan dengan cara-cara yang efektif agar mudah diterima oleh sasaran dakwah dan tidak terjadi kesalahfahaman maksud dan tujuan pesan dakwah yang disampaikan. Sehingga seorang pendakwah perlu menguasai ilmu retorika atau seni berbicara. Yang sudah menjadi faktor penting dalam menyampaikan materi bagi seorang pendakwah adalah ilmu retorika.

Menurut Jalaluddin Rahmat berpendapat retorika adalah ilmu yang mempelajari cara mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang dikehendaki pada diri khalayak.⁶ Menurut Aristoteles, retorika memiliki bagian penting, yaitu: *Ethos (ethical)* yang berarti karakter pembicaraan yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi, *Phatos (emotional)* yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan psikologi massa, dan *Logos (logical)* yang

⁴ Azhar, Syukri, *MUI Pertegas Standarisasi Da'I untuk Umat dan Bangsa* (Jakarta: muidigital) diakses ada tanggal 16 Juli 2021

⁵ Muhammad Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta dan renada Media Kencana), hal.34

⁶ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern* (Bandung: Akademika, 1982) h. 10

berarti pemilihan kata, kalimat, atau ungkapan oleh pembicaraan.⁷

Para dai biasanya dalam menyampaikan suatu pesan memiliki gaya atau ciri khas masing-masing yang menjadi karakteristik dai tersebut. Apabila dalam penyampain materi tidak disertai dengan gaya atau gerakan yang sesuai, maka materi yang disampaikan akan kurang menarik bahkan komunikan tidak memahami sama sekali. Dalam retorika istilah gaya lebih dikenal dengan kata *style* yang diambil dari kata *stilus* yaitu semacam alat untuk menulis pada lempeng lilin. Dalam bukunya Asmuni syukir, dijelaskan: gaya (*Style*) adalah ciri khas penceramah ketika menyampaikan sesuatu pesan kepada para pendengar, biasanya gaya atau *Style* ini meliputi gerak tangan, gerak anggota tubuh, mengkerutkan kening, arah pandang, Irama suara, pemilihan kata, melihat persiapan, membuka lembaran buku persiapan dan sebagainya.⁸

Dilihat dari segi kemampuan retorika para dai di Indonesia ini masih harus diperhatikan. Terkadang masih ada seorang dai kurang trampil dalam menggunakan bahasa yang akan mereka gunakan dalam menyampaikan pesan kepada mad'u. Oleh karena itu para dai harus menguasai ilmu retorika agar mampu menghipnotis para mad'u untuk memahami apa yang disampaikan oleh para dai dan mampu mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Di-era ini sudah banyak kejadian bahwa seorang dai yang tidak memahami ilmu retorika dengan baik akan mempengaruhi dirinya ketika

⁷ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara, 2013), h. 142

⁸ Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al Ikhlas: 1983) h, 118-119

memberikan pesan. Sejauh ini masih banyak mad'u yang kurang memperhatikan dai ketika berceramah, karena kurang suka dengan gaya bahasa dai tersebut.

Dalam dunia dakwah kita dapat mengenal bahwa salah satu cara agar dakwah kita diterima mad'u maka caranya adalah dengan menyampaikan dakwah tersebut dengan cara baru dan yang berbeda dengan para dai lainnya. Salah satu cara yang bisa digunakan ialah berdakwah dengan media Youtube. Jadi para mad'u dapat mendapatkan ilmu dengan melihat dan mendengar (*audio visual*). Hal ini akan semakin membuat para mad'u lebih tertarik untuk mendengarkan ceramah. Terutama mad'u dari kalangan anak muda, karena mereka lebih sering mengakses youtube dan bahkan ada yang menggunakan Youtube sebagai media mereka berekspresi dan mendapatkan penghasilan.

Youtube merupakan media yang diakses hampir semua orang di Indonesia. Tercatat tahun 2021 jumlah penonton Youtube di Indonesia naik 30%.⁹ Dan pada tahun 2021 google Indonesia mengumumkan bahwa pengguna youtube telah mencapai 190 juta pengguna, artinya hampir semua golongan masyarakat dapat mengakses informasi melalui youtube. Dengan semua kelebihanannya, youtube berpotensi menjadi media dakwah dengan sasaran seluruh masyarakat Indonesia.

Dari sekian banyak pendakwah yang mengupload dakwahnya ke youtube peneliti tertarik untuk mengambil subyek yakni Ustad Adi Hidayat karena ketika berdakwah dia sangat unik. Meskipun tema yang diangkat telah banyak digunakan oleh

⁹ Lysta Rahma, *Jumlah Penonton Youtube di Indonesia naik 30%* (Jakarta: tek.id) diakses ada tanggal 17 Oktober 2021

pendakwah lain tetapi Ustad Adi Hidayat memiliki keunikan tersendiri ketika menyampaikan dakwahnya, sehingga terlihat tidak biasa. Suara dari Ustad Adi Hidayat yang khas juga menambah keunikan dalam dakwahnya dan gaya dari Ustad Adi Hidayat yang sederhana namun tepat pada porsinya menjadikan para audiens termasuk peneliti kagum dan dapat memudahkan audiens untuk menerima pesan dakwahnya. Salah satu gaya yang khas dari Ustad Adi Hidayat adalah sering menyampaikan ceramahnya dengan membawa papan tulis layaknya seorang guru dan juga beliau selalu membawa kitab dan membahasnya secara mendetail ketika ceramah, selain itu beliau juga seorang pendakwah yang hafal hadits sampai tataletaknya dan beliau termasuk salah satu Ustad yang memerhatikan perkembangan zaman yakni dengan membahas masalah-masalah yang terjadi belakangan ini seperti salah satu videonya yang membahas tentang obat segala penyakit.

Banyak ceramah-ceramah yang telah disampaikan oleh Ustad Adi Hidayat dalam dakwahnya. Salah satu yang menjadi perhatian penulis adalah penyampaiannya dalam “Obat segala Penyakit (As-Syifa’) Karena dalam penyampaian ceramah tersebut Ustad Adi Hidayat sangat menghayati sehingga membuat para pendengar menjadi terbawa dalam ceramah yang disampaikan dan juga video tersebut merupakan salah satu video yang paling banyak ditonton dengan 1,7 Juta tanyangan dan menjadi viral. Dari sini penulis tertarik meneliti “Retorika Dakwah Ustadz Adi Hidayat berjudul Obat Segala Penyakit (As-Syifa’) di Youtube”.

1.2 Rumusan Masalah

Berhubungan dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana aspek *ethos* dalam retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat di video Youtube yang berjudul obat segala penyakit (*As Syifa*)?
2. Bagaimana aspek *pathos* dalam retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat di video Youtube yang berjudul obat segala penyakit (*As Syifa*)?
3. Bagaimana aspek *logos* dalam retorika Ustadz Adi Hidayat di video Youtube yang berjudul obat segala penyakit (*As Syifa*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Selaras dengan permasalahan yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini ialah :

- a. Untuk mengetahui aspek *ethos* dalam retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat di video Youtube yang berjudul obat segala penyakit (*As Syifa*).
- b. Untuk mengetahui aspek *pathos* dalam retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat di video Youtube yang berjudul obat segala penyakit (*As Syifa*).
- c. Untuk mengetahui aspek *logos* dalam retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat di video Youtube yang berjudul obat segala penyakit (*As Syifa*).

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoretik

Hasil dari penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan informasi dan dokumentasi ilmiah dalam perkembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang ilmu dakwah dan ilmu komunikasi

diFakultas Dakwah khususnya Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan motivasi kepada para praktisi dan elemen masyarakat, mahasiswa dan pelajar untuk mengimplementasikan retorika dakwah yang merupakan salah satu aspek utama dalam berdakwah.

1.5 Definisi Konsep

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dalam definisi pada penulisan skripsi, maka penting kiranya dibuat penegasan konsep-konsep kunci (key concepts) yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Retorika Dakwah

Retorika berasal dari bahasa Yunani "*Rhetor*" atau dalam bahasa Inggrisnya "*orator*" yang berarti kemahiran dalam berbicara dihadapan umum. I Gusti Ngurah Oka memberikan definisi retorika sebagai Ilmu yang mengajarkan tindak dan usaha untuk persiapan, kerjasama, serta kedamaian ditengah masyarakat".

Onong Uchjana Effendi (2007:53) dalam bukunya Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa "Retorika atau dalam bahasa inggris rhetoric bersumber dari perkataan latin rhetorica yang berarti ilmu berbicara.

Sedangkan kata dakwah secara etimologi merupakan bentuk *masdar* dari kata *yad"u(fi"il mudhari"*) dan *da"a (fi"il madli)* yang artinya adalah memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong dan memohon (Omar, 1983: 1).

Selain kata “*dakwah*”, al-Qur’an juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian yang hampir sama dengan “*dakwah*”, yakni kata “*tabligh*” yang berarti penyampaian, dan “*bayan*” yang berarti penjelasan.

Sedangkan pengertian dakwah menurut terminologi, menurut dari beberapa pendapat adalah sebagai berikut:

1. Definisi dakwah yang dikemukakan oleh Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah dorongan/anjuran manusia pada kebaikan dan petunjuk, menyuruh kepada yang ma’ruf (yang dikenal) dan mencegah dari yang munkar untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Menurut Ahmad Ghalwusy, dakwah adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia di setiap waktu dan tempat dengan metode-metode dan media-media yang sesuai situasi dan kondisi mad’u.
3. Menurut Abu Bakar Zakaria, dakwah adalah tegaknya ulama dan orang-orang yang disinari ilmu dengan memberi pengajaran terhadap orang banyak apa yang dilihatnya tentang persoalan-persoalan terkini maupun di kemudian hari sesuai kemampuan.
4. Menurut Abdul Karim Zaidan, dakwah adalah ajakan kepada Allah, yakni agama Islam (Aripudin, 2011: 3).
5. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan

perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.

6. Menurut Prof. Dr. Hamka dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan amar ma'ruf nahi munkar (Saputra, 2011: 1-2).

Dengan demikian termasuk dalam cakupan pengertian Retorika adalah: Seni berbicara, kemahiran dan kelancaran berbicara, kemampuan memproduksi gagasan, kemampuan mensosialisasikan ide gagasan sehingga mampu mempengaruhi khalayak umum (*audience*). Dakwah itu sendiri menurut penulis adalah kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk menyeru, mengajak, dan mempengaruhi yang dilakukan oleh Da'i kepada Mad'u (orang atau kelompok orang) agar menjadi baik atau lebih baik dengan mengamalkan syariat ajaran Islam.

Dari deskripsi di atas bisa kita simpulkan bahwa Retorika Dakwah adalah sebuah ilmu dan seni berbicara di depan umum untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang dilakukan oleh Da'i kepada Mad'u.¹⁰

Agar pesan penceramah (da'i) yang disampaikan ke *mad'u* dapat berkesan dan tersampaikan dengan baik, menurut Aristoteles ada 3 hal yang harus dimiliki seorang penceramah atau orator:

¹⁰ Zahro, F. *Retorika Dakwah KH. Faturrohman*, Doctoral dissertation, IAIN 2017, hal. 3

1.5.2 *Ethos*

Ethos adalah source credibility (kredibilitas sumber), yakni kepercayaan yang dimiliki atau yang harus ada pada seorang orator yang dapat mempengaruhi audien agar retorika bisa membekas dan meninggalkan kesan. *Ethos* terdiri dari tiga hal yaitu; *good competence* (kompetensi yang baik) oleh karena keahlian, keilmuan, pengetahuan maupun pengalaman yang luas. Kedua, *good moral character* (karakter moral yang baik). Ketiga, *goodwill* (kehendak, tujuan yang baik) maupun juga sikap keikhlasan.¹¹

1.5.3 *Pathos*

Pathos adalah sentuhan-sentuhan emosional yang membekas di hati dan mempengaruhi jiwa audien. Kepercayaan dan pengakuan public kepada komunikator, orator maupun pendakwah yang timbul bukan semata-mata karena kemampuan dan gaya orator maupun penguasaan materi yang disampaikan, akan tetapi juga karena kemuliaan kepribadian, akhlak yang memancarkan wibawa. Tindakan dan penyampaian orator, komunikator atau pendakwah yang dinamis menimbulkan spirit batin yang terkoneksi dengan audien.¹²

1.5.4 *Logos*

Logos adalah himbauan rasional, logis dan menyentuh logika atau masuk akal. *Logos* adalah hal yang sangat penting untuk penilaian

¹¹ Umdatul Hasanah, "Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles" Jurnal Komunikasi Islam Vol. 1 No. 2. 2020, 260

¹² Ibid, hal. 261

argumentative sebagai salah satu aspek persuasi. *Logos* berarti membujuk dengan menggunakan penalaran yang mencakup kognisi kritis, keterampilan analitis, ingatan yang baik, dan perilaku yang bertujuan, yang merupakan argumentasi paling penting.¹³

1.5.5 Youtube

Youtube merupakan *content share*, yaitu sebuah situs media yang memberikan layanan berbagai bentuk format video, gambar, hingga teks. Dalam *youtube* pengguna dapat berbagi, menonton serta membuat video secara gratis. Pengunjung dapat mengupload, menciptakan channel, serta bergabung dengan komunitas lain apabila mereka sudah memiliki akun *youtube*.¹⁴

1.6 Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membagi atas beberapa bab. Pada tiap-tiap bab dibagi atas beberapa sub, yang mana isinya antara yang satu dengan yang lain saling berkaitan, dengan maksud agar mudah untuk dipahami. Adapun sistematika pembahasan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB1: Pendahuluan

¹³ Ibid, hal. 262

¹⁴ Laksamana, *Youtube dan Google Video: Membuat, dan Mengupload video*. (Yogyakarta: Media Komunikasi 2009) hal. 20

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

BABII: Kerangka Teoretik

Bab ini akan membahas tentang kajian pustaka, kajian teoretik dan penelitian dahulu yang relevan dengan judul skripsi yang peneliti ambil.

BABIII: Metode Penelitian

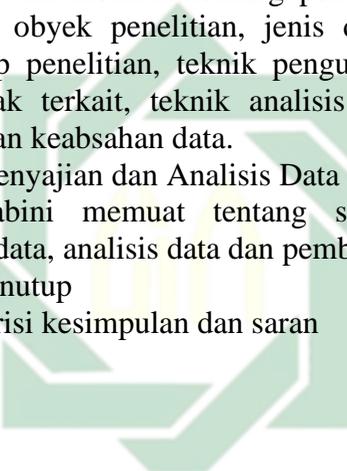
Dalam bab ini memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, obyek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data dari pihak pihak terkait, teknik analisis data dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

BABIV: Penyajian dan Analisis Data

Dalam bab ini memuat tentang setting penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasannya.

BABV: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 2

KAJIAN TEORITIK

2.1 Kajian Tentang Retorika Dakwah

2.1.1 Pengertian Retorika

Dalam bahasa Indonesia istilah retorika diartikan sebagai seni berbicara.¹⁵ Secara istilah, pengertian retorika didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari kecakapan berbicara di depan umum.¹⁶ Retorika (*rethoric*) secara harfiah berarti kepandaian berbicara atau berpidato. Kini lebih dikenal dengan sebutan *public speaking*. Deswasa ini retorika cenderung dipahami sebagai permainan kata-kata (*word game*), juga berarti propaganda (mempengaruhi atau mengendalikan pemikiran perilaku orang lain).

Definisi Retorika menurut para ahli, Plato mengartikan retorika adalah merebut jiwa manusia melalui kata-kata.¹⁷ Corax mengartikan retorika pada hal ini lebih ditekankan dalam kecakapan seorang buat mengungkapkan untaian kalimatnya di depan khalayak. Dengan demikian maka kefasihan pengecap & kemampuan berpikir untuk mengucapkan istilah-istilah pada kalimat ketika seorang melaksanakan retorika merupakan prinsip utama.¹⁸

¹⁵ Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Yogyakarta: liberty, 1989, h 132.

¹⁶ Nurah Oka, *Retorik: sebuah tinjauan pengantar*. Tarate, h 27.

¹⁷ Yani Mulyani, *Tanya Jawab Dasar-dasar Retorika* (bandung: Amico, 1981), hlm 10.

¹⁸ Syahroni Ahmad Jaswadi, *Retorika* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014), h 11.

Menurut aristoteles, pada retorika terdapat tiga bagian inti yaitu: *Ethos (ethical)* Yaitu karakter pembicara yang bisa ditinjau berdasarkan cara berkomunikasi, *Pathos (emotional)* Yaitu perasaan emosional khalayak yang bisa dipahami menggunakan pendekatan “psikologi massa”, *Logos (logical)* Yaitu pemilihan istilah atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara.¹⁹

Ethos adalah *source credibility* (kredibilitas sumber, yakni kepercayaan yang dimiliki atau yang harus ada pada seorang orator yang dapat memengaruhi audien agar retorika bisa membekas dan meninggalkan kesan. Komponen kredibilitas bukan hanya aspek kompetensi dan kemampuan orator atau komunikator, akan tetapi juga aspek moralitas (etika) yang wajib dimilikinya dalam diri seorang orator sehingga ia layak dan dipercaya sebagai pembicara.²⁰

Menurut Onong Uchyana komponen *ethos* sebagaimana dikembangkan Aristoteles, setidaknya terdiri dari tiga hal yaitu; *good competence* (kompetensi yang baik) oleh karena keahlian keilmuan, pengetahuan maupun pengalaman yang luas. Kedua, *good moral character* (karakter moral yang baik). Ketiga *goodwill* (kehadiran, tujuan yang baik) maupun juga sikap keikhlasan.²¹

Menurut Aristoteles *Logos* adalah wacana rasional, logis dan argumentatif. *Logos* merupakan hal yang

¹⁹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara, 2013), h. 142

²⁰ Umdatul Hasanah, “*Kualifikasi Da’i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles*” *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 1 No. 2. 2020, Hal 260

²¹ Onong Uchyana, *Ilmu Komunikasi: Ilmu dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011) hal. 87

sangat penting untuk penilaian argumentatif sebagai salah satu dimensi persuasi. *Logos* berarti membujuk dengan menggunakan penalaran yang mencakup kognisi kritis, keterampilan analitis, ingatan yang baik, dan perilaku yang bertujuan, yang merupakan argumentasi paling penting.²²

Retorika didefinisikan sebagai “the art of constructing arguments and speechmaking” (seni membentuk argumentasi dan seni berbicara). Dalam perkembangannya retorika pula meliputi proses untuk “menyesuaikan inspirasi menggunakan orang dan menyesuaikan orang menggunakan inspirasi melalui macam pesan”. Hal krusial yang menjadi perhatian primer dari tradisi retorika ini terdapat dalam 5 ajaran atau kanon (canon) retorika yaitu: penciptaan (invention), pengaturan (arrangement), gaya (style), penyampaian (delivery), & ingatan (memory).²³

Dori Wuwur Hendrikus pada bukunya *Retorika* mengungkapkan bahwa titik tolak retorika merupakan berbicara. Berbicara, kata Hendrikus berarti mengucapkan istilah atau kalimat pada seorang atau sekelompok orang buat mencapai tujuan tertentu. Tujuan retorika dimaksudkan untuk mengungkapkan inspirasi pikiran dan perasaan pada orang lain supaya mereka mengerti dan tahu apa yang kita sampaikan. Lebih jauh, tujuan retorika bersifat persuasif. Artinya,

²² Umdatul Hasanah, “Kualifikasi Da’i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles” *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 1 No. 2. 2020, Hal. 269

²³ Morisan Qadaruddin. *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2013), h 62

melalui retorika dibutuhkan supaya orang lain bisa mengikuti kehendak & tujuan kita.²⁴

Retorika merupakan suatu istilah yang secara tradisional diberikan dalam suatu teknik pemakaian bahasa menjadi seni, yang didasarkan dalam suatu pengetahuan yang tersusun baik. Jadi, terdapat dua aspek yang perlu diketahui seorang pada retorika, yaitu pengetahuan tentang bahasa dan penggunaan bahasa dengan baik, dan kedua pengetahuan tentang objek eksklusif yang akan disampaikan menggunakan bahasa.²⁵

Retorika berdasarkan Junaisih S.Sunarjo, istilah retorika berasal dari bahasa Yunani yakni rethor yang berarti mahir berbicara. Pengertian retorika yang lebih mendalam adalah berasal berdasarkan pendapat plato, dia menyatakan bahwa “retorika merupakan untuk merebut jiwa masa melalui istilah-istilah”. Pengertian retorika misalnya ini lebih menekankan pada unsur psikologis dalam penyampaian pidato.²⁶

Berbeda dengan Jalaluddin Rakhmat yang beropini bahwa retorika adalah kecakapan seorang pada mengatur komposisi istilah-istilah agar ada kesan yang dikehendaki dalam diri khalayak. Definisi retorika yang dikemukakan tampak selangkah lebih maju apabila dibandingkan menggunakan definisi retorika oleh Corax dan Plato. Lantaran pengertian retorika yg

²⁴ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara didepan Publik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar2013), h 60.

²⁵ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama1996), h 01

²⁶ Junaisih S. Sunarjo, *Komunikasi, Persuasi dan Retorika* (Yogyakarta: Liberty, 1983), hal. 31

disampaikan oleh ke 2 tokoh itu hanyalah sebatas dalam kepandaian berbicara dan merebut jiwa massa.²⁷

Dari beberapa pengertian di atas , maka retorika dalam arti sempit merupakan seni atau ilmu mengenai prinsip-prinsip pidato yang efektif. Sedangkan pada arti luas merupakan ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampaian kata yang efektif melalui verbal atau tulisan guna mengafeksi dan mensugesti pihak lain.

2.1.2 Macam-Macam Retorika

a. Retorika Spontan atau Intuisif

Retorika yang disampaikan secara impulsif saja tanpa pemakaian ulasan dan gaya kata yang terencana. Banyak kita jumpai orang yang cakap pidatonya, tutur yang ditampilkan selalu menarik, materi bahasanya mantap seolah-olah mengalir dan gaya bertuturya menciptakan Penanggap ungkap (khalayak) terpukau. Orang-orang menduga bahwa kelebihan ini diperoleh dari bakatnya. Sampai seberapa jauh kekuatan talenta ini hingga kini belum mampu dibuktikan dengan jelas. Yang sudah dibuktikan merupakan kecakapan bertutur sebagaimana kecakapan lainnya bukanlah warisan biologis semata. Kecakapan bertutur sebagian besar diperoleh berdasarkan proses belajar, manifestasi berdasarkan sikap mental positif terhadap kasus bertutur & dampak dari ketekunan berlatih diri. Bakat tidak banyak ikut menentukan, bila tidak disertai kesediaan belajar dan berlatih diri.

b. Retorika Tradisional

²⁷ Syahroni Ahmad Jaswadi, *Retorika* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Perss, 2014), h. 11-12

Yaitu menyampaikan tutur dengan cara dan gaya tradisional (konvensional) yaitu cara-cara yang sudah digariskan oleh generasi-generasi sebelumnya. Demikian kuatnya kedudukan konvensi tersebut sebagai akibatnya menciptakan orang segan beranjak darinya. Dengan istilah lain konvensi itu akhirnya sebagai tradisi turun temurun. Retorika konvensional ini masih acapkali kita jumpai pada kehidupan modern sekarang ini. Misalnya pada rapat atau pertemuan formal lainnya, orang yang diberi kesempatan berbicara merasa perlu menyebut nama kumpulan pejabat atau tokoh-tokoh warga yang hadir, mengucapkan terima kasih atas kesempatan yang diberikan dan sebagainya.

c. Retorika Terencana

Adalah retorika yang Direncanakan secara sadar sebelumnya buat diarahkan ke satu tujuan yang jelas. Oleh karenanya penutur berpegang pada prinsip-prinsip yang digariskan oleh pakar-pakar retorika atau ilmu-ilmu lain yg memakai retorika dalam penetapannya.

2.1.3 Retorika Dakwah

Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits.²⁸ Retorika dakwah juga adalah cabang dari ilmu komunikasi yang membahas mengenai mengungkapkan pesan pada orang lain melalui seni berbicara supaya pesan kita

²⁸ Abdullah, *Retorika Dan Dakwah Islam*, Jurnal Dakwah, Vol. X, No. 1 (2009), h. 11

bisa diterima. Adapun seni yang diajarkan AlQur'an sebagaimana firman Allah dalam surat AnNahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ

أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”²⁹

Didalam surah An-nahl ayat 125 dijelaskan bahwa ada beberapa metode retorika dakwah, yaitu:

a. Dakwah bil Hikmah

Menurut al-Qathany yang dikutip oleh Ilyas Ismail dan Prio Hutman, hikmah pada konteks metode dakwah tidak dibatasi hanya pada bentuk dakwah dengan ucapan yang lembut, targhib (petuah motivasi), kelembutan dan amnesti, misalnya selama ini dipahami orang. Lebih dari itu, hikmah sebagai metode dakwah pula mencakup semua pendekatan dakwah dengan kedalaman rasio, pendidikan (ta’lim wa tarbiyyah), petuah yang baik (mau’iza al-hasanah), dialog yang baik dalam tempatnya, juga dialog dengan para penentang yang zalim pada tempatnya, sampai mencakup

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, h. 281

kecaman, ancaman, & kekuatan senjata pada tempatnya.³⁰

Hikmah merupakan meletakkan sesuatu sesuai dalam tempatnya. Kata hikmah ini tak jarang kali diterjemahkan pada pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga akan menyebabkan kesadaran pada pihak mad'u untuk melaksanakan apa yang didengarnya berdasarkan dakwah itu. Dengan demikian dakwah bil hikmah adalah suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar persuasif.

Kata hikmah disini mengandung 3 (tiga) unsur pokok, yaitu:

- 1) Unsur ilmu, yaitu ilmu yang shalih yang dapat memisahkan antara yang hak dan yang bathil.
- 2) Unsur jiwa, yaitu menyatukan ilmu tersebut kedalam jiwa sang ahli hikmah, sehingga mendarah daginglah ia dengan sendirinya.
- 3) Unsur amal perbuatan, yaitu ilmu pengetahuan yang menyatu kedalam jiwanya itu mampu memotivasi dirinya untuk berbuat kebajikan.³¹

b. Dakwah bil Mau'idza Al-Hasanah

Secara bahasa, mau'izhah hasanah terdiri dari dua kata, yaitu mau'izah dan hasanah.

³⁰ Ilyas Ismail, Prio Hutman, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Frenada Media Group, 2011), h. 202

³¹ Fathul Bahri An-Nabary, *Meniti Jalan Dakwah*, (Jakarta: Amza, 2008), h. 241

Kata mau”izhah berasal dari kata wa”adza-ya”idzuwa” dzan-idzatan yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Sementara hasanah memiliki arti kebaikan.³²

Dakwah bil mau”idzah hasanah disini bisa dimaknai menjadi kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seseorang dai atau mubaligh, lalu disampaikan menggunakan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk kearah kebijakan, diterangkan menggunakan gaya bahasa yang sederhana, agar apa yang sudah disampaikan bisa dicerna, dihayati dan dalam tahapan selanjutnya bisa diamalkan.

c. Dakwah bil Mujadalah

Menurut Ahmad Warson al-Munawwir yang dikutip oleh M.Munir, dari segi etimologi (bahasa) lafazh mujadalah terambil dari kata “jadala” yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan alif padahuruf jim yang mengikuti wazan faalah, “jaa dala” dapat bermakna berdebat, dan “mujaadalah” perdebatan.³³

Kata “jadala” dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu, orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.³⁴ Dari pengertian di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa, al- Mujadalah adalah tukar pendapat

³² M. Munir, *Metode Dakwah*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana 2009), h. 15

³³ *Ibid.*, h. 17

³⁴ *Ibid.*, h. 18

yang dilakukan oleh 2 pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan supaya lawan menerima pendapat yang diajukan dengan menaruh argumentasi dan bukti yang kuat.

Dengan adanya ketiga metode retorika dakwah tersebut, maka setiap da'ii membuahakan metode al-hikmah, mau'izda hasanah dan mujadalah sebagai panduan untuk melakukan aktivitas berdakwah.

2.2 Konsep Retorika Aristoteles dalam Retorika Dakwah

2.2.1 Komponen *Ethos*

Ethos adalah *source credibility* (kredibilitas sumber), yakni kepercayaan yang dimiliki atau yang harus ada pada seorang orator yang dapat mempengaruhi audie agar retorika bisa membekas dan meninggalkan kesan. Menurut Onong Uchana komponen *ethos* sebagaimana dikembangkan Aristoteles, setidaknya terdiri dari tiga hal yaitu; *good competence* (kompetensi yang baik) oleh karena keahlian, keilmuan, pengetahuan, maupun pengalaman yang luas. Kedua, *good moral character* (karakter moral yang baik). Ketiga, *good grammar* (tata bahasa yang baik dan benar).³⁵

1. *Good competence*

Pendakwah (da'i) yang kredibel setidaknya harus memiliki pemahaman dan penegasan yang baik atas pesan-pesan yang disampaikan. Keluasan ilmu, pengetahuan, wawasan dan juga pengalaman, sehingga ia tidak kehilangan bahan

³⁵ Onong Uchana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003, hlm 302

materi yang akan disampaikan maupun diajarkan kepada orang lain. Bagi da'I pesan-pesan yang disampaikan didasarkan pada sumber-sumber wahyu Allah dan Rasul-Nya sebagai pedoman nya dalam berdakwah. Maka dalam hal ini kualifikasi penguasaan pengetahuan agama (*Tafaqquh fiddin*) menjadi salah satu prasyarat penting bagi da'i. Di samping juga prasyarat lainnya, di antaranya paham akan manusia (*tafaqquh finnas*) meliputi keberadaan manusia dan kondisi manusia serta bahasa yang digunakan. Juga memahami perkembangan dunia yang terus berjalan (*tagaqquh fiddunya al-mutawathawwir*) supaya ia tidak jauh panggang dari api.³⁶

2. **Good moral character**

Adalah sikap atau karakter yang baik atau *akhlakul karimah* dalam bahasa agama. Terlebih bagi seorang pendakwah yang bukan hanya berkomunikasi menyampaikan pesan biasa, akan tetapi menyampaikan pesan-pesan atau ayat-ayat Allah. Moralitas menjadi prinsip yang sangat utama sebagaimana dicontohkan oleh akhlak Rasulullah yang dikenal sebagai (*khuluqin adhim*). Beberapa contoh sikap/akhlak diantaranya; sifat ikhlas, jujur, tawadlu, sabar, berani *isyaja'ah* dan *ana'ah*, penuh kepedulian dan kasih sayang dan akhlak-akhlak terpuji lainnya merupakan unsur penting yang harus ada dalam diri pribadi *da'i*.³⁷ Kemudian sikap atau karakter seorang pendakwah bisa dilihat dari

³⁶ Muhammad Natsir, *Fiqhud Dakwah*. Jakarta: Capita Selecta. 1996, hlm. 156

³⁷ Umdatul Hasanah, *Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles*. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10, No. 02, 260-271

dari tampilan dan pakaian yang dikenakan saat menyampaikan dakwahnya.³⁸

3. *Good Grammar*

Yang dimaksud dari good grammar ini adalah komunikator mampu menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa, kosa kata, dan tata bahasa yang tepat dan sopan, sehingga menjadi daya tarik etika komunikator kepada audiens.³⁹

2.2.2 *Pathos*

Kepercayaan dan pengakuan publik kepada komunikator, orator, maupun pendakwah timbul bukan semata-mata karena kemampuan dan gaya orator maupun penguasaan materi yang disampaikan, akan tetapi juga karena kemuliaan kepribadian, akhlak yang memancarkan wibawa. Tindakan dan penyampaian orator, komunikator atau pendakwah yang dinamis menimbulkan spirit batin yang terkoneksi dengan pendengar (*audiense*). Salah satunya melalui sentuhan-sentuhan emosional yang membekas dihati dan mempengaruhi jiwa audien. Daya tarik ini yang dalam istilah retorika Aristoteles dikenal dengan *pathos*. Dimana seorang pembicara atau penyampai pesan tidak semata-mata karena memiliki ilmu, keahlian dan kepribadian yang baik, namun juga kemampuan mendekati dan mempengaruhi khalayak dengan

³⁸ Ri'aeni, *Kemiskinan Sebagai Komoditas Media (Analisis Strategi Komunikator dalam Program Berita Bertema Kemiskinan di Televisi)*. SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi, No.8 Vol.2, hlm 167

³⁹ Faizal Bayhaque Al Adhanie *Retorika Dakwah* (Studi Kasus Ustadz Evie Effendie). Skripsi Departmen Ilmu Komunikasi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2017, 14

perkataan dan sentuhan emosi yang membangunkan perasaan, jiwa dan kesadaran khalayaknya.

Pathos sendiri secara bahasa sering dipahami sebagai teknik pembicaraan yang melakukan pendekatan menyentuh emosi sebagaimana dipahami dalam retorika klasik secara umum sebagaimana yang diajarkan Aristoteles. Tujuan *pathos* dalam retorika adalah untuk membangkitkan emosi tertentu terhadap *audience* dalam mendukung upaya persuasif.⁴⁰ Dalam retorika Aristoteles *pathos* adalah kekuatan yang dengannya pesan komunikator/orator menggerakkan *audience* ke tindakan emosional yang diinginkannya. Seorang orator yang baik harus mengetahui terlebih dahulu emosi yang mana yang efektif dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi tindakan *audience* dan fitur-fitur apa yang bisa digunakan. Terlebih dahulu dengan melihat keragaman daya tangkap dan varian *audience*. Dalam hal ini orator bukan hanya mengirimkan pesan semata, akan tetapi mempertimbangkan wacana dan tehnik apa yang menimbulkan emosi efektif bagi perubahan pendengar, apakah kekaguman, kemarahan, kesenangan, keharuan, kebingungan, empati dan lainnya.⁴¹

Menurut Maarif, indikator *ethos* berupa penyampaian dakwah yang baik meliputi empat hal yaitu : (1) Eye contact (kontak mata), (2) gerak tubuh, dan (3) Pengaturan vokal.⁴² Hal ini berhubungan dengan komunikasi non verbal dimana komunikasi non

⁴⁰ N. Simon. *Investigating Ethos and Pathos in Scientific Truth Claims in Public*. Media and Communication, No. 8 Vol. 1, hlm. 134

⁴¹ T. Mshvenieradze. *Logos Ethos and Pathos in Political Discourse*. Theory and Practice in Language Studies, 2013

⁴² Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2014 hlm. 115

cerbal menggunakan isyarat bukan kata – kata.⁴³ Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter, komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam sebuah setting komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim maupun penerima.⁴⁴

1. Eye Contact

Kontak mata merupakan sinyal alamiah untuk berkomunikasi. Dengan mengadakan kontak mata selama berinteraksi atau tanya jawab berarti orang tersebut terlibat dan menghargai lawan bicaranya dengan kemauan untuk memperhatikan bukan sekedar mendengarkan. Melalui kontak mata juga memberikan kesempatan pada orang lain untuk mengobservasi yang lainnya. Selain itu, kontak mata kaan memperlihatkan bagaimana komunikator dapat melakukan komunikasi melalui mata dan juga mengatur ketegangan saat berpidato atau dalam konteks ini adalah berdakwah.

2. Gerak Tubuh

Gerak tubuh merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan komunikator dalam menyampaikan dakwahnya. Dalam hal ini, ada tiga hal yang harus diperhatikan yaitu kepala, badan, dan lengan.⁴⁵

3. Pengaturan Vokal

⁴³ Mulyana, 2010, hal 343).

⁴⁴ (Wadsworth, 1991, hal 179).

⁴⁵ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2014 hlm. 124

Pengaturan vokal diperlukan dalam keberhasilan menyampaikan sebuah dakwah. Menurut Austin.⁴⁶ Terdapat empat hal yang harus diperhatikan dalam pengaturan vokal, yaitu; (1) nada, (2) artikulasi, (3) volume, dan (4) Intonasi.

a. Nada

Nada mengacu kepada ketinggian atau kerendahan suatu suara. Nada dihasilkan dari kecepatan vibrasi pita suara. Jika pita suara bervibrasi cepat, maka audiens akan merasa suara anda memiliki nada yang tinggi, begitu pula sebaliknya.

b. Artikulasi

Artikulasi berarti kejelasan seseorang dalam mengucapkan sebuah kata.

c. Volume

Volume merupakan sebuah tingkat desibel suara yang dapat ditingkatkan atau dikurangi dengan lebih menekankan udara pada chord vokal.

d. Intonasi

Intonasi merupakan tinggi rendahnya suatu nada pada kalimat yang memberikan penekanan pada kata-kata tertentu dalam kalimat tersebut.

Indikator diatas berkaitan dengan komunikasi non verbal, adapun komunikasi verbal yang menjadi indikator *pathos* antara lain adalah bahasa yang bermuatan emosi, ankdot, testimoni, contoh-contoh, dan

⁴⁶ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2015 hlm. 117

nada emosional lawakan, sarkasme, kekecewaan, dan ketertarikan).⁴⁷

2.2.3 Pendekatan *Logos*

Upaya dakwah selain dengan pendekatan emosi dan perasaan, juga harus dilakukan dengan membangun kesadaran akal fikiran, membangun daya pikir dan nalar *mad'u*. manusia mengenal dan memahami Islam yang melekat baik dalam perasaannya sebagaimana juga melekat dalam fikirannya. Dakwah sebagai upaya mengajak manusia kepada Islam harus juga dilakukan melalui pendekatan yang rasional, logis, argumentatif. Pendekatan inilah yang dalam ilmu retorika Aristoteles disebut dengan *logos*.⁴⁸

Logos sebagai komponen penting selain *ethos* dan *pathos* dalam retorika Aristoteles. *Logos* berarti, himbuan rasional, logis dan menyentuh logika atau masuk akal. *Logos* adalah hal yang sangat penting untuk penilaian argumentatif sebagai salah satu dimensi persuasi. *Logos* berarti membujuk dengan menggunakan penalaran yang mencakup kognisi kritis, keterampilan analitis, ingatan yang baik, dan perilaku yang bertujuan.⁴⁹

Retorika dakwah Islam hadir meluruskan umat manusia dari jalan kesesatan yang menutupi kebenaran dan membelenggu akal fikirannya serta merendahkan

⁴⁷ Faizal Bayhaque Al Adhanie *Retorika Dakwah* (Studi Kasus Ustadz Evie Effendie). Skripsi Departemen Ilmu Komunikasi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2017, 14

⁴⁸ Umdatul Hasanah, *Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles*. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10, No. 02, 260-271

⁴⁹ T. Mshvenieradze. *Logos Ethos and Pathos in Political Discourse*. *Theory and Practice in Language Studies*, 2013

sisi kemanusiaan sendiri. Kehadiran Islam membangunkan kesadaran akal fikiran sebagai potensi dasariyah. Ayat yang pertama kali diwahyukan adalah ayat yang membangun kesadaran pikiran dengan perintah membaca (*iqra*). Proses membaca bukan semata mengaktifkan daya inderawi, namun lebih mengaktifkan dan membangkitkan daya pikir dan imajinasi. Sebab tanpa logika dan kesadaran berfikir tidak mungkin dapat memahami bacaan dengan baik. *Iqra* juga artinya membaca pesan dan menafsirkan pesan. Pesan terdiri dari bahasa dan simbol-simbol, dimana penafsiran dan memaknai simbo, hanya dapat dilakukan dengan pikiran, demikian juga mengkomunikasikan pesan hanya terjadi dengan keterlibatan pikiran.⁵⁰

Menurut Rie'ani, indikator *logos* diantaranya adalah sebagai berikut:⁵¹

1. Definitions (definisi-definisi)

Mengungkapkan sebuah definisi dalam berpidato atau berdakwah merupakan suatu cara agar isi dari pidato atau dakwah tersebut semakin bagus dan menarik audiens.

2. Theories / scientific facts (teori/ fakta ilmiah)

Teori/ fakta ilmiah merupakan salah satu *dispositio* yang harus dilakukan oleh komunikator ketika hendak menyampaikan pidato atau dalam kasus ini adalah dakwah. *Dispositio* adalah suatu tata cara dalam mengatur argument bahan pidato

⁵⁰ Umdatul Hasanah. *Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles*. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10, No. 02, 260-271

⁵¹ Rin'aeni, *Kemiskinan Sebagai Komoditas Media (Analisis Strategi Komunikator dalam Program Berita Bertema Kemiskinan di Televisi)*. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, No.8 Vol.2, hlm 167

supaya tertata rapih dan mudah diutarakan secara efektif. *Dispositio* berperan menjawab bagaimana menyusun data komunikasi yang di dapat (baik informasi dari buku, media cetak, media elektronik, pengamatan, dsb) secara rapih dan gampang untuk digunakan dan bagaimana pidato diatur.⁵²

3. Examples (real life example) (contoh – contoh masalah dari kehidupan nyata)

Adalah menampilkan contoh-contoh yang berkaitan dengan tema yang dibahas dan juga contoh masalah dari kehidupan nyata.

2.3 Dakwah melalui Media Sosial

2.3.1 Pengertian Dakwah

Dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa arab, yang berarti “panggilan ajakan atau seruan”. Dalam ilmu tata bahasa arab, kata dakwah berbeentuksebagai isim mashdar. Kata ini berasal dari *fi'il* (kata kerja) *da'a-yad'u*, artinya mengajak, memanggil, atau menyeru.⁵³

Dakwah memiliki arti mengajak kepada kebaikan, baik pada diri sendiri maupun orang lain sesuai dengan ajaran serta ketentuan yang digariskan Allah dan Rasul-Nya dan meninggalkan perbuatan tercela. Jadi, dakwah dalam pengertian khusus identik dengan *amar ma'ruf nahi munkar*.⁵⁴

⁵² Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2015 hlm. 32

⁵³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 17

⁵⁴ Siti Muriyah, *Metodologi Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000) hal. 1

Sedangkan dakwah secara isilah merupakan proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.⁵⁵ Dakwah juga berarti ajakan atau seruan untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai islam.⁵⁶

Dari berbagai macam pengertian dakwah tersebut, pada dasarnya mencerminkan hal-hal berikut:

- a. Dakwah adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana.
- b. Usaha yang dilakukan adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah SWT, memperbaiki situasi yang lebih baik.
- c. Usaha tersebut dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yakni hidup bahagia sejahtera di dunia ataupun di akhirat.⁵⁷

2.3.2 Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁵⁸

Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi

⁵⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997) hal. 31.

⁵⁶ Andy Dermawan, *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2002) hal. 24.

⁵⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), hal.

⁵⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online* (Bandung: Nuansa Cendikia, 2014), h. 104

personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.⁵⁹

Dari definisi diatas, bisa dipahami bahwa media sosial merupakan saluran atau sarana pergaulan sosial secara online pada dunia maya (internet) dimana para pengguna (user) media sosial mampu saling berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, saling berbagi (sharing), dan menciptakan jaringan (networking) meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan lain sebagainya.

b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Hadi Purnama, social media mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya:⁶⁰

- a) Jangkauan (reach): daya jangkauan social media meliputi skala mini sampai khalayak global.
- b) Aksesibilitas (accessibility): social media lebih gampang diakses oleh publik menggunakan biaya yang terjangkau baik dimanapun dan kapanpun.
- c) Penggunaan (usability): social media relatif gampang digunakan lantaran tidak memerlukan keterampilan dan training khusus.
- d) Aktualitas (immediacy): social media bisa memancing respon

c. Jenis-Jenis media Sosial

Media sosial memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan fungsi dan konten apa yang

⁵⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 11

⁶⁰ Hadi Purnama, *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication* (Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, 2011), h. 116.

disebarkannya, ada yang berbentuk tulisan pribadi, foto, video, dll. Namun Kaplan dan Haenlein membagi jenis media sosial menjadi 6, yaitu:⁶¹

a) Proyek Kolaborasi

Proyek kolaborasi adalah jenis media sosial ini mampu memungkinkan penggunaannya untuk menciptakan konten secara bersama-sama. Contohnya Wikipedia, dimana setiap penggunaannya sanggup menciptakan Konten, atau mampu mengubah, dan menghapus konten yang sudah ada.

b) Blog

Blog adalah jenis dari media sosial yang di dalamnya pengguna bisa mengunggah tulisan pribadinya. Blog ini bentuknya situs eksklusif yang berisikan deretan konten yang dianggap menarik misalnya tulisan keseharian dari pengguna.

c) Komunitas Konten

Komunitas konten adalah jenis media umum yang menciptakan penggunaannya mampu membagikan konten baik berupa tulisan, gambar, atau pun video. Contohnya Youtube yang membuat penggunaannya bisa membagikan konten berupa video. d. Situs Jejaring Sosial Situs jejaring sosial merupakan jenis media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk berhubungan dengan pengguna lain menggunakan cara saling berinteraksi, misalnya mengirimkan pesan, gambar, atau pun video. Contohnya Facebook, Instagram, Path, dan lain sebagainya.

d) Virtual Game World

⁶¹ Rizky Hakiki, *Dakwah di Media Sosial (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*, (Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2016), h. 63-64

Virtual game world merupakan jenis media sosial yang membuat penggunaanya untuk saling berintraksi dengan menggunakan avatar pribadi. Setiap penggunaanya bisa timbul pada bentuk avatar & saling berinteraksi seperti dalam dunia nyata. Contohnya game online. f. Virtual Sosial World Virtual Sosial World adalah jenis media sosial yang mana penggunaanya mampu mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet, dan penggunaanya merasa hidup dalam dunia virtual, dan mencicipi nuansa 3 dimensi.

d. Youtube Sebagai Media Sosial

Media sosial memang tidak lepas berdasarkan kehidupan sehari-hari buat mencari sebuah kabar ataupun berkomunikasi dengan sahabat melalui media sosial, media bisa memberikan manfaat bagi pengguna lantaran dengan berita yang akurat juga bisa meningkatkan kecepatan penyelesaian masalah, kemajuan teknologi informasi akan bisa memperlancar dan mempermudah proses pembangunan terutama pada kaitannya dengan penyiaran informasi yang terdapat pada youtube supaya terbentuknya situasi psikologis & pencerahan pada remaja mengenai manfaat dari planning pembangunan.

Media yang sehat bisa menaruh banyak sekali pendidikan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat buat menumbuhkan talenta & wawasan penalaran pada seluruh khalayak ramai, meski usianya berbeda-beda, alhasil apabila media dikelola dengan tangan yang terpercaya dan dikelola menggunakan siasat yang sehat dan membangun sesuai menggunakan prinsip dan akhlak umat maka akan menaruh efek yang positif dan

berperan aktif dalam membina kehidupan yang adil, makmur, seimbang jasmani dan rohani.⁶²

Membicarakan pesan (*message*) dalam proses komunikasi, kita tidak bisa melepaskan diri dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan yang dikirim komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode.

Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu sendiri maupun yang bersifat alami. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam komunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunti dan isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya, seperti radio, tv, radio, telegram dan satelit⁶³

Youtube sebagai salah satu media dan jaringan sosial yang sering digunakan, dalam proses komunikasi tersebut terdapat komunikasi verbal dan non verbal.

a. Verbal

Pada jenis komunikasi ini digunakan pengucapan maupun bunyi yang menggunakan telinga sebagai pendengar. Sebagai contohnya bahasa daerah, bahasa Indonesia, bahasa prokem dan bahasa gaul. Penggunaan bahasa yang tepat sangat penting berkaitan dengan dunia periklanan, misalnya dengan sasaran kaum

⁶² Muna Hada Yakan, *Hati-Hati Terhadap Media Yang Merusak Anak*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2000), Cet 9, h. 17.

⁶³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 112

remaja yang tentunya menggunakan ungkapan-ungkapan yang dapat diterima oleh mereka.⁶⁴

b. Nonverbal

Kode nonverbal biasanya disebut bahasa isyarat atau bahasa diamn(*silent language*). Kode nonverbal yang digunakan dalam berkomunikasi sudah lama menarik perhatian para ahli terutama dari kalangan antropologi, bahasa, bahkan dari bidang kedokteran. Dalam komunikasi nonverbal ini juga terdapat komunikasi tubuh atau bahasa tubuh dan komunikasi perilaku, komunikasi visual, komunikasi menggunakan teknologi.⁶⁵

Youtube merupakan situs web yang menyediakan berbagai macam video, film, dan berbagai macam video klip. Salah satunya adalah video dakwah Ustadz Adi Hidayat yang di upload di situs web *Youtube*.

e. **Youtube sebagai Media Dakwah**

Youtube Sebagai Media Dakwah Sosial media merupakan dua unsur yang disatukan dalam satu aplikasi yang mendukung sosialisai sekaligus sebagai media informasi, baik sifatnya yang terbatas maupun tak terbatas. Pada era globalisasi seperti ini banyak kalangan masyarakat menggunakan media sosial untuk komunikasi, untuk mencari informasi, dan mendapatkan informasi. Media sosial yang populer dan sering digunakan adalah media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, path, line, twitter, youtube, dan lain sebagainya.

⁶⁴ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta 2007), h. 4

⁶⁵ *Ibid.*, h. 6

Menurut Micheal Cross dalam penjelasan Umi Aflaha bahwa media sosial merupakan suatu term yang mendeskripsikan beragam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam kolaborasi, saling tukar informasi, dan berinteraksi lewat pesan yang berbasis web.

Masyarakat sekarang berkomunikasi tidak hanya dengan tatap mata dan bertemu, namun di zaman modernisasi telah merubah semua gaya hidup masyarakat dengan memberi fasilitas yang mudah. Seperti halnya dulu seseorang kalau mau berkomunikasi dengan orang lain sangat begitu sulit namun sekarang menjadi lebih mudah berkomunikasi dengan oranglain dan kita juga lebih mudah mendapatkan informasi dunia luar lewat media sosial seperti media youtube.⁶⁶

Media dakwah adalah sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Disebutkan Deddy Mulyana bahwa media bisa merujuk pada alat maupun bentuk pesan, baik verbal maupun nonverbal, seperti cahaya dan suara.⁶⁷ Media youtube dimanfaatkan pengguna media untuk melihat berbagai macam konten video, dapat digunakan oleh pengguna untuk live streaming media youtube juga seperti media televisi. Tetapi media youtube lebih mudah diakses dan lebih banyak konten video yang disajikan serta dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah.

Berdasarkan ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media youtube adalah salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai macam

⁶⁶ Rahmi Fitra Ulwani Siahaan, “*Youtube Sebagai Media Dakwah*“, Academia.edu, hal. 12

⁶⁷ Acep Aripuddin, *Pengembangan Metode Dakwah: Respons Da'i Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Ceremai*, (Jakarta : PT Raja Gafindo Persada).

informasi dan mendapatkan informasi. Media youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui konten video ceramah. dengan menggunakan media youtube mempermudah dalam penyampainya dan melihatnya

2.4 Penelitian Terdahulu

Demi untuk menghindari terjadinya plagiarisme terhadap karya ilmiah atau duplikasi penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti lain, maka peneliti mengkaji kembali beberapa karya ilmiah yang menyinggung permasalahan yang memiliki ketertarikan dengan penelitian penulis. Penulis tidak menemukan penulisan karya ilmiah tentang tokoh Adi Hidayat, jadi penulis mengambil tokoh lain tetapi berkaitan dengan retorika. Adapun beberapa karya ilmiah yang mengkaji tentang retorika dakwah yaitu:

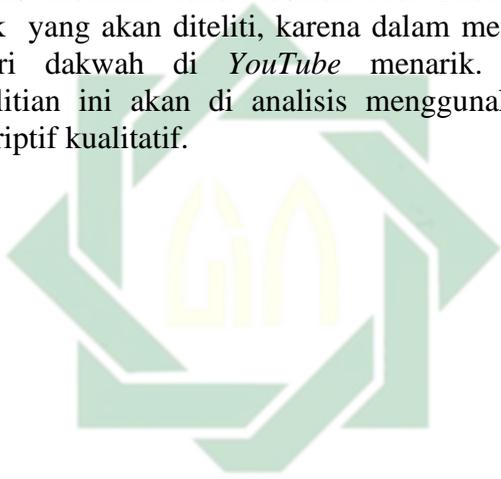
1. Aniqotus Sa'adah, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Tahun 2008. Gaya Retorika Dakwah Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menganalisis masalah retorika. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian tersebut lebih condong kepada metode komparatif yaitu metode membandingkan.
2. Firtotul Muzayyanah, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta. Tahun 2014. Retorika Dakwah dalam Tayangan Stand Up Comedy Show Metro TV, Edisi Maulid Nabi 23 Januari 2013. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah memakai metode penelitian deskriptif kualitatif, dan membahas

tentang topik yang sama yaitu reorika atau seni berbicara. Sedangkan perbdaan penelitian penulis dengan penelitian tersebut adalah penelitian tersebut berfokus pada retorika yang meliputi bahasa humor dari dai, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan retorika saja.

3. Tutik Wasiatun, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Gaya Retorika yai Hj. Ainur Rahma (Wonocolo Surabaya). Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang gaya retorika. Sedangkan perbedaan dari penelitian penulis adalah penelitian ini membahas retorika dakwah ditinjau dari pendapat aristoteles yakni *ethos* dan *logos* dan juga analisis penulis menggunaan analisis framing.
4. Abdullah, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid di Youtube (Pengajian Maulid Nabi di Desa Poso Kec. Winong Kab. Pati). Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang retorika dakwah di youtube. Sedangkan perbedaannya adalah subyek penelitian, peneliti terdahulu meneliti KH. Anwar Zahid, peneliti sekarang meneliti Ustad Adi Hidayat.
5. Nitra Galih, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Gaya Retorika Da'i Pada ceramah Ba'da Dhuhur di Masjid Raya Ulul Albab UIN Sunan Ampel Surabaya. Adaun kesamaan penelitian tersebut dengan peelitian ini adalah sama-sama mebahas tentang reorika. Sedangkan

perbedaannya adalah penelitian tersebut berfokus pada perbedaan retorika antara dai satu dengan dai yang lain.

Dari tinjauan pustaka 1 dan 2 masing-masing peneliti memiliki fokus yang berbeda-beda. Begitupun jika dibandingkan dalam penelitian ini, yakni sama-sama meneliti tentang retorika seorang da'i namun berbeda mengenai apa yang dibahas. Dalam skripsi ini penulis memilih tokoh ustadz Adi Hidayat sebagai objek yang akan diteliti, karena dalam menyampaikan materi dakwah di *YouTube* menarik. Hasil dari penelitian ini akan di analisis menggunakan metode deskriptif kualitatif.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan seperangkat pengetahuan mengenai langkah-langkah sistematis dan logis mengenai pencarian data yang berkenaan menggunakan perkara eksklusif untuk diolah, dianalisis, diambil konklusi dan selanjutnya dicarikan jalan keluarnya. Muhammad Nazir pada bukunya “metode penelitian” menyatakan bahwa penelitian adalah suatu penyelidikan yang sangat hati-hati, secara teratur dan terus menerus untuk memecahkan suatu perkara.⁶⁸

Sehingga menggunakan istilah lain, metodologi ini sebagai pisau bedah bagi peneliti buat mengupas penelitian, sebagai akibatnya tercipta output karya penelitian yang akurat. Yaitu dengan memakai data yang pasti dengan membaca keterangan tertulis, berfikir dan melihat objek. Dengan demikian peneliti akan memaparkan dan menjabarkan secara rinci dan menyeluruh sebagai akibatnya membuat suatu bentuk data yang menyeluruh.⁶⁹

Dalam penelitian ini peneliti memakai jenis penelitian teks media (non kancah) menggunakan pendekatan kualitatif. Krik dan Miller mendefinisikan penelitian kualitatif menjadi tradisi eksklusif dalam ilmu. pengetahuan sosial yang secara mendasar bergantung dalam pengamatan pada manusia baik pada kawasannya

⁶⁸ Muhammad Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Aksara, 1989), h 15.

⁶⁹ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda, 1989), h. 49

juga pada peristilahannya. Sedangkan pada kitab *Introduction to Qualitatif Research Methods* yang diterjemahkan sang Arief Furchan, penelitian kualitatif adalah mekanisme penelitian yang membentuk data deskriptif baik ucapan juga goresan pena dan perilaku yang bisa diamati berdasarkan orang orang (subyek) itu sendiri.⁷⁰

Menurut Lexi J. Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Secara holistik dan dengan deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁷¹

Menurut Bogdan dan Guba seperti yang dikutip oleh Lexy J. Moleong yaitu pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif (data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan angka-angka) hal ini ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa dan aktifitas sosial lainnya.⁸⁴ Yang dimaksud dengan jenis penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang hanya bertujuan memaparkan suatu peristiwa atau fakta terhadap objek yang diteliti saja.⁷² Maka menurut itu penelitian ini memakai penelitian kualitatif deskriptif lantaran bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi untuk memecahkan perkara dari data-data yang ada,

⁷⁰ Arief Furchan, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu-Ilmu Sosial* (Surabaya: Usaha Nasional, 1992) h 21-22.

⁷¹ Aris Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h 9.

⁷² bid h.6

yakni dengan menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikan data.

Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk cuplikan frame dari retorika *ethos* dan *logos* dalam video youtube Ustad Adi Hidayat berjudul obat segala penyakit (As-Syifa). Data-data tersebut kemudian diinterpretasikan dengan rujukan, acuan atau referensi-referensi lain secara ilmiah.

3.2 Subyek dan Obyek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang paham betul mengenai apa yang sedang diteliti. Lebih tegas Moleong mengatakan bahwa subjek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁷³

Untuk menentukan atau memilih subjek penelitian yang baik, setidaknya ada beberapa syarat yang harus diperhatikan antara lain : yaitu orang yang cukup lama mengikuti kegiatan yang sedang diteliti, terlibat penuh dalam kegiatan yang sedang diteliti dan memiliki waktu yang cukup dimintai informasi.⁷⁴

Berdasarkan judul penelitian ini “Analisis Retorika Dakwah *Ethos* Dan *Logos* Ustad Adi Hidayat Dalam Video Youtube Berjudul Obat Segala Penyakit”, maka yang menjadi Subyek pada penelitian ini adalah Ustad Adi Hidayat, sedangkan yang menjadi obyek penelitian ini adalah Retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*.

⁷³ Basrowi dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2008). Hlm. 188

⁷⁴ *Ibid.*, Hlm. 188.

3.3 Sumber Data

Data adalah output dari pencatatan suatu penelitian, baik yang berupa nomor maupun warta yang dijadikan bahan buat menyusun informasi. Data yang dihasilkan pada penelitian ini berupa data kualitatif. Jenis data pada penelitian ini tersusun dalam bentuk istilah-istilah dan tindakan serta sumber data yang tertulis lantaran peneliti sependapat dengan konsep Lofland, bahwa asal data primer pada penelitian kualitatif merupakan kata-kata dan tindakan, data selebihnya merupakan data tambahan misalnya dokumen & lain sebagainya.⁷⁵

Apabila peneliti memakai teknik observasi, maka datanya dapat berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Namun, apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber data.⁷⁶

Adapun jenis-jenis sumber data dalam penelitian adalah:

4. Data Primer

Jenis data dikumpulkan untuk kepentingan penelitian ini adalah data deskriptif yaitu transkrip dan rekaman video Dakwah Ustad Adi Hidayat yang berjudul “orang-Orang Yang Dikabulkan Do’nya”.

5. Data Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh oleh peneliti dan subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.⁷⁷

Data sekunder dalam penelitian ini adalah

⁷⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi Revisi*, (Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2009) h.157

⁷⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta : PT Renika Cipta, 2010), hlm. 172.

⁷⁷ *Ibid*, h.91

merupakan data pelengkap seperti: buku, jurnal, majalah, internet dan sumber lainnya yang dapat dijadikan sebagai data pelengkap.

3.4 Tahap Pengumpulan Data

Data diartikan fakta yang ditemui oleh peneliti saat melakukan sebuah penelitian. Oleh lantaran itu, seorang pengumpul data (peneliti) merupakan orang yg benar-benar sanggup membaca informasi dan bisa membawa pulang informasi dalam arti seluruh data-data hasil penelitian. Maka pada penelitian ini, penulis mencari data yang diharapkan dan diperoleh memakai metode antara lain:

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara Dokumentasi dan Observasi.

1. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Data dalam penelitian ini diperoleh dari *softcopy* video dakwah Ustad Adi Hidayat. Data yang diteliti adalah Obat segala penyakit (As-Syifa).

2. Observasi

Metode observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara: membuka *YouTube*, mencari *link* Adi Hidayat Official, mencari pada *link* tersebut video dakwah yang dibawa oleh Ustadz Adi Hidayat, memilih video sesuai dengan judul skripsi yaitu mengenai Obat segala penyakit (As-Syifa), menonton, mengamati, *download*, dan menganalisa isi pesan dakwah pada video yang di *download*.

3.5 Tehnik Analisis Data

Analisis Data adalah suatu proses bagaimana data diatur, mengorganisasikan apa yang ada ke dalam sebuah pola, kategori, dan suatu urutan dasar penelitian untuk menganalisis data secara keseluruhan baik data berupa gambar, maupun teks.⁷⁸ Teknik analisis data dimulai dengan mengamati data yang telah tersedia dari sumber berupa observasi dan dokumentasi. Tujuan adalah untuk menggambarkan fakta hasil penelitian sehingga menjadi data yang mudah dipahami dan diinterpretasikan.

Dalam analisis data peneliti menggunakan metode Miles dan Huberman. Alasannya karena peneliti menilai analisis tersebut sesuai dengan penelitian ini. Ia mengemukakan tahap-tahap analisis yaitu merakit data kasar, membangun catatan khusus dan menulis kajian secara naratif. Dalam bukunya Sugiyono, menurut Miles dan Huberman (1984) , mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁷⁹

Model analisis interaktif dari Miles dan Huberman didalam buku Machmud (2016 :28), secara teknik terdiri dari 4 (empat) hal utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data atau penyederhanaan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Adapun analisisnya sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan refleksi.

⁷⁸ Michael Quinn Patton, Metode Evaluasi Kualitatif, hlm.250

⁷⁹ Sugiyono (2016). Op.cit. Hlm.246.

Catatan deskriptif adalah cacatan alami (catatan tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan, dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami). Catatan refleksi adalah catatan yang berisi kesan, komentar, pendapat, dan tafsira peneliti tentang temua yang dijumpai, dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentranformasian data kasar dari lapangan, proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan dari awal sampai akhir penelitian.⁸⁰ Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, fokus dalam hal-hal yang penting, serta di cari tema dan polanya sesuai dengan data yang dibutuhkan peneliti. Reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mencari dan mengumpulkan data selanjutnya. Kemudian peneliti akan memusatkan perhatian, menggolongkan dan mengorganisasi data sehingga bisa ditarik interpretasi.

c. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, phie chard, piscrogram. Dalam penelitian ini data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, kumpulan informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan serta

⁸⁰ Basrowi dan Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. Hlm. 2019

pengambilan tindakan, hal ini untuk memudahkan peneliti dalam mengembangkan data penelitian.

d. **Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti halnya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara, dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesa atau teori.⁸¹

3.6 Tahap Penelitian

Dalam tahapan ini dilakukan tahapan-tahapan penelitian agar penelitian ini bisa lebih sistematis dan juga bisa lebih optimal. Berikut tahapan-tahapan penelitian, antara lain:

b. **Mencari Tema**

Pada tahap pertama yaitu mencari tema yang akan digunakan sebagai bahan penelitian. Dan peneliti memilih tema Retorika Ustad Adi Hidayat sebagai bahan untuk diteliti. Peneliti lebih banyak melakukan pengamatan terhadap data berupa dokumen.

c. **Merumuskan Masalah**

Dalam merumuskan masalah, peneliti menentukan banyak opsi untuk merumuskan

⁸¹ Sugiyono (2016). Op.cit. hlm.99.

masalah. Peneliti merumuskan bagaimana retorika Ustad Adi Hidayata dalam aspek *ethos* dan *pathos* pada video youtube yang berjudul obat segala penyakit (As-Syifa). Hal ini peneliti lakukan agar dapat merumuskan masalah sesuai dengan tema yang dipilih.

d. Merumuskan Manfaat

Perumusan manfaat penelitian merupakan salah satu bagian penting dalam penelitian berpengaruh terhadap proses penelitian. Disini peneliti ingin mengetahui aspek *ethos* dan *pathos* retorika Ustad Adi Hidayat dalam video youtube yang berjudul orang-orang yang dikabulkan do'nya.

e. Menentukan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Metode yang dipilih oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan analisis semiotik.

f. Melakukan Analisis Data

Pada tahap ini, kemampuan peneliti memberi makna kepada data merupakan unsur reliabilitas dan validitas dari sebuah data. Teknik yang dipilih oleh peneliti adalah teknik analisis semiotika milik Ferdinand De Saussure.

g. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan adalah jawaban dari tujuan penelitian yang berbeda pada tataran konsep atau teoritis sehingga peneliti harus menghindari kalimat-kalimat empiris. Aspek *Ethos* dan *Pathos* retorika yang dipakai Ustad Adi Hidayat dalam video youtube berjudul orang-orang yang dikabulkan do'nya.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.1.1 Biografi Ustad Adi Hidayat

Ustad Adi Hidayat Lahir pada kabupaten Pandeglang kota Banten, 11 September 1984, Beliau memulai pendidikan formal pada Taman Kanak-kanak Pertiwi Pandeglang tahun 1989 dan lulus menggunakan predikat anak didik terbaik. Kemudian melanjutkan pendidikan dasar pada Sekolah Dasar Negeri Karaton tiga Pandeglang sampai kelas III dan beralih ke Sekolah Dasar Negeri III Pandeglang pada jenjang kelas IV sampai VI. Di dua sekolah dasar ini beliau pula menerima predikat anak didik terbaik, sampai dimasukkan pada kelas unggulan yg menghimpun semua anak didik terbaik taraf dasar pada Kabupaten Pandeglang. Dalam program ini, beliau pula sebagai anak didik teladan menggunakan peringkat pertama pada proses pendidikan dasar ini,

Ustad Adi Hidayat ketika ini pula disekolahkan ke 2 orang tuanya ke Madrasah Salafiyah Sanusiyah Pandeglang. Pagi sekolah umum, siang sampai sore sekolah agama. Di madrasah ini, beliau pula sebagai siswa berprestasi dan didaulat menjadi penceramah cilik pada setiap sesi wisuda santri.

Tahun 1997, beliau melanjutkan pendidikan Tsanawiyah hingga Aliyah (setingkat SMP-SMA) pada Ponpes Darul Arqam Muhammadiyah kota Garut. Pondok pesantren yang memadukan

pendidikan Agama dan generik secara proporsional dan sudah mencetak banyak alumni yang bergerak pada taraf nasional dan internasional. Di Pondok pesantren inilah beliau menerima bekal dasar primer pada banyak sekali disiplin pengetahuan, baik generik juga agama. Pengajar primer beliau, Buya KH. Miskun as-Syatibi ialah orang yang paling berpengaruh pada menghadirkan kecintaan beliau terhadap Al-qur'an dan pendalaman pengetahuan.

Selama masa pendidikan ini beliau sudah meraih banyak penghargaan baik pada taraf Pondok, Kabupaten Garut, bahkan Propinsi Jawa Barat, khususnya pada hal syarh Al-qur'an. Di taraf II Aliyah bahkan pernah sebagai utusan termuda pada acara Daurah Tadribiyyah menurut Universitas Islam Madinah pada Ponpes Taruna Al-qur'an Jogjakarta. Beliau pula seringkali dilibatkan oleh pamannya KH. Rafiuddin Akhyar, pendiri Dewan Dakwah Islam Indonesia pada Banten buat terlibat pada misi dakwah pada wilayah Banten.

Beliau lulus menggunakan predikat santri teladan pada dua bidang sekaligus (kepercayaan dan umum) dan didaulat mengungkapkan makalah ilmiah "konsep ESQ pada Al-qur'an" pada hadapan tokoh pendidikan M. Yunan Yusuf. Tahun 2003 Ustad Adi Hidayat menerima undangan PMDK menurut Fakultas Dirasat Islamiyyah (FDI) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yg berafiliasi dengan Universitas al-Azhar Kairo, sampai diterima dan menerima gelar mahasiswa terbaik pada acara ospek. Tahun 2005, dia menerima undangan khusus buat melanjutkan studi pada Kuliyya Dakwah Islamiyyah Libya yang lalu diterima, walau mesti meninggalkan acara FDI dengan raihan IPK 3,98.

Di Libya, Adi Hidayat beliau belajar intensif aneka macam disiplin ilmu baik terkait menggunakan Al-qur'an, Hadits, Fiqh, Ushul Fiqh, Tarikh, Lughah, dan selainnya. Kecintaannya dalam Al-qur'an dan Hadits berakibat beliau merogoh program khusus Lughah Arabiyyah wa Adabuha demi memahami kedalaman makna 2 asal syariat ini. Selain pendidikan formal, beliau jua bertalaqqi dalam masyayikh bersanad baik pada Libya juga negara yang pernah dikunjunginya.

Beliau belajar Al-qur'an dalam Syaikh Dukkali Muhammad al-'Alim (muqri internasional), Syaikh Ali al-Liibiy (Imam Libya untuk Eropa), Syaikh Ali Ahmar Nigeria (riwayat warsy), Syaikh Ali Tanzania (riwayat ad-Duri). Beliau jua belajar ilmu tajwid pada Syaikh Usamah (Libya). Adapun di antara pengajar tafsir dia merupakan syaikh Tanthawi Jauhari (Grand Syaikh al- Azhar) dan Dr. Bajiqni (Libya). Sementara Ilmu Hadits beliau belajar dari Dr. Shiddiq Basyr Nashr (Libya). Dalam hal Ilmu Fiqh dan ushul Fiqh di antaranya dia belajar menurut Syaikh ar-Rabithi (mufti Libya) dan Syaikh Wahbah az-Zuhaili (Ulama Syiria). Beliau mendalami ilmu lughah melalui syaikh Abdul Lathif as-Syuwairif (Pakar bahasa Dunia, anggota majma' allughah), Dr. Muhammad Djibran (Pakar Bahasa dan Sastra), Dr. Abdullâh Ustha (Pakar Nahwu dan Sharaf), Dr. Budairi al-Azhari (Pakar ilmu Arudh), jua masyayikh lainnya. Adapun ilmu tarikh dia pelajari di antaranya menurut Ust. Ammar al-Liibiy (Sejarawan Libya). Selain para masyayikh tersebut, beliau pula aktif mengikuti seminar dan dialog beserta para ahli dalam lembaga ulama global yang berlangsung di Libya.

Di akhir 2009 beliau diangkat sebagai amînul khutabâ, kepala dewan khatib jami Dakwah Islamiyyah Tripoli yang berhak memilih para khatib dan pengisi pada Masjid Dakwah Islamiyyah. Beliau pula aktif mengikuti dialog internasional beserta para ahli lintas agama, mengisi aneka macam seminar, termasuk program tsaqafah Islâmiyyah pada channel at-tawâshul TV Libya.

Awal tahun 2011 beliau balik ke Indonesia dan mengasuh Ponpes Al-qur'an al-Hikmah Lebak Bulus. Dua tahun lalu beliau berpindah ke Bekasi dan mendirikan Quantum Akhyar Institute, yayasan yang beranjak di bidang studi Islam dan pengembangan dakwah. Pada November 2016, beliau beserta dua sahabatnya Heru sukari dan Roy Winarto mendirikan Akhyar TV menjadi media dakwah utama. Kini, Ustadz Adi Hidayat aktif menjadi narasumber keagamaan baik ta'lim, seminar, dan selainnya. Beliau pula giat mengukir pena dan sudah melahirkan karya pada bahasa Arab dan Indonesia sekitar sebesar 12 karya. Yaitu;

- a. Minhatul Jalil Bitarifi Arudil Khalil (tahun 2010)
- b. Quantum Arabic Metode Akhyar (tahun 2010)
- c. Ma'rifatul Insan: Pedoman Al-qur'an Menuju Insan Paripurna (tahun 2012)
- d. Makna Ayat Puasa, Mengenal Kedalaman Bahasa Al-Qur'an (tahun 2012)
- e. Al-Arabiyyah Lit Thyllabil Jami'iyyah (tahun 2012)
- f. Persoalan Hadist-hadist Populer (tahun 2013)
- g. Ilmu Hadist Praktis (tahun 2013)

- h. Tuntunan Praktis Idhul Adha (tahun 2014)
- i. Pengantin As-Sunnah (2014)
- j. Buku Catatan Penuntut Ilmu (tahun 2015)
- k. Manhaj Tahdzir Kelas Eksekutif (tahun 2017)

4.1.2 Deskripsi Video Dakwah Ustad Adi Hidayat

Video dakwah Ustad Adi Hidayat yang berjudul Obat Segala Penyakit di Youtube ini berdurasi 15 menit 12 detik. Lokasi dalam menyampaikan dakwahnya adalah di dalam ruang Yayasan Institut Quantum Akhyar. Ustad Adi Hidayat duduk di atas kursi yang berwarna hitam beserta sebuah meja di depannya yang di atasnya terdapat vas bunga, ornamen bendera merah putih, dan tidak lupa kitab – kitab, di belakang kursi terdapat sebuah banner ukuran sedang berwarna biru yang bertuliskan program AQSO (Al-Qur'an Sunnah Solution) dan terdapat papan tulis berwarna putih. Lebih tepatnya tema lokasi diatas dapat digambarkan seperti seorang guru yang berada di depan duduk paling tinggi diantara muridnya dan muridnya duduk tepat berkumpul didepan Ustad Adi Hidayat.

Dalam rangka membawa kajian Al-qur'an Sebagai As-syifa' (Obat), Ustad adi Hidayat memakai baju kokoh bermotif batik yang berwarna oren dan dipadukan dengan peci yang juga berwarna oren dan putih serta mengenakan kacamata.

Pada tiga menit pertama dalam video kajian bertema Obat segala Penyakit (As Syifa), Ustad Adi Hidayat membawakannya dengan nada turun tetapi

penuh penekanan dan menjelaskan pengertian dari as-Syifa itu sendiri.

Sedangkan pada menit ke empat sampai ke enam beliau berusaha menjelaskan macam-macam diski ‘penyakit’ yang ada didalam Al-Qur’an dengan dalil-dalil dari beberapa ayat Al-Qur’an serta menjelaskan letak barisnya. Beliau membawakannya dengan nada turun serta penuh penekanan dengan tempo cepat namun tetap jelas suaranya.

Pada menit ke tujuh sampai ke sembilan Ustad Adi Hidayat memberikan contoh orang yang terkena penyakit tetapi sudah tidak bisa disembuhkan lagi, contohnya adalah ketika Allah SWT. Memberikan ujian penyakit kepada Nabi Ayyub dan memberikan contoh do’a atau amalan yang dibaca oleh Nabi Ayyub ketika meminta kesembuhan kepada Allah SWT. Ustad Adi Hidayat dengan nada rendah atau sedih sampai sampai meneteskan air mata.

Adapun pada 5 menit terakhir ini beliau memberikan contoh amalan-amalan dari Al-Qur’an untuk mnyembuhkan penyakit beserta dengan nomer surat dan ayatnya, beliau menyamaikan dengan nada rendah namun meyakinkan seolah amalan-amalan ini bisa dimalkan pada saat sekarang ini.

4.1.3 Transkrip Teks Dakwah Ustad Adi Hidayat⁸² Bismillah

⁸² Transkrip Teks Ceramah dari Video Dakwah Ustad Adi Hidayat dalam tema obat segala penyakit (As-Syifa) pada media youtube yang diuloud pada tahun 2020

Stetment Al-Qur'an syifa sebagai obat, apa itu syifa, saya ingin selalu bergerak dengan pemahaman yang jelas, ada ontologi, epistimologi, dan aksiologi. Kita arahkan ke dasarnya dulu, Qur'an surah ke 17 (Al-Isra) di ayat yang ke 82 Allah memberikan stetment tentang syifa disitu,
 وَنُنزِّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا

“82. Dan Kami turunkan dari Al-Qur'an (sesuatu) yang menjadi penawar dan rahmat bagi orang yang beriman, sedangkan bagi orang yang zalim (Al-Qur'an itu) hanya akan menambah kerugian.”. *wanunazzilu minal Qur'ani* dan kami turunkan dri ayat-ayat Qur'an itu, minnya *tab'id* menunjuk pada sebagian. Nanti ayat Qur'an itu punya banyak keutamaan, ada terkait dengan penyakit, kesuksesan, karir, dan macam-macam itu bimbingan yang komplek yang sangat luas. Ada sebagian ayat al-Qu'an itu yang ayatnya memberi petunjuk langsung berfungsi sebagai syifa'. *wa rahmatul lil mukminin* ada ayat lain berfungsi sebagai rahmat tapi ingat *lil mukminin* bagi orang-orang yang yakin tanpa ragu. Jadi kalau kita ingin berinteraksi dengan al-Qur'an kaidah pertamanya jangan pernah ragu. Qur'an surah ke 2 ayat 2

ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ

Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertakwa”, semua isi al-Quran akan jadi petunjuk “*هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ*” bagi orang taqwa. Syaratnya لَا رَيْبَ jangan ragukan sedikitpun anda ragu anda tidak mendapat manfaatnya.

Syifa sering diterjemahkan dengan obat (penawar). Syifa sesungguhnya punya arti yang lebih luas, obat itu didalam bahasa diksi al-Qur'an

juga hadis bahkan standart bahas arab biasa itu setidaknya punya dua diksi dari dua kasus yang terjadi. Satu, jika peyakit yang butuh obat, penyakitnya itu berupa penyakit fisik saja, misalnya sakit gigi, sakit perut, sakit kepala penyakitnya disebut dengan "*daa'un*" penawarnya disebut dengan "*dawaa'un*", karena itu ada kalimat "*likulli daa'in dawa'un*" setiap penyakit fisik itu pasti ada obatnya. Yang kedua, ada jenis penyakit terkait dengan fisik juga tetapi sudah melewati batas-batas *dawa'*, ini menggunakan obat medis standar ini susah bahkan sebagian dokter mengatakan ini tidak bisa diobati. Atau yang ketiga penyakitnya tidak terkait dengan fisik secara langsung tapi ada yang terkait dengan aspek sikologis contohnya iri hati, dengki, dendam, dan itu juga berpengaruh terhadap fisik tapi sudah melewati batas fisik, orang iri hati kan fisiknya terganggu contohnya tidak enak makan, pusing, tidurnya tidak enak dan tidak mungkin berobat mencari *dawaa'*, silahkan cek di rumah sakit tidak ada poli dendam, poli iri hati, tetapi adanya poli gigi, poli mata. Maka penyakit yang lebih melekat kepada aspek non fisik itu sering kali oleh al-Qur'an diistilahkan dengan kata "*marodt*" (penyakit hati) karena itu ketika Allah menyifati orang munafik yang hatinya bermasalah Allah tidak menyebutkan kata *daa'un* tetapi menyebutkan kata *marodt* silahkan cek di al-Qur'an surah al-Baqarah ayat ke 20 "*فِي قُلُوبِهِمْ مَّرَضٌ*" yang artinya didalam hati mereka ada penyakit, hati yang disini bukan hati fisik tapi sumber kehidupan kita yang ditetapkan oleh Allah nanti ketika fisik itu mulai sempurna selama 4 bulan jadi *mudgoh*. Dalam kitab al-arba'in Al Imam An-Nawawi hadist

nomer 4 yang artinya “40 hari pertama baru berbentuk penyatuan atau perpaduan antara sperma dengan ovum kemudian 40 hari kedua berbentuk *zigot* yang telah menempel di dinding rahim dan 40 hari ketiga berbentuk mudgoh (daging keratan) bahkan sudah jadi bahasa janin di kurikulum kedokteran. Nah, dalam fase ini kemudian ditiupkan roh dan diutus malaikat dan diperintahkan menetapkan 4 hal, nah saat ditiupkan roh ini, itu terjadi kemudian penyatu antara fisik dengan roh, jadi roh masuk kedalam jasad/fisik seseorang ketika sudah masuk dia bisa bernafas, karena itu nafas terambil dari bahasa al-Qur’an, jadi begitu kemudian sudah masuk roh kedalam jiwa berubah menjadi nafas namanya, maka di membawa 2 potensi ada *fujur* ada *taqwa* di Qur’an surah 91 ayat 7 samai 10 yang artinya jika roh sudah masuk ke dalam jiwa jadi nafas dan disitulah manusia bisa bernafas tapi jangan lupa dia membawa 2 potensi, ada potensi kebaikan (*taqwa*) ada katalisnya kebaikan contoh sabar, jujur itu *taqwa* dan marah, dusta itu *fujur*. Jadi Allah menciptakan sifat marah bukan ingin hambanya pemaarah tapi ingin kemudian memacu supaya yang sabarnya muncul sebab kalau tidak ada marah bagaimana bisa ada sabar, itu cara membacanya. Nah disini terjadi terjadi pergolakan, apa kaitannya dengan *marodt*? Orang-orang yang tidak bisa mengendalikan sifat *taqwanya* dan tidak menjadikan sifat *fujurnya* sebagai katalis tapi diikuti menjadi dominan maka jadi penyakit hatinya itu yang disebutkan dengan *marodt* namanya, itulah yang memunculkan penyakit ria, pamer, *sum’ah* (ingin didengar orang), sombong, dendam dan sebagainya. *Marodt* ini dan

penyakit yang sudah melewati batas fisik kalupun terkait dengan fisik tidak ada obatnya dari *dawa'* yang ada hanya *syifa'*.

Maka jika ada orang tertentu yang terkena penyakit fisik yang sudah diluar batas *dawa'* yang medis misalnya sudah tidak bisa ini, ini gak mungkin, maka beralihlah dari *dawa'* ke *syifa'*. Ini yang pernah dilakukan oleh Nabi Ayyub AS. Ketika diuji dengan penyakit Allah contohkan langsung supaya kita bisa meniru, bukankah ayat ini turun ketika nabi diuji dengan penyakit?, supaya memohon kepada Allah, jadi kan Nabi Ayyub divonis dengan penyakit yang tidak pernah diderita oleh orang sebelum beliau dan tidak akan dirasakan oleh orang setelahnya. Yang paling menarik adalah apa yang dilakukan, ketika smua mengatakan tidak mungkin, lalu turun kemudian gambaran dari Allah. Qur'an surah ke 21 ayat 83 sampai 84

﴿وَإِيُّوبَ إِذْ نَادَى رَبَّهُ أَنِّي مَسَّنِيَ الضُّرُّ وَأَنْتَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ﴾

83 . Dan (ingatlah kisah) Ayub, ketika dia berdoa kepada Tuhannya, “(Ya Tuhanku), sungguh, aku telah ditimpa penyakit, padahal Engkau Tuhan Yang Maha Penyayang dari semua yang penyayang.”

yang artinya “Dan kami buka kisah Ayyub di masa lalu sebagai inspirasi untuk orang dimasa depan, ketika beliau mulai meninggalkan opini manusia dan mulai kembali kepad Allah dengan sangat kuat secara spesifik memohon kesembuhannya”. Kata Nabi Ayyub “Ya Allah penyakit ini sudah mengganggu saya untuk ibadah “ itu poinnya. Dan ternyata kalau ingin disembuhkan dengan cepat arahkan kesembuhan itu untuk niatkita beribadah kalau cuman pengen sembuh saja, jangankan anda

yang belum berimanpun kalau sakit pengen sembuh, terus anda tujuannya apa diberi kesembuhan itu?, kalau cuman pengen minta dunia apa dengan sakit belum cukup menjadikan anda ingat Allah?. Maka arahkan permohonan itu untuk kesembuhan supaya punya niat ibadah contohnya “ya Allah saya pengen sholat lagi, pengen ke mesjid lagi, pengen tahajjud lagi mohon ya Allah penyakit ini sudah mengganggu saya sedangkan engkau yang paling sayang kepada saya, kalau yang maha penyayang saja tidak menyembuhkan saya kepada siapa lagi saya mesti memohon”. Dan tau apa yang terjadi, begitu kalimat itu muncul dengan penuh kekuatan, keyakinan dan visi yang benar, memanggil Allah dengan panggilan yang sangat halus, lembut, terasa kedalam jiwa, maka jawabannya tidak menunggu lama, “*fastajabna lahu fakasyafna ma bihi min dhorrin wa ataoina lahu ahlahu mislahu ma’ahu rohmatan min indina waazdikra lil abidin*” yang artinya kami langsung sembuhkan penyakitnya, kami singkapkan semua rasa sakitnya, kami kembalikan semua yang dia rasakan rugi, biaya obatnya di ganti dengan rizki yang lain, kesulitannya dihilangkan datangkan dengan yang lebih baik, dan yang paling dahsyatnya adalah kami jadikan inspirasi dan pengingat bagi hamba-hamba Allah yang sholeh, yang diuji dengan penyakit yang serupa, maka amalkan amalan Ayyub untuk mencari *syifa, inilah ikhtiarnya*.

Termasuk *syifa* bisa mengobati penyakit hati, nah lalu sekarang apa terapannya karena disebutkan ada ayat-ayat Qur’an berfungsi sebagai *syifa’*?. Ini digunakan sebagai dzikir diantaranya Al-fatihah

itu lengkap, al-Fatihah juga disebut surat *syafiyah* (surat penyembuh). Di antara *fadhilah* surah al-Fatihah kisah pertamanya adalah kisah seorang kepala suku di Arab yang digigit kalajengking, bayangkan kalajengking arab pada saat itu dan sudah kena racun dan sulit disembuhkan, apa yang terjadi, ditemukan sahabat Nabi secara singkat diketahui ditanya ada yang bisa menyembuhkan mereka berkata Allah yang menyembuhkan tapi kami bisa berikhtiar, dipanggil malaikat dibacakan Al-Fatihah sekali bacaan tanpa diulang-ulang tanpa pakai alat tertentu tiba-tiba dia disembuhkan, sampai diberikan hadiah beberapa kambing tapi mereka khawatir jadi gratifikasi, dibawalah kambing itu kepada Nabi, disampaikan boleh ngga makan dari sini?, jawab Nabi apa? “dari mana kalian tau kalau surat itu bisa berfungsi menyembuhkan”. Tapi gimana cara baca Al-fatihahnya, karena dulu orang sekali baca sembuh, sekarang seribu kali mala nambah penyakit..., apa yang salah?,

Nah berarti nanti ada terapan lagi ilmu yang lain. Ada surah ke 26 As-Syu'ara ayat 80 itu dzikirnya Nani Ibrahim, biasanya saya praktekan ini, saya sampaikan kalau ada yang di rasa-rasa sambil dipegang sambil kembalikan kepada Allah baca

وَإِذَا مَرَضْتُ فَهُوَ يَشْفِينِي ۝

80. dan apabila aku sakit, Dialah yang menyembuhkan aku, yang artinya kalau saya sakit pasti Allah sembuhkan ga mungkin ditipi penyakit kalau ga ada hikmah dibalik itu. Saya pernah amalkan saat di undang ke Kalimantan untuk ceramah bakda magrib tiba-tiba sore hilang suara,

sama sekali tidak ada suara, tapi begitu sholat saya amalkan dengan penuh keyakinan minta, ikhtiar juga pakai freshcare sambil berdoa “Ya Allah *waidza mariddu fahuwa yashfin* kalau saya sakit pasti Allah sembuhkan ga mungkin ditugaskan kalau Allah ga berikan perangkanya pasti diberikan, dan tau apa yang terjadi begitu ngimamin magrib suara keluar srak-srak basah, begitu tausiyah keluar sempurna, bakda isyak nyambung keluar sempurna, habis ceramah hilang lagi suaranya, itu menarik. Dan puncak tadi Qur’an surah ke 21 ayat 83 sampai dengan 84, tergantung kasusnya, kalau dikasusnya misalkan kasus terkait dengan kehamilan nanti ada lagi yang lain ayat-ayatnya bisa di Qur’an surah ke 3 ayat 38 sampai 39, nanti di Qur’an surah ke 19 menjelang persalinan dari ayat ke 25 sampai ayat 26, nanti di Qur’an pas kalau sudah berkembang janinya ada di Qur’an surah ke 7 ayat 189 dengan do’anya dan turunan lainnya, bahkan bisa diamati teman-teman yang di SPOG misalnya atau di kebidanan nanti ayat-ayat spesifik Qur’an surah ke 2 ayat yang ke 5, ada di Qur’an surah ke 23 Al-Mukminun ayat 11-13 itu lengkap sekali, kita bisa gali sampai kesitu, itu yang kita maksudkan syifa. Jadi keluarkan ayat-ayatnya tapi itu bukan sekedar dibaca dalam isinya sehingga paham apa yang harus dilakukan, karena disini ada konsen ikhtiar juga, ikhtiarnya bagaimana, secara medisnya seperti apa dan pertolongan kepada Allahnya bagaimana. Terakhir Nabi pernah datangi seseorang, dia mintak disembuhkan, “ya Rasulullah si fulan sakit tolong sembuhkan,” kata Nabi “Pergi ke dokter”. Terus orang itu bertanya lagi “kenapa tidak anda sembuhkan sendiri, kan anda Nabi?”

jawab Nabi “Kesembuhan itu dititipkan di tangan para dokter”. Jadi Nabi ingin memberikan satu isyarat anda tetap ikhtiar karena tidak selamanya Nabi akan hidup, karena itu dokter-dokter mesti belajar, saya mendambakan dokter-dokter yang bisa belajar dari Qur’an juga, saya mengharapkan nanti ada dokter mata yang hafal ayat-ayat tentang do’a, ayat-ayat tentang mata, riset ayat-ayat tentang mata, hadits-haditsnya apa, sehingga anda bisa menerapkan resep-resep yang indah. Itulah *Syifa’*.
Wallahuta’ala A’lam Bissowaf

4.2 Analisis Data

Analisis ini dilakukan dengan memperhatikan gerak tubuh, pilihan kata dan kalimat, kredibilitas, emosi, isi pidato dan retorika yang disajikan dalam video. Sebelum memulai analisisnya, peneliti harus memahami skema retorika Aristoteles. Aristoteles membaginya menjadi tiga unsur, *pertama*, *ethos* yang terdiri dari tiga indikator. *Kedua*, *pathos* yang terdiri dari tiga indikator. *Ketiga*, *logos* yang terdiri dari tiga indikator. Semua indikator-indikator ini ada di video *As-Syifa’* tersebut yakni:

4.2.1 Unsur *Ethos*

Menurut Onong Uchyana komponen *ethos* sebagaimana dikembangkan Aristoteles, setidaknya terdiri dari tiga hal yaitu; *good competence* (kompetensi yang baik) oleh karena keahlian, keilmuan, pengetahuan, maupun pengalaman yang luas. *Kedua*, *good moral character* (karakter moral yang baik). *Ketiga*, *good grammar* (tata bahasa yang baik dan benar).

A. Good Competence

Pendakwah (da'i) yang kredibel setidaknya harus memiliki pemahaman dan penegasan yang baik atas pesan-pesan yang disampaikan. Keluasan ilmu, pengetahuan, wawasan dan juga pengalaman, sehingga ia tidak kehilangan bahan materi yang akan disampaikan maupun diajarkan kepada orang lain. Bagi Da'i pesan-pesan yang disampaikan didasarkan pada sumber-sumber wahyu Allah dan Rasul-Nya sebagai pedoman nya dalam berdakwah. Maka dalam hal ini kualifikasi penguasaan pengetahuan agama (*Tafaqquh fiddin*) menjadi salah satu prasyarat penting bagi da'i.

Pada video dakwah Ustadz Adi Hidayat tersebut, beliau menyebutkan tata letak baris dalil al-Qur'an yang beliau jadikan referensi pembahasannya, seperti pada menit 0.32 Ustadz Adi Hidayat menyebutkan:

“Kita arahkan ke dasarnya dulu, Qur'an surah ke 17 (Al-Isra) di ayat yang ke 82 Allah memberikan stement tentang syifa disitu letaknya paling kiri agak ketengah sedikit”

Hal ini membuktikan bahwa komunikator memiliki wawasan dan pengetahuan yang luas tentang apa yang komunikator sampaikan. Dengan kemampuan yang ia miliki akan lebih mudah bagi audiens untuk mempercayai kredibilitas seorang komunikator.

B. Good moral character (karakter moral yang baik)

Upaya komunikator membangun citra tentang dirinya sebagai sosok yang jujur, bermoral dan dapat dipercaya. Pada video dakwah Ustadz Adi Hidayat tersebut, peneliti

menemukan dimana Ustadz Adi Hidayat menutup kajiannya dengan kalimat yang berada di akhir video yaitu pada menit 14.58:

“Wallahuta’ala a’lam bish-shawab”

Pemilihan kata *“Wallahu a’lam bish-shawab”* membuatnya terlihat memiliki moral keagamaan yang cukup baik. Menurut Pedoman Umum Ejaan Bahasa Arab kalimat *Wallahu a’lam bish-shawab* memiliki makna hanya Allah yang lebih mengetahui kebenaran yang sesungguhnya. Para Ulama juga memakai kalimat *Wallu a’lam* sebagai kode etik dalam menutup fatwa mereka dan sebagai penutup penjelasan mengenai permasalahan yang disepakati oleh ulama Ahlusunnah wal Jama’ah dengan dalil sebagai berikut: *“Dan ketika ulama ahli fatwa selesai memberikan fatwa dalam suatu permasalahanhendaknya ia menulis kalimat Wallahu a’lam dan sesamanya. Dikatakan juga bahwa hendaknya setelah menjelaskan pendapat yang disepakati ulama Ahlussunnah wal Jama’ah untuk menulis kalimat Wallahul muwafiq dan sejenisnya”*.⁸³ Dengan menyematkan beberapa kalimat keagamaan, audiens akan berpendapat bahwa ia juga memiliki kebaikan dari segi keagamaan. Selain itu, konten dari ucapan yang ia katakan mendukung kredibilitasnya sebagai pemuka agama dan juga mendukung untuk menciptakan moral yang baik bagi diri Ustadz Adi Hidayat.

Selain itu penampilan komunikator juga termasuk aspek karakter untuk membangun citra tentang dirinya sebagai sosok yang jujur,

⁸³ Syekh Mula Ali bin Sulthan al-Qari, *Kitab Syam al-‘Awaidh fi Dzamm ar-Rawafidh*, Kairo: Dar ash-Shafwah, 2004, hal. 137

bermoral dan dapat dipercaya. Hal ini dibuktikan dengan komunikator berpakaian rapi dan sopan sebagaimana gambar berikut:

Gambar 0.1
Komunikator berpakaian rapi dan sopan



Gambar 0.2
Komunikator memakai Songkok



Dari gambar diatas terlihat jelas bahwa Ustadz Adi Hidayat menggunakan baju taqwa dan songkok yang digunakan ketika menyampaikan

kajian obat penyakit hati. Hal ini termasuk kategori moral yang baik dikarenakan baju taqwa identik dengan baju muslim dan songkok identik dengan muslim nusantara.

C. Good Grammar

Indikator ketiga dalam aspek *ethos* yaitu tata bahasa yang benar dan baik dalam video dakwah Ustadz Adi Hidayat yang dianalisis. Tata bahasa didalam video tersebut terdiri dari tata bahasa resmi, tata bahasa tidak resmi, dan bahasa percakapan dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Tata bahasa resmi.

Bahasa resmi digunakan dalam ceramah itu bertujuan untuk hal-hal yang penting harus disampaikan dan digunakan pada acara resmi. Seperti pada teks ceramahnya Ustad Adi pada menit:

“saya ingin selalu bergerak dengan pemahaman yang jelas, ada ontologi, epistemologi, dan aksiologi”

Teks diatas menunjukkan bahasa resmi jika dilihat dari banyak menggunakan kata baku dan susunannya yang sesuai dengan EYD (ejaan yang disempurnakan).

Dan juga pada teks ceramah:

“kisah pertama dari surat Al-Fatihah adalah kisah seorang kepala suku di Arab yang digigit kalajengking”

Ustadz Adi Hidayat pada teks diatas menggunakan gaya bahasa resmi jika dilihat dari bahasanya yang baku dan juga susunannya yang sesuai dengan EYD (ejaan yang disempurnakan).

Begitu juga pada teks:

“Saya pernah amalkan saat di undang ke Kalimantan untuk ceramah”

Pada teks diatas Ustad Adi menggunakan gaya bahasa resmi jika dilihat dari bahasanya yang baku dan juga susunannya yang sesuai dengan EYD (ejaan yang disempurnakan).

Dan juga pada teks :

“Maka penyakit yang lebih melekat kepada aspek non fisik itu sering kali oleh al-Qur’an diistilahkan dengan kata “marodt” (penyakit hati)”

Teks diatas termasuk bahasa resmi karena susunannya yang sesuai EYD (ejaan yang disempurnakan) dan juga kata diatas merupakan kata baku.

2. Tata bahasa tidak resmi

Hal yang harus kita ketahui apabila berdakwah menggunakan bahasa tidak resmi itu bertujuan untuk supaya audiens lebih memahami apa yang kita sampaikan, karena bahasa tidak resmi itu cenderung kalimatnya sederhana, singkat dan kata yang digunakan adalah kata yang biasa digunakan sehari-hari. Seperti pada data:

“obat itu didalam bahasa diksi al-Qur’an juga hadis bahkan standart bahas arab biasa itu setidaknya punya dua diksi dari dua kasus yang terjadi”

Pada teks diatas ustad adi menggunakan bahasa tidak resmi dilihat dari susunan kata beliau yang tidak sesuai dengan EYD (ejaan yang disempurnakan) dan beliau memakai kata

punya yakni kata tidak baku, yang seharusnya memakai kata *Mempunyai*.

Dan juga pada data:

“karena itu ketika Allah menyifati orang munafik yang hatinya bermasalah Allah tidak menyebutkan kata daa’un”

Kalimat diatas memakai kata yang tidak baku yaitu *menyifati* yang semestinya menggunakan *mensifati*. Dan juga susunan kata diatas tidak sempurna karena tidak sesuai EYD (ejaan yang disempurnakan) maka dari itu termasuk bahasa yang tidak resmi.

Begitu juga pada data dibawah ini :

“orang iri hati kan fisiknya terganggu contohnya tidak enak makan, pusing, tidurnya tidak enak dan tidak mungkin berobat mencari dawaa”

Kalimat diatas termasuk bahasa yang tak resmi karena kalimat diatas susunannya tidak sesuai dengan EYD (ejaan yang disempurnakan).

Hal itu juga pada data :

“Maka jika ada orang tertentu yang terkena penyakit fisik yang sudah diluar batas dawa’ yang medis misalnya sudah tidak bisa ini, ini gak mungkin, maka beralihlah dari dawa’ ke syifa”

Ustad adi pada kalimat diatas susunannya tidak sesuai EYD (ejaan yang disempurnakan) dan menggunakan bahasa tidak baku jika dilihat dari kata *gak* yang seharusnya *tidak*.

Dan juga :

“dan tau apa yang terjadi begitu ngimamin magrib suara keluar srak-srak basah”

Kata *ngimamin* pada kalimat diatas adalah kata yang tidak baku yang seharusnya memakai kata *mengimami* maka kalimat diatas dapat dikatakan bahasa tidak resmi dan susunannya tidak sesuai EYD (ejaan yang disempurnakan).

4.2.2 Unsur *Pathos*

Setelah membahas indikator *ethos*, maka pembahasan selanjutnya akan membahas tentang indikator *pathos*. *Pathos* adalah suatu potensi persuasif pada karakter dan emosional pada pribadi da'i. Dengan kata lain, pengaturan emosi, baik melalui bahasa maupun gerak tubuh pembicara menjadi faktor penting dalam kesuksesan beretorika.⁸⁴ Menurut Maarif indikator *pathos* terdiri dari tiga hal yaitu : (1) Eye contact (kontak mata), (2) gerak tubuh, dan (3) Pengaturan vokal.⁸⁵

A. Eye Contact (kontak mata)

Kontak mata merupakan sinyal alamiah untuk berkomunikasi. Dengan mengadakan kontak mata selama berinteraksi atau tanya jawab berarti orang tersebut terlibat dan menghargai lawan bicaranya dengan kemauan untuk memperhatikan bukan sekedar mendengarkan. Melalui kontak mata juga memberikan kesempatan pada orang lain

⁸⁴ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2014 hlm. 25

⁸⁵ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2014 hlm. 115

untuk mengobservasi yang lainnya. Selain itu, kontak mata kaan memperlihatkan bagaimana komunikator dapat melakukan komunikasi melalui mata dan juga mengatur ketegangan saat berpidato atau dalam konteks ini adalah berdakwah.⁸⁶ Pada video dakwah tersebut, peneliti menemukan hal dimana Ustadz Adi Hidayat lebih sering melihat ke arah audiens yang berada didepan. Namun, sesekali ia melirik ke kiri dan kanan ke arah audiens. Hal ini seperti terlihat pada gambar di berikut ini:

Gambar 0.3
Kontak mata komunikator dengan audiens



Pada gambar 0.3 menampilkan bagaimana Ustadz Adi Hidayat melakukan kontak mata dengan audiens yang berada di depannya.

B. Gerak tubuh

Gerak tubuh merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan komunikator dalam menyampaikan dakwahnya. Dalam hal ini, ada tiga

⁸⁶ (Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2014 hlm. 116

hal yang harus diperhatikan yaitu kepala, badan, dan lengan.⁸⁷ Gerak tubuh yang baik juga dapat diukur melalui delapan parameter.⁸⁸ Yaitu

a. Gerak tubuh kecemerlangan (magnificence)

Gerak tubuh ini merupakan gerak tubuh yang mengalir tanpa batas, disiapkan dengan langkah – langkah anggun, berpindah dari satu gerakan lain dan tidak kaku.⁸⁹ Pada video dakwah tersebut, peneliti menemukan gerakan yang ditunjukkan komunikator. Hal ini terlihat pada gambar berikut ini :

Gambar 0.4
Komunikator akan berpindah tempat

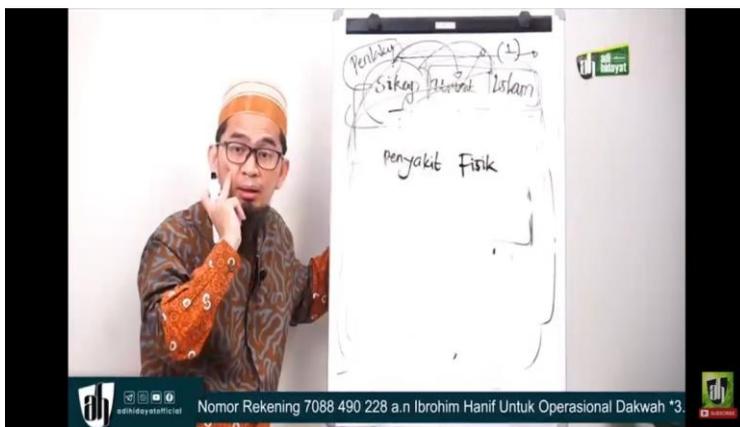


⁸⁷ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2014 hlm. 124

⁸⁸ Ibid hlm 124

⁸⁹ Ibid hlm 124

Gambar 0.5
Komunikator menunjukkan gerak tubuh yang tidak kaku



Gambar 0.6
Komunikator menunjukkan gerakan tangan



Pada gambar 0.4 komunikator menunjukkan gerakan berpindah tempat dari duduk di kursi ke berdiri didepan papan tulis. Hal ini komunikator lakukan untuk menulis poin-poin yang akan dipaparkan oleh komunikator. Papan tulis adalah salah satu media alat tulis

yang membantu komunikator atau narasumber untuk menuliskan poin-poin yang berkenaan tentang kajian yang dipaparkan. Kemudian pada gambar 0.5 komunikator menirukan gerakan orang yang terkena penyakit fisik yaitu penyakit mata. Hal tersebut dilakukan karena komunikator akan menjelaskan tentang penyakit-penyakit yang ada pada diri manusia. Kemudian pada gambar 0.6 komunikator mengilustrasikan orang yang terkena penyakit hati dengan menunjukkan tangan kanannya ke dada. Maksud dari komunikator melakukan hal tersebut adalah komunikator menjelaskan bahwa selain penyakit fisik ada juga penyakit hati yang ada pada diri manusia.

b. Gerak tubuh gagah (Boldnes)

Gerak tubuh ini merupakan gerak tubuh yang didorong oleh suatu rasa percaya diri yang menepis rasa takut dan ragu, serta dapat menghasilkan pengaruh besar.⁹⁰ Pada video dakwah tersebut, Ustadz Adi Hidayat banyak melakukan gerakan tubuh gagah. Hal ini terlihat pada gambar berikut ini:

Gambar 0.7

Komunikator menunjukkan gerakan tubuh gagah

⁹⁰ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku, 2014 hlm. 125



Gambar 0.8
Komunikator menunjukkan gerakan tubuh gagah



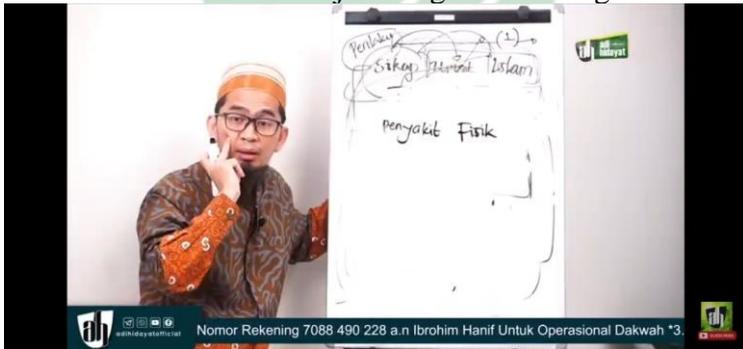
Gambar 0.7 menampilkan tatapan penuh keyakinan sembari mengangkat kedua tangannya untuk mendukung ucapannya. Kemudian pada gambar 0.8 komunikator mengilustrasikan orang yang berfikir tentang harta tetangganya meskipun sudah tidur, ini merupakan contoh orang yang mempunyai penyakit hati. Komunikator mencontohkan dengan semangat dan gagah dengan

menunjukkan jari telunjuknya. Dari gerakan yang dimunculkan diatas adalah untuk memberi ketegasan kepada pembahasan tersebut. Menurut Knapp (dalam Devito, 2011, hal : 194) mengatakan bahwa salah satu fungsi komunikasi non verbal adalah untuk menekankan beberapa bagian dari pesan verbal.

c. Gerak tubuh keragaman (Variety)

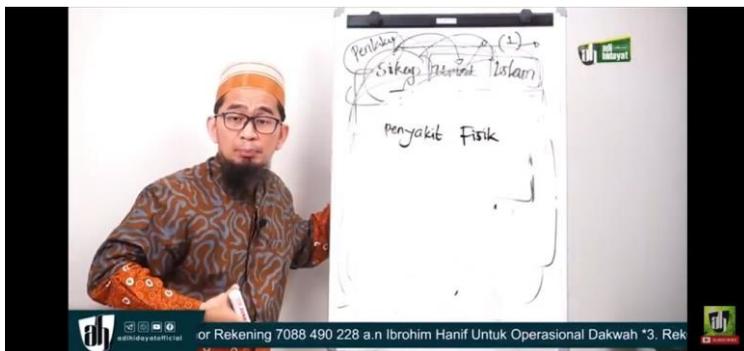
Gerak tubuh ini merupakan gerak tubuh yang dilakukan komunikator supaya tidak terlihat monoton.⁹¹ Dalam video dakwah yang dianalisis, peneliti menemukan dimana Ustadz Adi Hidayat beberapa kali melakukan gerakan yang beragam. Hal tersebut akan ditunjukkan berupa gambar di bawah ini:

Gambar 0.9
Komunikator menunjukkan gerakan keragaman



Gambar 0.10
Komunikator menunjukkan gerakan keragaman

⁹¹ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku, 2014 hlm. 125



Pada gambar 0.9 menunjukkan gerakan orang yang terkena penyakit mata. Hal ini komunikator jelaskan karena ingin mencontohkan beberapa penyakit fisik seperti sakit mata dan sakit perut (gambar 0.10). Menurut peneliti gerakan ini merupakan gerak tubuh keragaman Variety) dikarenakan komunikator bisa mengilustrasikan penjelasan-penjelasan yang ia sampaikan dan itu bermacam-macam dalam artian tidak monoton.

d. Gerak tubuh bertenaga (Energi)

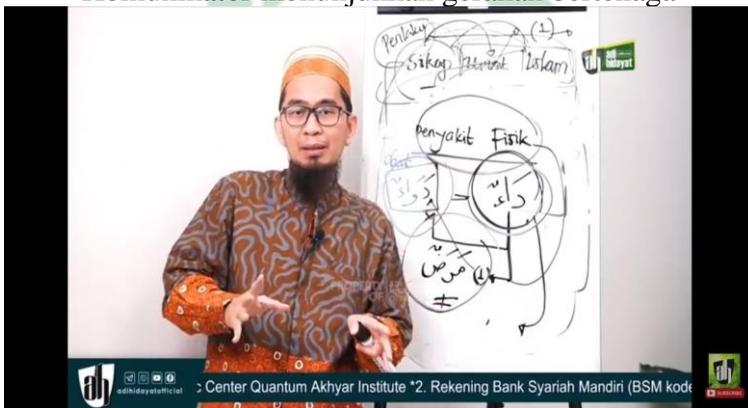
Gerak tubuh ini merupakan gerak tubuh yang ditopang oleh pendirian yang teguh.⁹² Ustadz Adi Hidayat melakukan hal ini di setiap dakwahnya untuk menunjukkan bahwa ia selalu bersemangat untuk mengisi acara kajian agama. Hal ini terlihat pada gambar berikut ini :

Gambar 0.11
Komunikator menunjukkan gerakan bertenaga

⁹² Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku, 2014 hlm. 125



Gambar 0.12
Komunikator menunjukkan gerakan bertenaga



Gambar 0.13
Komunikator menunjukkan gerakan bertenaga



Pada gambar 0.11 dalam video dakwahnya, Ustadz Adi Hidayat menunjukkan bahwa pergerakan yang ia lakukan adalah mencontohkan ketika roh masuk ke jiwa manusia dengan kedua tangan beliau menunjuk ke arah perut yang diikuti dengan mengekspresikan senyuman dan tatapan yang penuh dengan keyakinan. Kemudian pada gambar 0.12 menunjukkan pergerakan melebarkan jari-jari tangan dan mengangkat tangan se tinggi perut. Dan pada gambar ke 0.13 Ustadz Adi Hidayat menunjukkan ibu jarinya ke belakang seolah ia menjelaskan bahwa pembahsannya kembali ke awal. Seluruh gerakan tersebut dilakukan dengan penuh keyakinan.

e. Gerak tubuh sederhana simplici

Gerak tubuh ini merupakan gerakan yang muncul secara natural dan tanpa rekayasa serta

tidak berlebihan.⁹³ Dalam video dakwah tersebut Ustadz Adi Hidayat sering sekali menunjukkan gerakan ini seperti menggerakkan lengannya ke atas dan kebawah baik secara vertikal maupun horizontal. Semua gerakan lengan yang dilakukannya beberapa karena memang refleks dan beberapa mengandung makna penekanan.

f. Gerak tubuh anggun (grace)

Gerak tubuh ini merupakan gerak tubuh yang diperlukan kedewasaan dan selera tinggi serta tidak kaku dan tidak janggal.⁹⁴ Gerakan ini ditemukan dalam video Ustadz Adi Hidayat sebagai berikut:

Gambar 0.14

Komunikator menunjukkan gerakan tubuh anggun



Gambar 0.15

⁹³ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2014 hlm. 125

⁹⁴ Ibid., hlm 125

Komunikator menunjukkan gerakan tubuh anggun



Gambar 0.16

Komunikator menunjukkan gerakan tubuh anggun



Pada gambar 0.14 Ustadz Adi menunjukkan pergerakan tangan seolah ia sedang menjelaskan sesuatu yang begitu dipahaminya yang diikuti dengan tatapan tajam dan menunjukkan kedewasaan. Kemudian pada gambar 0.15 Ustadz Adi menunjukkan pergerakan dan mimik wajah yang sangat wibawa karena terlihat mengangkat alisnya ketika menjelaskan kisah Nabi Ayyub. Dan

pada gambar 0.16 beliau pergerakan tangan memberikan isyarat mengambil sesuatu dan pergerakan itu semua menunjukkan kedewasaan dan selera tinggi serta tidak kaku dan tidak janggal.

g. Gerak tubuh Sopan (*propriety*)

Gerak tubuh ini merupakan gerak tubuh yang sesuai dengan norma yang berlaku dan tidak memalukan.⁹⁵ Dalam video dakwah tersebut Ustadz Adi Hidayat selalu menunjukkan gerakan ini seperti berjalan dengan sopan, dan tidak ada hal-hal yang dianggap tidak sopan didalam video Ustadz Adi Hidayat tersebut. Semua gerakan lengan yang dilakukannya beberapa karena memang refleks dan beberapa mengandung makna penekanan dengan tetap menjaga kesopanan.

h. Gerak tubuh ketepatan (*precision*)

Gerak tubuh ini merupakan gerak tubuh yang dipersiapkan dengan baik, muncul pada momen yang tepat.⁹⁶ Dari video dakwah yang dianalisis, Ustadz Adi Hidayat selalu menggerakkan anggota tubuhnya disaat yang tepat. Meskipun terlihat melakukan gerakan berlebihan, maksud dari Ustadz Adi Hidayat melakukan gerakan tersebut adalah semata – mata hanya untuk menghilangkan rasa kantuk dirinya dan rasa bosan audiens.

⁹⁵ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2015 hlm. 125

⁹⁶ Ibid., hlm 125

Dari ke delapan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Ustadz Adi Hidayat banyak melakukan gerakan dalam setiap dakwahnya, meskipun panggung yang ia miliki kecil, ia dapat menggunakan potensi yang ada untuk mengekspresikan gerakan yang ia inginkan. Kebanyakan dari gerakan tersebut dilakukannya dengan gerak tubuh yang gagah, bertenaga, beragam, dan sopan. Gerakan tubuh ini dilakukannya secara spontan dan merupakan komunikasi non verbal yang sengaja dilakukannya untuk menekankan suatu pembahasan yang mendukung komunikasi verbal. Ustadz Adi Hidayat juga terlihat beberapa kali melakukan gerakan perpindahan dari satu tempat ketempat lainnya. Ia merupakan pendakwah yang memiliki gerak tubuh yang aktif meskipun menggunakan panggung yang kecil. Hal tersebut memberikan daya tarik audiens untuk meningkatkan kredibilitas komunikator.

C. Pengaturan Vokal

Pengaturan vokal diperlukan dalam keberhasilan menyampaikan sebuah dakwah. Menurut Austin.⁹⁷ Terdapat empat hal yang harus diperhatikan dalam pengaturan vokal, yaitu; (1) nada, (2) artikulasi, (3) volume, dan (4) Intonasi.

a. Nada

Nada mengacu kepada ketinggian atau kerendahan suatu suara. Nada dihasilkan dari

⁹⁷ Maarif, Z. *Retorika metode komunikasi publik*. Jakarta: Dapur Buku. 2015 hlm. 117

kecepatan vibrasi pita suara. Jika pita suara bervibrasi cepat, maka audiens akan merasa suara anda memiliki nada yang tinggi, begitu pula sebaliknya.⁹⁸ Nada yang digunakan Ustad Adi Hidayat adalah nada bahasa sederhana. Gaya ini biasanya cocok digunakan untuk memberikan intruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan dan sejenisnya. Sehingga dalam penyampaian ceramah, nada bahasa tersebut cocok untuk digunakan dalam menimbulkan perhatian pendengar dalam menyimak cerita serta memahami pesan dari obat segala penyakit (As-Syifa'). Ustadz Adi Hidayat memiliki vibrasi yang cepat, tetapi nada suara yang dihasilkan rendah. Lokasi dalam penyampaian dakwahnya ialah didalam ruang kelas di kampus kedokteran.

Ustadz Adi Hidayat menggunakan nada bicara yang rendah tapi tetap memberikan dampak positif kepada audiens. Selain itu, bentuk vokal Ustadz Adi Hidayat juga mempengaruhi mengapa ia selalu menggunakan nada sedang saat berbicara terutama dalam menyampaikan dakwah. Bentuk vokal yang tidak bulat membuat suaranya terdengar sedih dan tidak bersemangat saat berbicara.

b. Artikulasi

Artikulasi berarti kejelasan seseorang dalam mengucapkan sebuah kata.⁹⁹ Dalam video obat segala penyakit (As-Syifa) yang dianalisis, dari semua kata demi kata yang diucapkan Ustadz

⁹⁸ Wijaya & Setiawan, 2007, hal : 91

⁹⁹ Ibid hlm. 93

Adi Hidayat tidak ada satu katapun yang ia ucapkan tidak sesuai dengan artikulasi yang benar. Ini menunjukkan bahwa Ustad Adi sangat memperhatikan kejelasan artikulasi atau pengucapan saat menyampaikan kepada audiens.

Akan tetapi terkadang Ustadz Adi Hidayat juga menggunakan bahasa asing seperti bahasa Inggris dan bahasa Arab dalam berdakwah. Namun, ada beberapa artikulasi dari kata-kata bahasa Inggris tersebut yang kurang baik sehingga terkadang audiens menjadi bingung makna dari kata tersebut. Namun, dalam menggunakan bahasa Arab, komunikator dapat mengucapkan secara jelas dan benar. Seharusnya ketika komunikator hendak menggunakan bahasa asing, ia sudah bisa mengucapkannya dengan artikulasi yang benar agar tidak terjadi kesalahpahaman arti.¹⁰⁰ Namun, Ustadz Adi Hidayat tampaknya tidak menghiraukan hal tersebut. Ia kadang tetap menggunakan bahasa asing saat berdakwah.

c. Volume

Volume merupakan sebuah tingkat desibel suara yang dapat ditingkatkan atau dikurangi dengan lebih menekankan udara pada chord vokal.¹⁰¹ Pada video dakwah Ustad Adi Hidayat yang di analisis oleh peneliti. Menurut peneliti Ustadz Adi Hidayat merupakan seseorang yang tegas dalam setiap penyampaiannya.

¹⁰⁰ Suwito, 1983, hlm. 66).

¹⁰¹ Wijaya & Setiawan, 2007, hlm. 94).

Namun, ada beberapa hal juga yang menyebabkan mengapa ia selalu mengeluarkan volume nada rendah salah satunya yaitu karena ia merupakan seorang ustadz yang notabene dalam menyampaikan materi haruslah lembut agar audiens dapat luluh hatinya dan mau mendengarkan serta mengikuti seruan dan ajakan komunikator menuju hal kebaikan. Selain itu, karakter dan sifat Ustadz Adi Hidayat yang rendah hati menyebabkan volume yang dihasilkan rendah. Hal ini dipaparkan dalam Liliwiri (2011, hal 318) yang membahas bahwa volume suara seseorang juga dapat melihat bagaimana keinginan yang ada didiri seseorang tersebut, misalnya seseorang yang selalu melontarkan suara dengan volume rendah merupakan seseorang yang pemalu begitu pula sebaliknya.

d. Intonasi

Intonasi merupakan tinggi rendahnya suatu nada pada kalimat yang memberikan penekanan pada kata-kata tertentu dalam kalimat tersebut.¹⁰² Ustadz Adi Hidayat selalu mengatur intonasinya pada saat menyampaikan dakwah. Pemilihan kata yang dianggap penting untuk disampaikan selalu mendapat penekanan dari Ustadz Adi Hidayat. Ia dapat mengatur intonasi dengan baik pada setiap dakwahnya terutama di video dakwah yang di analisis.

Pada video dakwah Ustadz Adi Hidayat yang dianalisis, peneliti menemukan bahwa ia

¹⁰² Ibid, hlm. 95

selalu memberikan penekanan-penekanan kepada pembahasan yang merugikan dan menguntungkan diri sendiri misalnya kemunafikan dan beribadah. Hal ini berarti ia memang membenci perbuatan dosa dan ingin mengajak audiens untuk menjauhi hal tersebut dan menyeru kepada kebaikan untuk bekal di akhirat kelak. Selain itu, penekanan juga selalu dilakukan kepada hal-hal yang berbau negatif yang berkaitan dengan penyakit hati yang ada di diri manusia.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Ustadz Adi Hidayat selalu melakukan penekanan terhadap hal-hal yang dianggap merugikan dan menguntungkan diri sendiri seperti kemunafikan dan beribadah. Selain itu, penekanan-penekanan juga dilakukan untuk memberi tahu hal-hal penting saat ia menyampaikan dakwah

4.2.3 Unsur *Logos*

Upaya dakwah selain dengan pendekatan emosi dan perasaan, juga harus dilakukan dengan membangun kesadaran akal fikiran, membangun daya fikir dan nalar *mad'u*. manusia mengenal dan memahami Islam yang melekat baik dalam perasaannya sebagaimana juga melekat dalam fikirannya. Dakwah sebagai upaya mengajak manusia kepada Islam harus juga dilakukan melalui pendekatan yang rasional, logis, argumentatif.

Pendekatan inilah yang dalam ilmu retorika Aristoteles disebut dengan *logos*.¹⁰³

Pendekatan yang digunakan oleh Ustad Adi Hidayat adalah sebagai berikut:

a. Definitions (definisi – definisi)

Definisi – definisi merupakan indikator pertam dari *logos*. Mengungkapkan sebuah definisi dalam berpidato atau berdakwah merupakan suatu cara agar isi dari pidato atau dakwah tersebut semakin bagus dan menarik audiens. Dalam video tersebut Ustadz Adi Hidayat mengatakan:

“Syifa sering diterjemahkan dengan obat (penawar). Syifa sesungguhnya punya arti yang lebih luas, obat itu didalam bahasa diksi al-Qur’an juga hadis bahkan standart bahas arab biasa itu setidaknya punya dua diksi dari dua kasus yang terjadi. Satu, jika peyakit yang butuh obat, penyakitnya itu berupa penyakit fisik saja, misalnya sakit gigi, sakit perut, sakit kepala penyakitnya disebut denga “daa’un” penawarannya disebut dengan “dawaa’un”, karena itu ada kalimat “likulli daa’in dawa’un” setiap penyakit fisik itu pasti ada obatnya. Yang kedua, ada jenis penyakit terkait dengan fisik juga tetapi sudah melewati batas-batas dawa’, ini menggunakan obat medis standar ini susah bahkan sebagian dokter mengatakan ini tidak bisa diobati. Atau yang ketiga penyakitnya tidak terkait dengan fisik secara langsung tapi ada yang terkait dengan aspek

¹⁰³ Umdatul Hasanah. *Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles*. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 10, No. 02, 260-271

sikologis contohnya iri hati, dengki, dendam, dan itu juga berpengaruh terhadap fisik tapi sudah melewati batas fisik, orang iri hati kan fisiknya terganggu contohnya tidak enak makan, pusing, tidurnya tidak enak dan tidak mungkin berobat mencari dawaa' maka beralihlah ke syifa''

Ustadz Adi Hidayat menyampaikan definisi mengenai *syifa'* kepada audiens. Ia melakukan hal ini karena dalam berdakwah seorang da'i harus meluruskan definisi dari pembahasan yang dikaji. Dengan menjelaskan apa itu *syifa'*, audiens akan lebih memahami isi dari dakwah Ustadz Adi Hidayat. Selain itu, audiens yang awalnya tidak mengetahui definisi dari *syifa'* setelah diberitahu menjadi mengerti dan memahami akan hal tersebut agar bisa diamalkan di kehidupan audiens. Dengan kata lain, Ustadz Adi Hidayat dapat memberikan beberapa pengetahuan baru terhadap audiens.

b. Menyampaikan Dalil-dalil Al-Qur'an tentang Al-Qur'an sebagai Obat

Di video Obat Segala penyakit, Ustad Adi Hidayat menyampaikan tentang dasar ontologi dalil Al-Qur'an sebagai obat yang terletak pada menit ke 0.26:

“Kita arahkan ke dasarnya dulu, ontologinya, Qur'an surah ke 17 (Al-Isra) di ayat yang ke 82 Allah memberikan stetment tentang syifa disitu, وَنُنزِّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا

82. Dan Kami turunkan dari Al-Qur'an (sesuatu) yang menjadi penawar dan rahmat bagi orang yang beriman, sedangkan bagi orang yang zalim

(Al-Qur'an itu) hanya akan menambah kerugian.”¹⁰⁴

Dan juga Ustadz Adi Hidayat menyampaikan tentang Al-Qur'an mensifati orang munafik pada menit 04.44:

”karena itu ketika Allah menyifati orang munafik yang hatinya bermasalah Allah tidak menyebutkan kata daa'un tetapi menyebutkan kata marodt silahkan cek di al-Qur'an surah al-Baqarah ayat ke 10

فِي قُلُوبِهِمْ مَّرَضٌ

2. Dalam hati mereka ada penyakit, hati yang disini bukan hati fisik tapi sumber kehidupan kita yang ditetapkan oleh Allah”¹⁰⁵

c. Examples (real life example) (contoh – contoh masalah dari kehidupan nyata)

Indikator terakhir pada *logos* adalah menampilkan contoh masalah dari kehidupan nyata Sebagian besar komunikator ketika hendak berdakwah menggunakan *dispositio* dengan indikator ini. Hal tersebut juga dilakukan oleh Ustadz Adi Hidayat. Namun, Ustadz Adi Hidayat tidak hanya menampilkan indikator ini di awal saja, melainkan di bagian lainnya pula. Seperti pada data berikut ini:

“Saya pernah amalkan saat di undang ke Kalimantan untuk ceramah bakda magrib tiba-tiba sore hilang suara, sama sekali tidak ada suara, tapi begitu sholat saya amalkan dengan penuh

¹⁰⁴ Gramedia, Al Quran QS Al-Isra/17:82

¹⁰⁵ Gramedia, Al Quran QS Al-Baqarah/2:10

keyakinan minta, ikhtiar juga pakai freshcare sambil berdoa “Ya Allah waidza mariddu fahuwa yashfin kalau saya sakit pasti Allah sembuhkan ga mungkin ditugaskan kalau Allah ga berikan perangkatnya pasti diberikan, dan tau apa yang terjadi begitu ngimamin magrib suara keluar srak-srak basah, begitu tausiyah keluar sempurna, bakda isyak nyambung keluar sempurna, habis ceramah hilang lagi suaranya, itu menarik.”

Ustad Adi Hidayat menampilkan contoh masalah nyata yang dialami dalam kehidupan pribadinya berupa cara ia mengamalkan amalan yang ada di dalam Al-Qur’an untuk menyembuhkan penyakit yang dialaminya yaitu hilangnya suara ketika mau menyampaikan dakwahnya. Dalam hal ini Ustad Adi Hidayat juga memberi tahu bahwa amalan-amalan yang ada didalam al-Qur’an sangatlah bagus untuk diamalkan, karena disamping kita memohon atas kesembuhan penyakit yang dialami, kita mendapatkan pahala karena membaca isi dari al-Qur’an sendiri.

Selain itu Ustadz Adi Hidayat menyampaikan tentang contoh atau teladan orang yang terkena penyakit fisik tetapi sudah tidak bisa disembuhkan dengan medis, yakni pada menit 8:08: *“Ini yang pernah dilakukan oleh Nabi Ayyub AS. Ketika diuji dengan penyakit Allah contohkan langsung supaya kita bisa meniru, bukankah ayat ini turun ketika nabi diuji dengan penyakit?, supaya memohon kepada Allah, jadi kan Nabi Ayyub divonis dengan penyakit yang tidak pernah diderita oleh orang sebelum beliau dan tidak akan dirasakan oleh orang setelahnya. Yang paling*

menarik adalah apa yang dilakukan, ketika semua mengatakan tidak mungkin, lalu turun kemudian gambaran dari Allah. Qur'an surah ke 21 ayat 83 sampai 84

﴿وَأَيُّوبَ إِذْ نَادَىٰ رَبَّهُ أَنِّي مَسَّنِيَ الضُّرُّ وَأَنْتَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ﴾¹⁰⁶
yang artinya “Dan kami buka kisah Ayyub di masa lalu sebagai inspirasi untuk orang dimasa depan”.¹⁰⁶

Dari indikator – indikator *logos* diatas menunjukkan bahwa dalam penyampaian dakwahnya Ustadz Adi Hidayat adalah gaya retorika dakwah dengan menggunakan monologika. Gaya retorika monologika adalah seni berbicara secara monolog yang dimana hanya satu orang yang berbicara dan yang lain hanya mendengarkan.¹⁰⁷ Karena dengan menggunakan gaya retorika seperti ini audiens dapat dengan mudah untuk memahami maksud dan isi dari dakwah yang dipaparkan oleh Ustadz Adi Hidayat. Karena pembicara hanya satu orang maka audiens pun akan lebih terfokus dalam menerima informasinya. Dari segi prakteknya Ustadz Adi Hidayat cukup mengerti dan memahami retorika dengan baik.

¹⁰⁶ Gramedia, Al Quran QS *Al-Anbiya*’/21:83

¹⁰⁷ Hendrikus, P. D. W. (1991). Retorika, terampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi. Kanisius. hlm : 16

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Retorika Dakwah *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* Ustad Adi Hidayat Dalam kajian Obat Segala Penyakit Pada Media Youtube adalah sebagai berikut:

1. Indikator *Ethos* Ustadz Adi Hidayat

Indikator *ethos* ditunjukkan oleh Ustadz Adi Hidayat dengan menggunakan, yang Pertama, *Good competence* yang dilakukan berupa Ustadz Adi Hidayat selalu menyebutkan tata letak baris ayat al-Qur'an sebagai pedoman penyampaian dakwahnya. Kedua, *Good moral character* yakni upaya Ustadz Adi Hidayat membangun citra tentang dirinya sebagai sosok yang jujur, bermoral dan dapat dipercaya. Berupa Ustadz Adi Hidayat memakai pakaian yang syar'i dan pemilihan kata "*Wallahu a'lam bish-shawab*" membuatnya terlihat memiliki moral keagamaan yang cukup baik. Dan yang ketiga, *Good Grammar* dibuktikan dengan Ustadz Adi Hidayat mampu menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa, kosa kata, dan tata bahasa yang tepat dan sopan, sehingga menjadi daya tarik etika komunikator kepada audiens.

2. Indikator *Pathos* Ustadz Adi Hidayat

Indikator *pathos* ditunjukkan oleh Ustadz Adi Hidayat dengan menggunakan Pertama, *Eye contact* yakni Ustadz Adi Hidayat mengadakan

kontak mata selama berinteraksi kepada audiens dengan kemauan untuk memperhatikan bukan sekedar mendengarkan. Kedua, Gerak tubuh sebagai salah satu faktor yang mendukung keberhasilan komunikator dalam menyampaikan dakwahnya, dalam hal ini Ustadz Adi Hidayat melakukan gerakan tubuh yaitu gerak tubuh kecemerlangan, gerak tubuh gagah, gerak tubuh keragaman, gerak tubuh bertenaga, gerak tubuh sederhana, gerak tubuh anggun, gerak tubuh sopan, dan gerak tubuh ketepatan. Dan yang ketiga, Pengaturan vokal yang diperinci dengan; Ustadz Adi Hidayat memiliki vibrasi yang cepat, tetapi nada suara yang dihasilkan rendah, Ustadz Adi Hidayat tidak ada satu katapun yang ia ucapkan tidak sesuai dengan artikulasi yang benar, volume Ustadz Adi Hidayat selalu berbunyi lembut, dan Ustadz Adi Hidayat selalu melakukan intonasi penekanan terhadap hal-hal yang dianggap merugikan dan menguntungkan diri sendiri seperti kemunafikan dan beribadah.

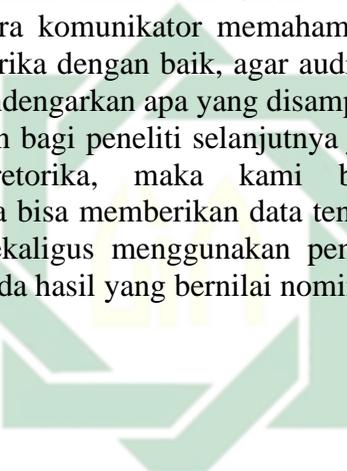
3. Indikator *Logos* Ustadz Adi Hidayat
Indikator *Logos* ditunjukkan oleh Ustadz Adi Hidayat dengan menggunakan *Definitions* (definisi – definisi) yang dilakukannya berupa menyampaikan definisi mengenai *syifa'* kepada audiens. Kemudian dengan menyampaikan dalil-dalil al-Qur'an tentang al-Qur'an sebagai Obat. Selain itu, Ustadz Adi Hidayat menggunakan indikator *Logos* berupa *Examples* (real life example) (contoh – contoh masalah dari kehidupan nyata), indikator ini digunakannya dengan menampilkan contoh nyata yang diambil dari kisah

Nabi Ayyub dan yang dialami dalam kehidupan pribadinya yakni cara ia mengamalkan amalan yang ada di Al-Qur'an untuk menyembuhkan penyakit yang dialaminya yaitu hilangnya suara ketika mau menyampaikan dakwah.

B. Saran

Sebelum mengakhiri sekripsi ini penulis akan menyampaikan kritik dan saran. Alangkah baiknya apabila para komunikator memahami metode dakwah dan beretorika dengan baik, agar audiens lebih nyaman ketika mendengarkan apa yang disampaikan.

Dan bagi peneliti selanjutnya jika akan meneliti tentang retorika, maka kami berharap peneliti selanjutnya bisa memberikan data tentang persepsi dari audiens sekaligus menggunakan penelitian kuantitatif sehingga ada hasil yang bernilai nominal.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2009). Retorika Dan Dakwah Islam. *Jurnal Dakwah*, 10(1), 107-117.
- Al Adhanie, F. B. (2017). *RETORIKA DAKWAH* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- An-Nabiry, F. B. (2017). Meniti Jalan Dakwah. Jakarta: Amza
- Aripudin, A., & Azra, A. (2011). *Pengembangan metode dakwah: respons da'i terhadap dinamika kehidupan beragama di kaki Ciremai*. RajaGrafindo Persada.
- AS, S. (2014). Retorika Dakwah: Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato.
- Aziz, M. A. (2019). *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Basrowi, S. (2008). Memahami penelitian kualitatif. *Jakarta: Rineka Cipta*, 12(1), 128-215.
- Cangara, H. (2008). Pengantar ilmu komunikasi.
- Dermawan, A. (2002). *Metodologi Ilmu Dakwah*. Lesfi.
- Dewi, F. U. (2013). Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Gorys Keraf, D. (2009). *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasanah, U. (2020). Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 256-275.
- Ismail, I., & Hotman, P. (2013). *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Kencana.
- Jaswadi, S. A. (2014). Retorika. Surabaya.

- Kusrianto, A. (2007). Pengantar desain komunikasi visual.
- Lexy, J. M. (2002). Metode penelitian kualitatif. *Bandung: Rosda Karya*.
- Maarif, Z. (2015). Retorika Metode Komunikasi Publik. *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Mshvenieradze, T. (2013). *Logos Ethos and Pathos in Political Discourse. Theory & Practice in Language Studies*, 3(11).
- Mulyani, Y. (1981). Tanya Jawab Dasar-Dasar Retorika.
- Munir, M. (2009). Metode Dakwah. *Jakarta: Kencana*.
- Muriah, S., & Zurkoni, M. (2000). *Metodologi dakwah kontemporer*. Mitra Pustaka.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017*.
- Natsir, M. (1996). Fiqh Dakwah. *Jakarta: Yayasan Capita Selecta*.
- Nazir, M. (1988). Metode Penelitian. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Oka, I. G. N., & Wojowasito, S. (1976). *Retorik: sebuah tinjauan pengantar*. Tarate.
- Purwadarminta, W. J. S. (2005). Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga. *Jakarta: Balai Pustaka*.
- Qadaruddin, M. (2013). Teori Komunikasi Massa. *Teori Komunikasi Massa*, 1(1).
- Rakhmat, J. (2004). Retorika Modern pendekatan praktis. *Bandung: Akademika*

- Ri, D. A. (1989). *al-Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: *Toha Putra*.
- Ri'aeni, I. (2016). KEMISKINAN SEBAGAI KOMODITAS MEDIA (Analisis Strategi Komunikator dalam Program Berita Bertema Kemiskinan di Televisi). *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Simon, N. (2020). Investigating *ethos* and *pathos* in scientific truth claims in public discourse. *Media and Communication*, (1), 129-140.
- Steviasari, P. C. (2020). *RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Suharsimi, A. (2006). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. *Jakarta: Rineka Cipta*, 120-123.
- Sunarjo, D. S. (1983). *Komunikasi Persuasi dan Retorika*. Yogyakarta: *Liberty*.
- Syukir, A. (1984). *Dasar-dasar strategi dakwah Islam*. Ikhlas.
- Tasmara, T. (1997). *Komunikasi dakwah*. Gaya Media Pratama.
- Uchyana, E. O. (2011). *Ilmu Komunikasi: Ilmu dan Praktek*. Bandung: *Remaja Rosdakarya*.
- Wahyu, I. (2010). *Komunikasi Dakwah*, PT. *Remaja Rosdakarya*.
- Zahro, F. (2017). *RETORIKA DAKWAH KH. FATURROHMAN* (Doctoral dissertation, IAIN).