

RETORIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL
Studi Pada Chanel Youtube Ustadz Hannan Attaki
Episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh
Dinda Marta Almas Zakirah
NIM. F02719229

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dinda Marta Almas Zakirah

NIM : F02719229

Program : Magister (S2) Komunikasi Penyiaran Islam

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 03 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Dinda Marta Almas Zakirah

NIM. F02719229

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul Retorika Dakwah di Media Sosial Studi Pada Chanel Youtube Ustadz Hannan Attaki Episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia” yang ditulis oleh Dinda Marta Almas Zakirah ini telah disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 03 Agustus 2022.

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M. Fil.I

NIP. 197110171998031001



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si

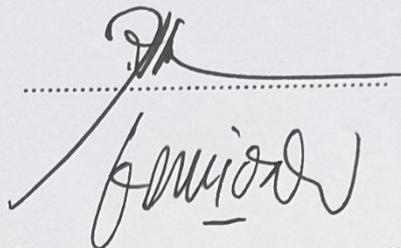
NIP. 197312171998032002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis berjudul “Retorika Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Chanel Youtube Ustadz Hannan Attaki Episode Cerita Setan Nge-Distrack Manusia” yang ditulis oleh Dinda Marta Almas Zakirah ini telah diuji dalam ujian tesis pada tanggal 11 Agustus 2022.

Tim Penguji:

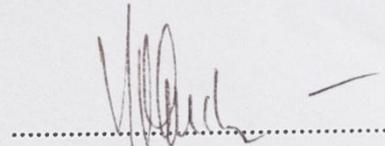
1. Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I.



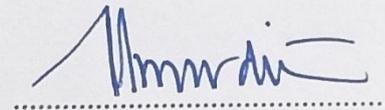
2. Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si.



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

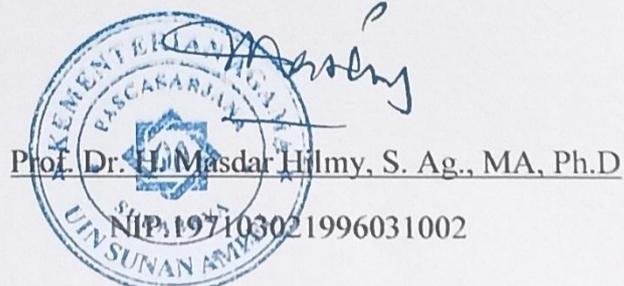


4. Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si.



Surabaya, 11 Agustus 2022

Direktur.



Prof. Dr. H. Masdar Hilmy, S. Ag., MA, Ph.D
NIP. 197103021996031002



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

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

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Dinda Marta Almas Zakirah
NIM : F02719229
Fakultas/Jurusan : Pasca Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : Dindamarta96@gmail.com

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

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

RETORIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL Studi Pada Chanel Youtube Ustadz Hannan

Attaki Episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Juli 2023

Penulis

(Dinda Marta Almas Zakirah)

ABSTRAK

Dinda Marta Almas Zakirah, 2022. Retorika Dakwah Di Media Sosial Studi Pada Chanel Youtube Ustadz Hannan Attaki Episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”. Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: gaya bahasa, gaya gerak tubuh, retorika dakwah, youtube.

Penelitian ini tentang mendeskripsikan gaya retorika dakwah Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”, yang meliputi gaya bahasa dan gaya gerak tubuh yang di gunakan oleh Ustadz Hannan Attaki. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pendekatan ini digunakan mengingat data yang dihasilkan berupa kata bahasa dan gerak tubuh yang terdapat di dalam video tersebut.

Data primer penelitian ini didapatkan dari pengamatan terhadap video youtube Ustadz Hannan Attaki. Data sekunder didapatkan dari kajian pustaka melalui buku, riset. Sumber data didapat dari video youtube yang dilakukan oleh Ustadz Hannan Attaki berupa kalimat dan gerak tubuh. Teknik analisis data dilakukan dengan cara wawancara dengan informan yaitu tim management Ustadz Hannan Attaki atau tim shift. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dari detik perdetik video tersebut, setelah itu mengkategorisasikan gaya bahasa dan gaya gerak tubuh Ustadz Hnnan Attaki pada video tersebut. Dokumentasi didapatkan melalui buku, artikel, media sosial, majalah, dan surat kabar. Teknik analisis data di dapatnya dengan cara mereduksi data, lalu penyajian data kemudian kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat dua temua data yang pertama yaitu gaya bahasa gaul, kiasan dan humoris, dan yang kedua terdapat gaya gerak tubuh yait dengan menampilkan fiisk menggunakan kemeja batik berwarna merah yang dikombinasikan dengan warna hijau toska, menggunakan topi hitam, ekspresi wajah menunjukksn ketenangan, sesekali tersenyum dan mengerutkan alis untuk memberikan penegasan pada pesan dakwahnya, selain itu juga memberikan gestur tubuh yang meliputi gerakan tangan dan gerak badan juga kontak mata untuk mempertegas apa yang sedang dibicarakan.

ABSTRACT

Dinda Marta Almas Zakirah, 2022. Rhetoric of Da'wah in Social Media Studies on Ustadz Hannan Attaki's Youtube Chanel Episode "Setan Nge-Distrack Manusia". Master Thesis of Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Keywords: *language style, gesture style, da'wah rhetoric, youtube.*

This study is about describing the rhetorical style of Ustadz Hannan Attaki's da'wah on the YouTube social media episode "Cerita Setan Nge-Distrack Humans", which includes the language style and gestures used by Ustadz Hannan Attaki. This research uses descriptive qualitative method. This approach is used considering the data generated in the form of language words and gestures contained in the video.

The primary data of this study was obtained from observations of Ustadz Hannan Attaki's youtube videos. Secondary data obtained from literature review through books, research. The data source is obtained from a youtube video by Ustadz Hannan Attaki in the form of sentences and gestures. The data analysis technique was carried out by interviewing the informant, namely the management team of Ustadz Hannan Attaki or the shift team. Observations were made by observing from second to second of the video, after that categorizing the language style and gestures of Ustadz Hnnan Attaki in the video. Documentation is obtained through books, articles, social media, magazines, and newspapers. The data analysis technique was obtained by reducing the data, then presenting the data and then making conclusions.

The results of this study are that there are two data findings, the first is slang, figurative and humorous language styles, and the second is a body movement style, namely by showing physical appearance using a red batik shirt combined with turquoise green, wearing a black hat, facial expressions showing calmness, occasionally smiling and furrowing his brows to emphasize the message of his da'wah, while also giving body gestures that include hand and body movements as well as eye contact to emphasize what is being discussed.

DAFTAR ISI

HALAM JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRAC.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identitas dan Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Definisi Konsep.....	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
H. Metode Penelitian.....	22
I. Sistem Pembahasan.....	26
BAB II RETORIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE.....	28
A. Pengertian Dakwah di Media Sosial Youtube.....	28
B. Karakteristik Retorika Dakwah.....	32
C. Fungsi dan Tujuan Retorika Dakwah.....	35

D. Ethos, Pathos, Logos Dalam Retorika Dakwah.....	37
E. Lima Hukum Retorika Dakwah.....	40
F. Gaya Retorika Dakwah.....	43
G. Dakwah di Media Sosial.....	60
H. Kelebihan dan Kekurangan Dakwah di Media Sosial.....	66
BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	69
A. Gambaran Profil Ustadz Hannan Attaki.....	69
B. Sinopsis Video Dakwah Ustadz Hannan Attaki di Media Sosial Youtube.....	72
BAB IV SAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	73
A. Gaya Bahasa Ustadz Hannan Attaki di Chanel Youtube Episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”.....	73
B. Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki di Chanel Youtube Episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”.....	87
C. Analisis Data.....	96
BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
C. Daftar Pustaka.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah menjadi salah satu aktifitas yang wajib bagi umat muslim, dengan cara mengajak dalam kebaikan dan mengikuti sunnah Rasulullah SAW¹. Melalui dakwah, agama dapat tersebar di muka bumi ini termasuk di Indonesia hingga saat ini masih terus berkembang. Dakwah memiliki arti yaitu mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemunkaran, yang dilakukan dengan cara hikmah dan bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulullah agar memperoleh keselamatan dunia dan akhirat². Dalam Q.S. An-Nahl/16: 125 Allah berfirman:

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

Terjemahnya:

“serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantulah 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”³. (QS. An-Nahl [16] : 125).

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

¹ Millah, Asep Saeful, and, Solahudin, Dindin, and Bahrudin, “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3 (2018): 169.

² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Perss, 2012), 1.

³ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur’an (2016-2019), *Al-Qur’an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019, 11--20* (Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur’an, 2019), 391.

Artinya:

Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali 'Imran [3]: 104)⁴.

Dari kutipan ayat Ali'Imran diatas, para ulama sepakat bahwa hukum dakwah adalah wajib. Adapun yang menjadi perbedaan diantara mereka yaitu apakah kewajiban itu dibebankan kepada setiap individu muslim (fardlu 'ain) atau kewajiban itu hanya dibedakan epada sekeompok orang saja dari umat Islam secara keseluruhan. Oleh sebab itu akan diungkapkan masing-masing pendapat beserta argumen-argumennya tentang dasar hukum dakwah. Perbedaan disebabkan karena cara-cara pemahaman mereka terhadap dalil-dalil naqil (Al-Qur'an dan Hadist) disamping adanya kenyataan kondisi setiap muslim yang berbeda dalam kemampuan dan spesifikasi ilmunya⁵.

خَاطِبُوا النَّاسَ عَلَىٰ قَدْرِ عُقُولِهِمْ⁶

“Berbicara dengan manusia sesuai dengan kemampuan pemahaman mereka.”

M. Quraish Shihab menyatakan bahwa dakwah adalah sebagai sebuah seruan, ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik terhadap pribadi maupun masyarakat⁷. Dakwah memiliki makna

⁴ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an (2016-2019), *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019, 1--10* (Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an, Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an), 84.

⁵ A. Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)* (Surabaya: Jaudar Press, 2014), 89.

⁶ Nashrullah bin Muhammad As-Syaibani, *Al-Jami' Al-Kabir fi Shina'atill Mandzum minal Kalam wal Mantsur* (Ma'ma'ilm, 1375), 147.

⁷ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 66.

persuasif, yang artinya mengajak manusia dalam kebaikan dengan cara-cara yang baik pula. Kekerasan, pemaksaan, intimidasi, serta ancaman dan teror, tidak dapat disebut dengan dakwah. Didalam dakwah, tidak menekankan hasil, namun tugas dan proseslah menjadi hal yang utama dalam berdakwah, kita sebagai umat muslim hanya berkewajiban menyampaikan kebaikan kepada manusia lain⁸.

Dakwah banyak dilakukan oleh para *mubaligh* baik menggunakan tulisan diinternet, maupun lisan melalui audio visual dengan menggunakan bahasa yang baik dan benar. Dalam berdakwah, *da'i* juga harus mempertimbangkan bahasa yang akan digunakan serta susunan kalimat yang tepat dengan tujuan tersampaikan pesan dakwah kepada para *mad'u*. Menurut Asep Saeful, pesan dakwah yang disampaikan melalui lisan oleh para *da'i* hendaknya dikemas sedemikian indah, aktivitas ini sangat penting ketika hendak berinteraksi dengan *mad'u*. Oleh karena itu seni dalam berbicara merupakan salah satu keahlian yang harus dimiliki oleh para *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah, yang juga disebut sebagai retorika. Dalam hal ini retorika merupakan seni untuk mempengaruhi orang lain melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh *mad'u*. Retorika dakwah merupakan salah satu cabang ilmu komunikasi yang membahas tentang cara menyampaikan pesan kepada orang lain atau *mad'u* melalui seni berbicara, dengan tujuan agar pesan dakwahnya dapat tersampaikan dengan baik⁹. Dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah disini ialah, seni atau keterampilan untuk menyampaikan ajaran islam kepada khalayak melalui cara lisan, guna untuk memberikan pemahaman tentang agama islam

⁸ Ali Aziz, *Ilmu Ddakwah Edisi Rrevisi*, 6 ed. (Jakarta: Kencana, 2017), 8–9.

⁹ Millah, Asep Saeful, and, Solahudin, Dindin, and Bahrudin, “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny,” 169–70.

dengan harapan tersampainya pesan dakwah tersebut kepada pendengar dan dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari.

Hendrykus dalam Ardiansyah menyatakan bahwa retorika merupakan seni untuk berbicara baik, yang digunakan dalam berkomunikasi antar manusia satu dengan yang lainnya. Yang dimaksud dengan kesenian berbicara ini bukan hanya berbicara lancar tanpa adanya jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, namun suatu keahlian untuk berbicara dan berpidato secara singkat, jelas, padat, dan mengesankan¹⁰. Keraf juga menjelaskan bahwa retorika ialah suatu teknik penggunaan bahasa sebagai seni, baik secara lisan maupun tertulis, didasari pengetahuan yang baik. Retorika dan seorang *da'i* merupakan dua hal yang saling berkaitan. Retorika yang dimaksud ialah ketika seorang *da'i* menyampaikan ceramah didepan *mad'u* baik secara verbal ataupun nonverbal hingga *mad'u* menangkap gagasan tersebut logis menurut mereka.

وَأَمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya:

Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas. (QA. Al-Isra': 28)¹¹.

وَأَلْيَشَ الدِّينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ

¹⁰ Moch. Ferdy Ardiansyah, "Analisis Retorika Basuki Tjahaja Purnama Dalam Kampanye Rakyat Pemilihan Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta Di Rumah Lembang 2017(Kajian Retorika Aristoteles)" 01 (2012): 2, <https://media.neliti.com/media/publications/243606-analisis-retorika-basuki-tjahaja-purnama-fcd5cbbd.pdf>.

¹¹ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an (2016-2019), *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019*, 11--20, 397.

Artinya:

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar (QS. An-Nisa': 9)¹².

Ditengah perkembangan teknologi informasi saat ini, youtube menjadi salah satu alternatif bagi seorang *da'i*, selain itu youtube juga menjadi wadah hiburan dan sumber informasi bagi para penggunanya. Melihat pengguna youtube yang tinggi, menjadikan aplikasi youtube ini dimanfaatkan oleh para *da'i* untuk mensyia'ar kan agama islam. Youtube sendiri ialah sebuah situs web video sharing populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan *PayPal*. Para pengguna youtube dapat menonton dan membagikan videonya secara gratis¹³. Youtube menjadi salah satu media sosial yang lahir karena perkembangan teknologi dan banyaknya kebutuhan masyarakat dalam menggunakan digital sebagai media berkomunikasi serta untuk mendapatkan informasi.

Salah satu *da'i* yang berdakwah di media sosial youtube ialah Ustadz Hannan Attaki. Ustadz Hannan Attaki atau yang kerap dipanggil dengan UHA memulai dakwah diyoutube sejak 15 November 2017, dan telah membagikan 186 video di akun youtubanya dengan subscriber 2,1 juta pengikut. Ustadz Hannan Attaki selain memiliki suara yang unik, juga memiliki keunikan yang lain yaitu dalam menyampaikan dakwah, didalam dakwahnya UHA mengungkapkan lebih cenderung menyampaikan pesan-pesan kecintaan pada Allah dan Nabi Muhammad

¹² Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an (2016-2019), *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019*, 1--10, 106.

¹³ Muh Siswa, "Penggunaan YouTube sebagai Electronic Public Relation Untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara," *eJournal Ilmu Komunika FISIP UNMUL* 03 (2015): 18.

daripada tentang fiqih. Didalam setiap ceramahnya, Ustadz Hannan Attaki lebih sering menggunakan pakaian yang santai dan tidak menggunakan peci, namun memakai kupluk atau topi, selain itu juga sering mengatakan bahwa hal demikian dilakukan agar dakwahnya lebih terasa santai dan tidak terkesan kaku .

Didalam dakwahnya, UHA cenderung lebih bermain didalam gaya bahasa yang digunakan daripada menggunakan gaya tubuh untuk memperkuat pernyataannya ketika sedang berdakwah. Namun demikian menjadi salah satu daya tarik UHA. Cara penyampaian yang sederhana serta kreatif dikemas oleh Ustadz Hannan Attaki dengan menggunakan gaya bahasa. Maka dari itu pada penelitian kali ini peneliti ingin lebih memfokuskan pada retorika dakwah dalam perspektif retorika Aristoteles.

Berdasarkan hal tersebut jika ditarik benang merah maka, retorika dakwah ialah seni berbicara dalam menyampaikan pesan-pesan dan ajakan kedalam hal-hal yang baik berdasarkan Al Qur'an dan Hadist. Berpijak dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengkaji tentang retorika Ustadz Hannan Attaki (UHA) dengan Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*) yang dikemukakan oleh Aristoteles, antara lain penemuan (*Inventio*), Penyusunan (*Dispositio*), Gaya (*Elocutio*), Memori (*Memoria*), dan Penyampaian (*Pronouncement*). Sehingga peneliti menarik kesimpulan melalui judul “Retorika Dakwah Di Media Sosial Youtube Studi Pada Chanel Youtube Ustadz Hannan Attaki “Cerita Setan Nge-distrack Manusia”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yakni, dakwah di media sosial kini semakin populer dikalangan umat muslim di Indonesia. Beberapa *da'i* memanfaatkan media sosial youtube untuk membagikan pesan dakwahnya kepada khalayak. Kemampuan dalam menyampaikan pesan dakwah disini menjadi hal yang perlu diperhatikan bagi para *da'i*. Maka dari itu lima hukum retorika yang terkandung dalam ceramah seorang *da'i* menjadi sangat penting dan perlu untuk diperhatikan.

Pada penelitian kali ini akan membahas tentang retorika dakwah Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube edisi “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”. Di dalam chanel youtubanya, UHA sering kali membagikan video-video dakwahnya yang terbilang rutin pada setiap minggunya, selain itu pada setiap video yang dipostingnya selalu memiliki banyak penonton. Adapun alasan masalah dalam penelitian kali ini adalah menganalisis retorika dakwah Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube dengan judul “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia” yang di posting pada 22 Februari 2019.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya bahasa Ustadz Hannan Attaki pada video diyoutube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”
2. Bagaimana gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki pada video diyoutube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan gaya bahasa Ustadz Hannan Attaki pada video diyoutube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”.
2. Untuk menjelaskan gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki pada video diyoutube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”.

E. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan sebagai bahan edukasi serta informasi untuk perkembangan juga

kemajuan keilmuan islam. Selain itu diharapkan dapat memperkaya teori-teori tentang retorika dakwah di media sosial youtube.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat menjadi motivasi dan inspirasi bagi peneliti supaya terus memberikan sumbangsih penelitian terkait retorika dakwah di media sosial youtube.
- b. Dapat menjadi bahan rujukan mengenai gaya retorika dakwah di media sosial youtube, menjadi bahan kajian lebih lanjut.

F. Definisi Konsep

1. Retorika Dakwah

Retorika berasal dari bahasa Yunani, *rhetor* dalam bahasa Inggris sama dengan orator artinya seseorang yang ahli dalam hal berbicara di depan umum. Dalam bahasa Inggris, ilmu retorika dikenal dengan *Rhetorics* atau *Public Speaking* atau ilmu tentang berbicara di depan umum¹⁴. Menurut istilah, beberapa ahli mendefinisikan retorika sebagai berikut:

1. Corax merupakan retorikus pertama yang melakukan studi tentang retorika mengatakan bahwa retorika adalah kecakapan berpidato di depan umum¹⁵.
2. Plato mengatakan bahwa retorika adalah aktivitas merebut jiwa manusia melalui kata-kata.

¹⁴ Ali Aziz, *Public Speaking Gaya dan Teknik Pidato Dakwah Edisi Pertama* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 02.

¹⁵ Ibid., 02.

3. Georgias, Lysias, Phidias, Protagoras dan Isocrates mereka merupakan kelompok Sofis yang mengatakan bahwa retorika adalah suatu alat untuk memenangkan kasus lewat bertutur.
4. D. Becket mengatakan bahwa retorika adalah seni untuk memengaruhi pihak lain dengan tutur, yaitu dengan cara memanipulasi unsur-unsur tutur dan respon pendengar.
5. Aristoteles mengatakan bahwa retorika tidaklah hanya menjangkau masalah tentang berpidato. Retorika memiliki cakupan yang luas dari pidato dan tutur lisan yang lain, yaitu mencakup masalah-masalah dalam tutur tertulis. Dengan kata lain ruang lingkup retorika adalah seluruh masalah yang berkaitan dengan kegiatan bertutur.
6. Jalaluddin Rakhmat juga menjelaskan bahwa retorika dalam arti luas yaitu ilmu yang mempelajari cara mengatur komposisi kata-kata supaya timbul kesan yang dikehendaki pada diri khalayak. Adapun dalam arti sempit, retorika yaitu ilmu yang mempelajari prinsip-prinsip persiapan, penyusunan dan penyampaian pidato sehingga tercapai tujuan yang diinginkan.
7. Menurut Keraf¹⁶, retorika adalah istilah yang diberikan pada teknik pemakaian bahasa sebagai sebuah seni, yang didasarkan pada pengetahuan yang tersusun dengan baik¹⁷.
8. Hendrikus juga menyatakan¹⁸, bahwa retorika ialah suatu kesenian untuk berbicara yang baik, yang digunakan dalam proses komunikasi antar

¹⁶ Gorys Keraf, *Diksi dan gaya bahasa: komposisi lanjutan I* (Jakarta, Indonesia: Gramedia, 2009), 1.

¹⁷ Ibid., 1.

¹⁸ Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika*. (Yogyakarta: Kanisius, 1991), 14.

manusia. Hendrikus¹⁹ juga menambahkan bahwa retorika merupakan bagian dari ilmu bahasa (*Linguistik*) khususnya pada ilmu bina bicara (*Sprecherziehung*). Retorika sebagai ilmu bina bicara ini mencakup:

a) Monologika

Seni berbicara secara monolog, yang dimana hanya seorang saja yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong dalam monologika ialah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah, ceramah, dan deklamasi.

b) Dialogika

Ilmu tentang seni berbicara secara dialog, yang dimana dua orang atau lebih berbicara ataupun mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk dari dialogika adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan juga debat.

c) Pembinaan Teknik Bicara

Efektivitas dalam monologika dan dialogika bergantung pada juga pada teknik ini. Teknik bicara ini menjadi syarat bagi retorika. Oleh sebab itu pembinaan dalam teknik bicara menjadi salah satu bagian penting dalam retorika. Yang diperhatikan dalam teknik ini lebih pada teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan berbicara.

Sedangkan Dakwah menurut Saputra²⁰, ialah sebuah aktifitas yang menjadi salah satu kewajiban umat muslim. Melalui dakwah pula agama islam dapat tersebar dimuka bumi ini termasuk di Indonesia hingga saat ini masih terus berkembang.

¹⁹ Ibid., 16.

²⁰ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 1.

Dakwah memiliki arti yaitu mengajak atau menyeru untuk melakukan kebijakan dan mencegah kemunkaran. Dalam arti lain, dakwah juga dapat disebut dengan upaya mengajak manusia dengan hikmah dan bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulullah dengan tujuan selamat dunia dan akhirat.

Dakwah menurut Syaikh Ali Mahfudz, adalah dorongan atau anjuran manusia pada kebaikan dan petunjuk, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Ahmad Ghalwusy, bahwa dakwah ialah menyampaikan pesan Islam kepada manusia disetiap waktu dan tempat dengan metode-metode serta media-media yang sesuai dengan kondisi *mad'u*²¹. Salah satu fungsi dakwah dalam kehidupan dimasyarakat yaitu, untuk menata kehidupan menjadi lebih agamis serta menuju masyarakat yang harmonis dan bahagia²².

Dengan demikian retorika merupakan suatu seni berbicara, kemahiran dan kelancaran dalam berbicara, kemampuan memproduksi gagasan, kemampuan mensosialisasi ide gagasan sehingga mampu mempengaruhi khalayak. Sedangkan dakwah merupakan kegiatan seorang individu atau kelompok untuk menyeru, mengajak dan mempengaruhi yang dilakukan oleh *da'i* kepada *mad'u* supaya menjadi lebih baik dengan mengamalkan syariat ajaran islam. Dari deskripsi diatas, dapat dikatakan bahwa retorika dakwah adalah aktivitas berbicara seorang *da'i* didapan umum untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan menggunakan gaya bahasa dan gaya gerak tubuh *da'i* dalam berbicara didapan umum (ceramah)

²¹ Agus Hermawan, *Retorika Dakwah* (Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus, 2018), 2.

²² Aziz, *Ilmu Ddakwah Edisi Rrevisi*, 37.

untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah²³. Sementara retorika dakwah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seni berbicara yang tertuju pada aspek gaya bahasa dan gaya gerak tubuh seorang *da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

2. Chanel Youtube Hannan Attaki

Ustadz Hannan Attaki atau juga dikenal sebagai UHA, ialah seorang Ustadz yang sering membagikan pesan dakwahnya melalui chanel youtubnya. Pada chanel youtubnya memiliki 2,1 juta subscriber, juga telah memposting 154 video dakwah dengan tema yang berbeda-beda pula. Pada setiap videonya tidak jarang banyak viewers yang memberikan like dan komentar positif.

Pada video Ustadz Hannan Attaki yang berjudul “Cerita Setan Nge-distrack Manusia” yang diposting pada 22 Februari 2019 dan telah ditonton sebanyak 1.263.122 penonton serta 36 ribu like dengan durasi 28 menit 56 detik ini menceritakan tentang setan saat mengganggu manusia, terutama pada kaum muda yang dimana menjadi sasaran dakwah Ustadz Hannan. Pada video tersebut, Ustadz Hannan menceritakan kisah seorang pria alim yang terjerumus godaan setan, kisah yang diceritakan ini merupakan kisah nyata yang dituliskan dalam Hadist. Bukan hanya menceritakan kisah tersebut, namun pada video yang berjudul “Cerita Setan Nge-distrack Manusia” Ustadz Hannan Attaki memberikan contoh pada kehidupan sehari-hari manusia ketika diganggu oleh setan, serta pada akhir video tersebut Ustadz Hannan Attaki memberikan solusi dengan didasari oleh Qur’an dan Hadist.

²³ Hermawan, *Retorika Dakwah*, 2018, 2.

Pada video tersebut terdapat banyak penonton yang meninggalkan komentar positif kepada Ustadz Hannan Attaki sejumlah 626 komentar.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Ada beberapa study terdahulu yang berkaitan dengan penelitian kali ini, yang diantaranya ialah:

1. Penelitian dari Regi Raisa Rahman dkk, dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube”²⁴, Dalam penelitian ini Regi dkk membahas tentang retorika dakwah Ustadz Evie Effendi di youtube. Menurutnya, Ustadz Evie merupakan salah satu Ustadz yang nyentrik masa kini dengan memiliki ciri khas tersendiri didakwahnya serta penampilannya ketika membawakan dakwah kepada khalayak. Didalam penelitiannya kali ini Regi dkk menggunakan teori retorika dari Aristoteles tentang seni untuk mempengaruhi orang lain dengan prinsip ethos, pathos, dan logos. Kemudian Regi juga menggunakan teori retorika dari Jalaluddin Rakhmat tentang imbauan persuasi dalam berpidator. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui, menganalisis dan mengkonstruksi proses penyusunan retorika dalam dakwah Evie Effendi di video youtube. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang akan diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan sampling. Hasil yang ditemukan dari penelitian ini yaitu, retorika yang diterapkan oleh

²⁴ Regi Raisa Rahman, Atjep Mukhlis, dan Acep Aripudin, “Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 04 (2019): 45.

Ustadz Evie Effendi meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos* serta lima imbauan persuasi. Gaya bahasa yang digunakan dalam dakwahnya meliputi ta'lim, dan tarbiyah (pengajaran dan pendidikan), tazkir dan tanbih (peringat dan penyegaran kembali), targhib dan tabsyir (penggemaran amal sholeh dan penampilan berita pahala), tarhib dan inzar (menakut-nakuti dan menyampaikan berita siksa), qashash dan riwayat (penampilan kisah atau cerita masa lalu), serta amar dan nahi (perintah dan larangan).

2. Ali Fikry pada tahun 2020 dengan judul “Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah Untuk Islam Indonesia”²⁵. Pada penelitian ini membahas tentang retorika persuasif dalam pidato yang disampaikan oleh Ismail Haniyah untuk umat Islam Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menemukan dan menjelaskan konsep retorika persuasif yang ada didalam pidato tersebut. Analisis yang digunakan adalah teori retorika persuasif perspektif Aristoteles. Dalam teori retorika ini terdapat penjelasan mengenai retorika yang memiliki tiga jenis, yaitu retorika forensik, demonstratif, dan deliberatif. Prinsip dari teori ini tercermin dalam konsep *The Five Canon of Rhetoric*, panduan sekaligus ketentuan yang harus ada dalam pidato persuasif. Kelima ketentuan tersebut berkaitan dengan *inventio*, *dispositio*, *elocuti*, *pronuntiatio*, *memoria*. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma interpretatif. Teknik yang digunakan dalam

²⁵ Ali Fikry, *Respresentasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia*, vol. 5, 3 (Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora, 2020), 137.

pengumpulan data adalah tonton, simak, dan catat. Seluruh data yang didapat kemudian dianalisis menggunakan model Miles Huberman, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini yaitu berupa 19 temuan data yang berkaitan dengan retorika persuasif dalam pidato Ismail Haniyah untuk umat Islam Indonesia. Dari seluruh data, 6 di antaranya berkaitan dengan jenis retorika persuasif yang mencakup keseluruhan jenis. Sedangkan 13 sisahnya berkaitan dengan konsep *Five Cannon of Rhetoric* perspektif Aristoteles.

3. Susilowati pada tahun 2019 dengan judul “Teknik Retorika Dalam Naskah Pidato Nadiem Makarim Pada Hari Guru Nasional 2019”²⁶. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui teknik retorika dalam naskah pidato Nadiem Makarim pada hari Guru Nasional. penelitian ini menggunakan teori lima hukum retorika, dengan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik analisis yaitu mereduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan menginterpretasikan naskah dengan menggunakan lima teknik retorika. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa Nadiem Makarim menggunakan teknik retorika yaitu 1) *Inventio*, mengangkat penemuan baru yaitu perubahan pendidikan dimauli dari pada guru. 2) *Dispositio*, naskah pidato disusun dengan rapih, singkat dan pada intinya. 3) *Elocutio*, naskah pidato Nadiem Menggunakan bahasa yang inspiratif, persuasif, gaya bahasa yang kontradiktif interminus. 4) *Memoria*,

²⁶ Susilowati, “TEKNIK RETORIKA DALAM NASKAH PIDATO NADIEM MAKARIM PADA HARI GURU NASIONAL 2019,” *Jurnal Trias Politika* 04 (2019): 1.

naskah pidato telah diunggah sebelumnya dilaman akun twitter dan menggunakan video menimbulkan antusias masyarakat. 5) *Pronuntitio*, dalam pidatonya, Nadiem menggunakan konsep dan ide yang berkenaan problematika yang dialami oleh para guru selama ini.

4. Berikutnya disusul tesis dari Lydia Nanda dengan judul “Interpretasi Khalayak Terhadap Retorika Politisi Dalam Televisi (Studi Kasus Narasumber “Apa Kabar Indonesia” di TV One”²⁷. Penilitia ini berfokus untuk mengkaji interpretasi khalayak terhadap retorika politikus dalam acara Apa Kabar Indonesia di TV One, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan analisis resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Dari hasil penelitian ini menemukan bahwa tipe retorika yang ada pada acara TV tersebut bersifat deliberative (bertujuan politis) dibandingkan judicial (terkait hukum) maupun seremonial (pujian). Intepretasi khalayak televisi terhadap argumentasu retorika politikus dalam acara Apa Kabar Indonesia cenderung menerima politisi yang dapat berargumen secara baik dengan memberikan dukungan bukti. Kemudian interpretasi khalayak terhadap gaya retorika politikus dalamacara tersebut, informan cenderung menerima politisi yang santun, tenang dan dewasa dalam mengutarakan retorika.

5. Asep Saeful Millah²⁸, Dindin Solahudin dan Bahrudin dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny”. Dalam penelitian ini

²⁷ Lydia Nanda, “Interpretasi Khalayak Terhadap Retorika Politisi Dalam Televisi, Studi Kasus Narasumber ‘Apa Kabar Indonesia’ TV One” (Jakarta, Universitas Indonesia, 2012), vii.

²⁸ Millah, Asep Saeful, and, Solahudin, Dindin, and Bahrudin, “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny.”

menggunakan metode penelitian deskriptif studi kasus untuk mendapatkan hal yang objektif serta representative. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan retorika dakwah Ustadz Bonny yang dapat memikat jama'ah yang mendengarkan dakwahnya, beliau juga menggunakan beberapa gaya bahasa, diksi yang sederhana, intinasi yang bagus serta memiliki gagasan retorika yang khas.

6. Natanael dan Gatoto dalam penelitian yang berjudul *Konstruksi Gaya Retorika Fredich Yunadi (Analisis Retorika Aristoteles Program Televisi Catatan Najwa Edisi “Setia Pengacara Setya”)*²⁹. Didalam penelitiannya tersebut Natanael dan Gatot berusaha melihat retorika yang digunakan oleh Fredrich yang selaku sebagai pengacara dalam kasus Setya Novanto dalam wawancara Catatan Najwa tentang kasus korupsi pengadaan KTP. Di dalam acara tersebut, Fredrick terkesan berlebihan dalam mengutarakan pembelaannya, justru menjadi hal yang membuat menarik untuk diteliti lebih dalam lagi. Hasil dari penelitian ini yaitu sikap kesetiaan Fredrich dalam program wawancara Catatan Najwa, merupakan konstruksi realitas media, namun disisi lain Fredrich juga menggunakan retorikanya untuk ikut serta memanfaatkan media sebagai alat atau saluran untuk mengkonstruksikan realitas baru dalam masyarakat.
7. Kemudian penelitian Marsefio S. Luhukay dengan judul “Presiden SBY dan Politik Pencitraan : Analisis Teks Pidato Presiden SBY dengan Pendekatan

²⁹ Edward Natanael dan Cosmas Gatot, “Konstruksi Gaya Retorika Fredrich Yunadi (Analisis Retorika Aristoteles Program Televisi Catatan Najwa Edisi ‘Setia Pengacara Setya’),” *Jurnal Semiotika* 12 (2018): 134.

Retorika Aristoteles³⁰, membahas bahwa dalam setiap pidato yang dibawakan oleh mantan Presiden Indonesia yaitu Pak SBY yang paling menonjol ialah *ethos*, yang dimana aspek *ethos* ialah kecerdasan, karakter, dan niat baik. Sisi *ethos* sangat tercermin dari bagian pendahuluan yang bertujuan untuk memperkuat kredibilitas pada seorang komunikator. Dari ketiga aspek diatas, terkandung dalam pidato Pak SBY, yang menjadi dominan dari aspek tersebut ialah karakter, hal ini tercermin dari kalimat-kalimat dalam pidatonya yang berusaha untuk menggambarkan dirinya sebagai pribadi yang jujur dan dapat dipercaya, serta memiliki empati kepada masyarakat.

8. Selanjutnya tentang “Rhetoric Ustadz Abdul Somad” yang ditulis oleh Rozita, Charlina dan Mangatur Sinaga. Didalam penelitian ini membahas tentang teknik retorika Ustadz Abdul Somad dalam tema dakwahnya yaitu “indahya hidup di bawah naungan syariat islam, lima persiapan menyambut bulan suci ramadhan, tabligh akbar HUT Kab. Way Kanan ke-19, dan nikmat kemerdekaan”³¹. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data mengunduh, melihat dan menyimak. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah bahwa teknik yang digunakan pada dakwah Ustadz Abdul Somad ialah teknik *ethos*, *pathos*, *logos*, dan rekreatif, namun lebih cenderung kepada teknik *ethos*. Yang memiliki makna bahwa Ustadz Abdul Somad memiliki pengetahuan

³⁰ Marsefio. S Luhukay, “Presiden SBY dan Politik Pencitraan : Analisis Teks Pidato Presiden SBY dengan Pendekatan Retorika Aristoteles,” *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA* 01 (2007): 51.

³¹ Rozita dan Charlina, “Rhetoric Ustadz Abdul Somad,” *JOM FKIP* 05 (2018).

yang luas, hal ini menjadi salah satu bentuk alasan banyaknya khalayak yang mengagumi ceramah beliau, serta didalam dakwahnya beliau selalu menyematkan sumber-sumber yang mampu membuat pendengar yakin akan pesan dakwahnya.

9. Silvia Zaimarni dkk, dengan judul “Gaya Bahasa Perbandingan Fahri Hamzah Dalam Acara Indonesia Lawyers Club” pada tahun 2020³². Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa gaya bahasa perbandingan Fahri Hamzah dalam acara Indonesia Laweys Club ialah gaya bahasa perumpamaan, metafora, personifikas, depersonifikasi, antitesis, pleonasme,antisipasi atau prolepsis dan koreksi atau epanortosis. Gaya bahasa perbandingan diungkapkan pengaran dengan cara membandingkan kata atau keadaan dengan ungkapan lain yang memiliki arti atau makna yang diinginkan pengarang. Tujuan dari penggunaan gaya bahasa perbandingan yaitu untuk memberikan kesan imajinatif, efek makna yang dalam, keindahan diksi, mengkonsentrasikan makna, mempersingkat serta memperhalus bahasa, serta untuk menambah nilai keindahan dari karya sastra.

10. Berikutnya artikel yang ditulis oleh Laurent Pernot³³ dengan judul “*The Rhetoric of Religion*”, didalam artikel ini menjelaskan tentang interaksi antara retorika dan agama paa zaman Yunani-Romawi, baik pagan ataupun kristen. Bentuk dari retorika keagamaan ini meliputi tentang narasi, pidato,

³² Silvia Zaimami dan Charlina, “Gaya Bahasa Perbandingan Fahri Hamzah Dalam Acara Indonesia Lawyers Club,” *JURNAL TUAH Pendidikan dan Pengajaran Bahasa* 01 (2020): 10.

³³ Laurent Pernot, “The Rhetoric of Religion,” *California Press* XXIV, no. 3 (2006): 235.

khotbah yang ditunjukkan kepada para dewa, terutama doa dan nyanyian kerohanian. Retorika memiliki dimensi religius dalam kekuatan kata-kata, keefektifan ucapan, dan keajaiban persuasi.

11. Al-Juburi dan Al-Ameed³⁴ dalam tulisannya yang berjudul *“A Contrastive Rhetorical Analysis of Morality in Religious Contexts of Jesus Christ and Imam Ali”*, kajian ini membahas tentang moralitas dalam konteks agama di Negara Inggris dan Arab yaitu yang disampaikan oleh Yesus Kristus dengan berbahasa Inggris dalam konteks agama Kristen, dan konteks Islam yang disampaikan oleh Imam Ali dalam bahasa Arab. Penelitian ini berfokus pada konstruksi retorik moralitas dalam konteks ini mengenai strategi pragmatis, makrostruktur, suprastruktur. Pada penelitian ini menggunakan teori retorika yang bertujuan untuk membantu menjawab penelitian ini. Hasil dari penelitian ini yaitu perbedaan antara Yesus dan Imam Ali dalam representasi tematik dan pesan moral dalam konteks keagamaan mereka. Dalam pidato Yesus sebagian besar mengandung ajakan langsung, sedangkan dalam pidato Imam Ali cenderung pada kalimat-kalimat tidak langsung dan sering memberikan petunjuk-petunjuk pada pendengarnya.

Dari beberapa studi terdahulu yang telah dijelaskan oleh penulis, ada beberapa perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelum-sebelumnya. Perbedaan ini terletak pada objek penelitian yaitu video Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube edisi “Setan Nge-Distrack Manusia”, kemudian teknik analisis data pada

³⁴ Noor Othman Adday Al-Juburi dan Riyadh Tariq Kadhim Al-Ameed, “A Contrastive Rhetoric Analysis of Morality in Religious Contexts of Jesus Christ and Imam Ali,” *Review of International Geographical Education* 11 (2021): 931.

penelitian ini menggunakan teknik simak catat yang dimana dari studi terdahulu yang telah dijelaskan oleh penulis belum ada yang menggunakan teknik analisis tersebut, selain itu fokus penelitian ini memfokuskan pada gaya bahasa dan gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki pada video diyoutube episode “Cerita Setan Nge-distrack Manusia”. Penelitian ini menjadi menarik karena objek yang akan diteliti yakni video dakwah Ustadz Hannan Attaki yang dimana UHA merupakan salah satu Ustadz terkenal pada saat ini yang juga memiliki banyak pengikut yang sebagian besar merupakan anak-anak muda.

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, sebab penelitian yang bersumber pada fakta yang nyata digunakan oleh penuturnya. Digunakannya penelitian deskriptif ini sebagai upaya untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. Sedangkan pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang memahami fenomena sebagaimana dialami oleh subjek penelitian secara natural. Pendekatan ini digunakan mengingat data yang di hasilkan berupa kata bahasa dan gerak tubuh yang terdapat di dalam video tersebut. Menurut Mahsun dalam Moloeng³⁵, Dalam penelitian kualitatif akan melalukan penggambaran secara mendalam tentang situasi atau proses yang diteliti.

³⁵ Lexy J Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 05.

2. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah kumpulan informasi atau keterangan yang didapatkan oleh peneliti dari pengamatan atau pencermatan terhadap video youtube Ustadz Hannan Attaki. Pengamatan ini dilakukan mulai dari durasi, penggunaan gaya bahasa dan juga gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki, selain itu data primer diambil dari informan yaitu tim management Shift.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan oleh peneliti dari kajian pustaka melalui buku-buku, riset yang berkaitan dengan Ustadz Hannan Attaki, lalu referensi-referensi buku terkait dengan retorika dakwah, serta penelitian-penelitian yang dirasa mendukung untuk kajian yang di lakukan peneliti serta data yang diambil dari media sosial dan akun-akun sebagai berikut:

- a. Akun instagram Shift @shiftmedia.id
- b. Akun twitter Shift @PemudaHijrah
- c. Blog tanyaUHA <https://www.hananattaki.com>
- d. Blog Shift <https://www.pemudahijrah.id>

c. Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif kali ini sumber data yang didapat tidaklah hanya berupa kata-kata, namun juga tindakan. Selebihnya yaitu data tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya. Pada bagian ini jenis data yang didapat akan dibagi

kedalam kata-kata dan juga tindakan, sumber data tertulis, foto ³⁶. Adapun sumber data penelitian ini berasal dari video youtube yang dilakukan oleh Ustadz Hannan Attaki berupa kalimat dan gerak tubuh, dan juga berasal dari hasil wawancara.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Pada teknik wawancara ini, peneliti menggunakan dua jenis wawancara, yang pertama yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Pada wawancara terstruktur biasanya menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti atau mempersiapkan bahan pertanyaan yang akan diajukan dalam wawancara nanti, namun pada jenis ini peneliti begitu terikat dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun. Sedangkan wawancara tidak terstruktur ini memberikan peluang pada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan peneliti. Wawancara ini didapatkan melalui informan yaitu tim manajemen dari Ustadz Hannan Attaki dan organisasi shift melalui wawancara secara virtual dan elektronik melalui media whatsapp dan email.

Dalam proses wawancara ini, peneliti mengembangkan wawancaranya melalui dua tahap, yang pertama dilakukan untuk memberitahu fokus penelitian secara online, kemudian dilanjutkan dengan wawancara online melalui media whatsapp kepada informan untuk mengkonfirmasi data-data temuan dan mengklarifikasinya sebagai upaya pendalaman dari wawancara. Wawancara tahapan online penulis memulainya dengan cara menghubungi kontak whatsapp management Shift dan

³⁶ Ibid., 157.

melalui *direct message* instagram, dan pihak manajemen Ustadz Hannan Attaki membalasnya, kemudian wawancara online dimulai dengan cara bertahap, wawancara pertama dilakukan dengan informan pertama selaku manajemen Ustadz Hannan Attaki, kemudian dengan tim Humas, dan beberapa tim lainnya.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap subjek yang akan diteliti guna memperoleh data yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitiannya secara langsung ataupun tidak langsung³⁷. Observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap video Ustadz Hannan dilakukan dengan cara mengamati dari detik perdetik video tersebut, menyimak gaya bahasa dan gaya gerak tubuh, lalu mencatat hal-hal yang penting, setelah itu mengkategorisasikan gaya bahasa dan gaya gerak tubuh Ustadz Hannan pada video tersebut. Observasi ini dilakukan dari sisi kalimat yang digunakan dan gerak tubuh yang dilakukan. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara detail dan mendalam terhadap obyek kajian yang diteliti pada dakwah Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube dengan judul “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”. Pengamatan dilakukan pada tiga aspek secara verbal, yang pertama pada pembukaan, isi dan penutup. Dari tiga tahapan tersebut fokus penelitian yaitu pada bagaimana gaya bahasa yang disampaikan, kemudian juga gaya gerak tubuh yang dilakukan oleh Ustadz Hannan pada pembukaan hingga penutup, berikutnya observasi juga dilakukan dengan cara mengamati media sosial instagram dan youtube dari akun Shift dan Hannan Attaki, guna untuk mendapatkan

³⁷ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media, 2015), 109–10.

informasi yang dibutuhkan oleh peneliti pada penelitian ini, serta mengkonfirmasi pada tim management Shift

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan teknik dokumentasi yaitu kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis ataupun dari film, berupa data yang akan ditulis, dilihat, disimpan, dan sebagainya yang terkait dengan penelitian, sehingga akan diperoleh data bukan berdasarkan pemikiran akan tetapi data yang valid juga lengkap³⁸. Pada bagian ini untuk menjadi sumber data yang valid, maka data atau informasi yang didapatkan dapat melalui buku, artikel, media sosial, majalah, dan surat kabar.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis pada penelitian kali ini ialah, sebagai berikut:

1. Mereduksi data, data atau video yang telah dijadikan narasi kemudian di pilih hal-hal yang pokok, dan membuang data yang tidak diperlukan. Peneliti membuat kategori data yang sesuai dengan fokus dalam penelitian ini yaitu gaya bahasa serta gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki pada video di youtube.
2. Penyajian data. Setelah data direduksi, peneliti menyajikan data yang ditulis secara naratif maupun visual

³⁸ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 146.

3. Pengambilan kesimpulan. Dari data tersebut, peneliti menganalisis keterkaitan dan mengkonfirmasi dengan data dan teori sehingga dapat diambil kesimpulan dari ceramah Ustadz Hannan Attaki.

I. Sistematika Pembahasan

Supaya mendapatkan gambaran yang jelas, maka penulis memberikan gambaran sistematis pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di bab pertama akan menjelaskan tentang konteks penelitian, identifikasi serta batasan penelitian, dan tidak lupa rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, juga ruang lingkup penelitian, yang disertai dengan metode penelitian dan juga sistematika penulisan laporan.

BAB II KAJIAN TEORETIS

Di bab dua akan menjelaskan tentang kajian pustaka mengenai teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini juga mencantumkan studi terdahulu. Kajian teoritis digunakan untuk menambah wawasan konseptual mengenai masalah penelitian serta instrumen penelitian yang digunakan untuk menganalisis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Didalam bab ini akan berisi tentang pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian kali ini yang didalamnya terdapat jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data dalam penelitian ini.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Selanjutnya di bab empat kali ini diisi dengan temuan penelitian juga hasil pembahasan yang sesuai dengan teori yang digunakan. Peneliti akan menjelaskan secara deskriptif dari hasil temuan data yang didapatkan.

BAB V PENUTUP

Di bab terakhir ini terdapat kesimpulan dari hasil penelitian. Yang di akhiri juga dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran dalam penelitian ini.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

RETORIKA DAKWAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE

A. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah terdiri dari dua kata yaitu retorika dan dakwah, masing-masing memiliki konsep yang berbeda-beda, untuk dapat menjelaskan secara detail bagaimana retorika dakwah alangkah baiknya memahami terlebih dahulu apa sebenarnya retorika dan dakwah itu. Dengan membahas dua kata itu akan tergambar sesungguhnya pengertian dari retorika dakwah.

Retorika secara umum didefinisikan sebagai seni berbicara dan teknik bagaimana menggunakan atau mengelola bahasa baik dengan cara tertulis ataupun dengan omongan untuk menginformasikan, mempersuasi dan memotivasi khalayak³⁹.

Retorika juga berkaitan dengan kemampuan berbicara seseorang. Kemampuan berbicara adalah kemampuan berkomunikasi yang mendasar yang dimiliki oleh setiap individu. Kemampuan berkomunikasi ini sudah ada sejak lahir, seperti bayi ketika menangis yang artinya lapar dan sebagainya, kemudian kemampuan berkomunikasi semakin meningkat dengan seiring waktu. Manusia lebih sering menggunakan komunikasi secara lisan dalam kehidupan sehari-harinya, yang salah satunya dengan retorika. Retorika berasal dari bahasa Inggris "*Rhetoric*" dan bersumber dari bahasa Latin "*Rhetorica*" yang berarti ilmu berbicara⁴⁰.

³⁹ Christian Andersen, "The Obama Phenomenon – A Comparative Rhetorical Analysis", (Copenhagen Business School, 2008), 9.

⁴⁰ Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA Rizky, 2020), 2.

Menurut Morissan⁴¹, retorika didefinisikan sebagai “*The art of constructing arguments and speechmaking*” (seni membangun argumentasi dan seni berbicara). Dalam perkembangannya, retorika mencakup proses untuk menyesuaikan ide dengan orang dan menyesuaikan orang dengan ide melalui berbagai macam pesan (*adjusting ideas to people and people to ideas in messages of all kinds*). Rasulullah shallahu alaihi wa sallam bersabda:

أُعْطِيتُ جَوَامِعَ الْكَلِمِ⁴²

“Aku diberi jawami’ul kalim(kalimat ringkas bermakna luas)”

Hendrikus dalam Dewi⁴³, mengatakan bahwa tolak ukur dalam ilmu retorika ialah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata ataupun kalimat pada seseorang ataupun kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan tujuan dari retorika sendiri adalah untuk menyampaikan ide pikiran serta perasaan kepada orang lain supaya mereka memahami apa yang kita sampaikan. Retorika ialah sebuah istilah yang secara tradisional diberikan pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang berdasarkan pada pengetahuan yang tersusun dengan baik. Maka, ada dua aspek yang perlu diketahui dalam retorika, yakni pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan bahasa dengan baik, kemudian yang kedua yaitu pengetahuan tentang objek tertentu yang akan disampaikan menggunakan bahasa.

⁴¹ Morissan, *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*, Edisi Pertama (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 44.

⁴² Muslim bin Hajjaj, *Sahih Muslim*, vol. 2 (Turki: Dar al-Amiroh, 1334), 64.

⁴³ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking kunci Sukses Bicara Didepan Publik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 06.

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ أَلا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya:

Dan ingatlah ketika kami mengambil janji dari Bani Israil, “Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Dan bertuturkatalah yang baik kepada manusia, tegakkan sholat dan tunaikanlah zakat.” Tetapi kemudian kamu berpaling (mendingkari), kecuali sebagian kecil dari kamu, dan kamu (masih menjadi) pembangkang (QS. Al-Baqarah: 83)⁴⁴.

Sedangkan dakwah jika ditinjau dari segi bahasa berdasarkan dari kata “Da’wah” yang terdiri dari tiga huruf د, ع, dan و⁴⁵ yang berarti seruan, panggilan, ajakan. Orang yang melakukan dakwah disebut dengan *da’i*. Secara integral dakwah adalah proses untuk mendorong orang lain supaya memahami dan mengamalkan suatu keyakinan tertentu⁴⁶. Jika ditinjau menurut istilah, dakwah yakni aktivitas untuk meningkatnya tata nilai hidup keagamaan seseorang dengan ketentuan Allah⁴⁷. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur’an:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya:

“dan hendaklah di antara kamu golongan umat yang menyeru kepada kebijakan, dan menyeruh kepada ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung (QS. Al Imran [3]: 104)⁴⁸”

⁴⁴ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur’an (2016-2019), *Al-Qur’an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019, 1--10*, 16.

⁴⁵ Aziz, *Ilmu Ddakwah Edisi Rrevisi*, 05.

⁴⁶ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Penigkatan Kemampuan Berpidato)*, 88.

⁴⁷ Andi Darmawan, *Metodologi Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Lesfi, 2002), 04.

⁴⁸ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur’an (2016-2019), *Al-Qur’an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019, 1--10*, 84.

Sedangkan pengertian dakwah menurut terminologi yang diungkapkan oleh beberapa ahli ilmu dakwah yaitu:

1. Menurut Syaikh Ali Mahfudz, dakwah ialah dorongan atau anjuran manusia pada kebaikan serta petunjuk, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Menurut Ahmad Ghalwusy, dakwah merupakan kegiatan menyampaikan pesan tentang agama islam kepada manusia disetiap waktu dan tempat dengan menggunakan metode-metode serta media yang sesuai dengan situasi dan kondisi *mad'u*.
3. Menurut Toha Yahya Oemar, dakwah ialah upaya mengajak umat islam dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
4. Menurut Abu Bakar Zakaria, dakwah ialah 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.

Pada intinya pendapat dari beberapa ahli diatas semuanya merujuk pada definisi dakwah dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125, disebutkan bahwa dakwah ialah aktifitas mengajak umat manusia kejalan Allah dengan caara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula.

Dengan demikian pengertian retorika ialah, seni berbicara, kemahiran dan kelancaran berbicara, kemampuan memproduksi gagasan, kemampuan

mensosialisasikan ide gagasan sehingga dapat mempengaruhi khalayak. Sedangkan dakwah ialah kegiatan seseorang untuk menyeru, mengajak dan mempengaruhi yang dilakukan oleh *da'i* kepada *mad'u* supaya menjadi lebih baik dengan mengamalkan syariat ajaran agama islam. Maka dapat didefinisikan bahwa retorika dakwah adalah aktivitas mengajak, menyeru dalam hal kebaikan dengan menggunakan ilmu dan seni berbicara untuk mempersuasi khalayak⁴⁹.

B. Karakteristik Retorika Dakwah

Retorika sering kali dikaitkan dengan persoalan politik dunia, namun pada dunia keagamaan ilmu retorika menjadi hal yang perlu diperhatikan. Ilmu retorika dalam dunia keagamaan berfungsi untuk membekali para juru bicara. Para pengkhotbah agama dikenalkan dengan retorika supaya apa yang dibicarakan dapat mengena dan dipahami oleh para pendengarnya. Demikian dengan apa yang dikatakan oleh St. Agustinus dalam Hasanah, ia menyatakan bahwa agar para pembicara memiliki kemampuan dan sanggup mengajar, menggerakkan dan menggembarakan. Baginya seorang pembicara memiliki kemampuan untuk menyampaikan kebenaran agamanya⁵⁰.

وَأَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya:

Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka, yang mereka merasa khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh karena itu, hendaklah mereka bertaqwa

⁴⁹ Hermawan, *Retorika Dakwah*, 2018, 1–2.

⁵⁰ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer* (Banten: Media Madani, 2020), 79.

kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar (QS. An-Nisa: 9)⁵¹.

Menurut Perelman dalam Chariri⁵², mengatakan bahwa ada dua karakteristik kunci dari retorika yaitu gaya (*style*) dan konteks (*contet*). Gaya merujuk pada pilihan seseorang dalam membuat argumentasi yang akan disampaikan kepada pendengar. Ketika gaya tersebut berhubungan dengan penyajian, retorika akan sangat mempengaruhi kemampuan penyaji di dalam menyajikan argumentasinya⁵³. Ada empat faktor yang memengaruhi gaya dalam retorika, yaitu a) argumentasi yang logis, b) kemampuan mempengaruhi orang lain, c) retorika disusun dari teknik-teknik linguistik yang dapat diidentifikasi.

Dalam dunia Islam, retorika yang berkembang bukanlah hanya berasal dari pikiran manusia, namun berasal dari wahyu. Ilmu-ilmu pemikiran manusia, seperti filsafat dan sastra dikaji dan berkembang di dunia Islam, termasuk retorika dan teknik pidato. Beberapa prinsipnya juga tertera pada Al-Qur'an dan juga dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW dalam dakwahnya. Oleh sebab itu landasan retorika dakwah berbeda dengan retorika politik dan retorika pada umumnya⁵⁴.

Retorika dakwah didasarkan pada prinsip dakwah sebagai ruh agama yang berpijak pada kebenaran dan etika (Islam). Substansi pesan yang disampaikan

⁵¹ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an (2016-2019), *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019, 1--10*, 106.

⁵² Anisa Chariri, "Rhetorics in Financial Reporting: An Interpretive Case Study", *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 12, 2010, 56-57.

⁵³ Pippa Carter dan Norman Jackson, "For The Sake of Argument: Towards an Understanding of Rhetoric as Process," *Journal of Management Studies* 14 (t.t.).

⁵⁴ Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 80.

kepada manusia merupakan bukan kehendak dari seorang *da'i*, namun kehendak dari Tuhan. Dakwah berbeda dengan diayah (propaganda/promosi), bukan hanya memberi tahu atau membuat tertarik orang lain, namun lebih kepada mengajak dan merubah manusia agar berada pada jalan keselamatan⁵⁵.

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

Artinya:

Dan katakanlah kepada hamba-hamba—Ku, “Hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya setan itu (selalu) menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia (QS. Al-Isra: 53)⁵⁶

Retorika dakwah bersifat dinamika, oleh karena itu dakwah mengalami dinamika yang berkembang dari satu masa ke masa berikutnya, dari satu tempat ke tempat lainnya. Retorika Al-Qur'an menurut Syeikh Yusuf Al-Qardhawi dalam Hasanah⁵⁷, menyatakan bahwa retorika dakwah tidak bersifat statis hanya terpaku pada masa lalu. Ia juga harus berbicara tentang masa kini dan masa depan karena dakwah akan selalu hidup dan berkembang pada setiap zamannya.

Retorika dakwah yang dilakukan pada masyarakat yang bertempat tinggal di daerah terpencil atau di desa akan berbeda dengan retorika yang dilakukan pada masyarakat kota. Demikian juga suasana atau forum-forum yang digunakan dalam rangka pembinaan internal umat ataupun dalam hubungan sosial yang lebih luas harus dilakukan dengan cara, sikap serta perkataan yang bijak. Maka karakteristik

⁵⁵ Ibid., 81.

⁵⁶ Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur'an (2016-2019), *Al-Qur'an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019*, 11--20, 400.

⁵⁷ Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 81.

retorika dakwah yang ideal adalah retorika keseimbangan (*tawazun*) di antara dua hal yang harus dipertemukan, tidak boleh hanya mengambil salah satunya. Misalkan akal dan wahyu, agama dan ilmu pengetahuan, jasmi dan rohani, ideal dan realitas, material dan spiritual, ibadah dan muamalah, juga antara pembinaan aqidah dan menyebarkan kasih sayang atau toleransi⁵⁸.

Dalam upaya mengaja dalam rana kebaikan, maka tata cara, pesan dan tujuannya berfokus pada Al-Qur'an dan Hadist. Maka retorika dakwah memiliki karakter yang terhubung secara vertikal (hubungan dengan Tuhan) dan juga horizontal (hubungan dengan manusia). Dalam hubungannya dengan manusia maka diperlukan pendekatan lain dalam upaya mendekati dan mempengaruhi manusia, di antaranya melalui kemampuan berbicara/pidato/ceramah di hadapan massa⁵⁹. Rasulullah *shallahu alaihi wa sallam* bersabda:

بُعِثْتُ دَاعِيًا وَمُبَلِّغًا وَلَيْسَ إِلَيَّ مِنَ الْهُدَى شَيْءٌ⁶⁰

“Aku diutus sebagai dai dan muballigh (menyampaikan kebenaran) dan aku tidak punya otoritas hidayah sama sekali.”

C. Fungsi Dan Tujuan Retorika Dakwah

Tujuan dari retorika dakwah adalah supaya manusia mematuhi ajaran-ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan sehari-hari dengan cara dan strategi yang baik, benar, dan jitu sehingga dakwah terasa lebih indah dan menarik untuk di

⁵⁸ Ibid., 82.

⁵⁹ Ibid., 82–83.

⁶⁰ Jalaluddin As-Suyuthi, *Al-Fathul Kabri*, vol. 2 (Beirut: Darul Fikr, 2003), 8.

dengarkan⁶¹. Seorang *da'i* yang memiliki kemampuan beretorika atau berbicara yang baik, tentunya memiliki tujuan pembicaraan sebelum memulai berdakwah. Berbicara tanpa adanya tujuan pembicaraan terlebih dahulu maka pembicaraan akan susah untuk di batasi, dan akan terjadi deviasi pembiasaan pembicaraan, disinilah perlunya tujuan pembicaraan untuk menghindari kesan bertele-tele dalam berdakwah⁶².

Dalam berbicara tidak semua pembicaraan dirasa bermanfaat bagi diri sendiri ataupun orang lain. Berbicara yang dimaksud disini adalah memiliki manfaat dan bukan hanya sekedar mengeluarkan bunyi ujaran pada khalayak tanpa melihat unsur tujuan pembicaraannya⁶³. Adapun contoh retorika yang baik diantaranya yaitu:

1. Berbicara dalam forum diskusi untuk memecahkan suatu masalah. Yaitu berhubungan dengan pengetahuan atau bidang lain yang penting untuk diselesaikan.
2. Berbicara dalam sebuah pidato dalam suasana resmi, memberi pengetahuan kepada orang lain bebragai ilmu dengan menggunakan retorika yang baik.
3. Berbicara dalam hal menjadi tutor bagi mereka yang belum begitu paham dengan suatu hal atau tema tertentu.
4. Berbicara dengan unsur dakwah, yaitu memberi pengetahuan atau diskusi tentang ajaran islam dan mengenai syiar islam.

⁶¹ Wahidin Saputra Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Aamzah, t.t.), 11.

⁶² Agus Hermawan, *Retorika Dakwah* (Kudus: An-Nuur, 2018), 2.

⁶³ *Ibid.*, 3.

Dari paparan diaas dapat disimpulkan bahwa fungsi dari retorika dakwah adalah sebagai ilmu dan seni serta ketrampilan untuk menyampaikan ajaran Islam secara lisan guna untuk memberikan pemahaman yang benar kepada kaum muslimin supaya mereka dapat dengan mudah menerima seruan dakwah Islam sehingga pemahaman dan perilaku dapat berubah menjadi lebih baik berlandaskan Al-Qur'ann dan Hadist⁶⁴. Suatu ketika Rasulullah *shallahu alaihi wa sallam* pernah ditanya perihal ajaran Islam. Ia menjawab:

بِأَنْ تُوصَلَ الْأَرْحَامُ، وَتُحْفَنَ الدَّمَاءُ، وَتُؤْمَنَ السُّبُلُ، وَتُكْسَرَ الْأَوْتَانُ، وَتُعْبَدَ اللَّهُ وَحْدَهُ لَا يُشْرَكَ بِهِ شَيْءٌ⁶⁵

“Menyambung silaturahmi, menjaga darah (menghindari pembunuhan), menjamin keamanan jalan, menghancurkan berhala, menyembah Allah dan tidak menyekutukannya.”

D. Ethos, Pathos, Logos Dalam Retorika Dakwah

Retorika menjadikan pesan dakwah lebih mudah untuk di pahami dan dapat mempengaruhi *mad'u* atau objek dawkah dalam aspek kognisi, afeksi, dan psikomotorik mereka. Hal ini dapat terjadi karena retorika berkenaan dengan seni berbicara serta menulis yang dapat mempengaruhi jiwa manusia sesuai dengan

⁶⁴ Ibid., 3.

⁶⁵ Ahmad bin Hanbal, *Musnad Ahmad* (Beirut: Muassasah Risalah, 2001), vol. 28, 232.

konsep Plato. Selanjutya dilengkapi Aristoteles tiga cara untuk mempengaruhi manusia yang merujuk pada cara-cara persuasi yaitu *ethos, pathos dan logos*⁶⁶.

1. *Ethos* dan Kredibilitas Pendakwah

Artinya karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi, atau sumber kepercayaan ataupun faktor menyakinkan dalam diri pembicara. Menurut Onong Uchyana dalam Hasanah⁶⁷, komponen *ethos* yang sebagaimana dikembangkan oleh Aristoteles, terdiri dari tiga hal yaitu:

- a. *Good Competence* (kompetensi yang baik) oleh karena itu keahlian, keilmuan, dan pengetahuan maupun pengalamannya yang luas, sehingga seorang pembicara tidak kehilangan bahan materi yang akan disampaikan ataupun diajarkan kepada khalayak. Bagi seorang *da'i*, pesan-pesan yang disampaikan didasari pada sumber-sumber wahyu Allah dan Rasul-Nya sebagai pedomannya dalam berdakwah, oleh sebab itu dalam hal ini kualifikasi penguasaan pengetahuan agama menjadi salah satu persyaratan bagi seorang *da'i*.
- b. Kedua, *Good Moral Character* (karakter moral yang baik). Pada komponen ini adalah tentang sikap atau karakter yang baik. Moralitas merupakan hal yang utama sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah sebagai manusia agung dan panutan yang di kenalkan dalam Al-Qur'an sebagai pemilik akhlak yang terpuji. Contoh dari

⁶⁶ Antar Venus dkk., "Rhetoric Analysis and Intolerance Post in Social Media," *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 6 (Februari 2019): 80.

⁶⁷ Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 118.

akhlak atau sikap diantaranya yaitu: jujur. Tawadlu, sabar, berani dan qona'ah, penuh kepedulian, penuh kasih sayang dan sebagainya. Selain dakwah melalui lisan, seorang *da'i* juga tetap berdakwah melalui perbuatan (*bil hal*), seperti keteladanan. Meskipun ceramah-ceramahnya selalu mampu memukau dan menarik para pendengarnya, namun perilaku dan karakter moralnya tidak baik, maka hal tersebut akan sia-sia⁶⁸. Komponen lainnya yaitu memiliki mental yang kuat, yang tidak mudah rapuh dan putus asa karena dalam dakwah akan ditemukan banyak halangan dan rintangan. Rasulullah *shallahu alaihi wa sallam* bersabda:

أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا⁶⁹

“Orang beriman yang paling sempurna keimanannya adalah yang paling berakhlak di antara mereka.”

- c. Ketiga, *Goodwill* (kehendak, tujuan yang baik) ataupun sikap keikhlasan. Seorang *da'i* harus memiliki iktikad dan tujuan yang baik dalam setiap pembicaraannya⁷⁰.

2. *Pathos*, Upaya Membangkitkan Kesadaran Emosional dalam Dakwah
Yang artinya perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan “psikologi massa”, kepercayaan dan pengakuan publik kepada komunikator, orator, ataupun *da'i* yang timbul bukan semata-mata karena kemampuan dan gaya dakwahnya ataupun penguasaan materi,

⁶⁸ Ibid., 120.

⁶⁹ Muhammad bin Isa At-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi* (Kairo: Al-Halabi, 1975), vol. 3, 458.

⁷⁰ Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer*, 123.

akan tetapi karena kemuliaan kepribadian, akhlak yang memancarkan wibawa. Tindakan dan penyampaian pesan dakwah yang dinamis menimbulkan spirit batin yang konteks dengan para pendengar. Salah satunya melalui sentuhan-sentuhan emosional yang membekas di hati dan mempengaruhi jiwa para pendengar. Daya tarik inilah yang dalam istilah retorika Aristoteles dikenal dengan *pathos*⁷¹. *Pathos* secara bahasa sering diartikan sebagai teknik pembicaraan yang melakukan pendekatan menyentuh emosi sebagaimana dipahami dalam retorika klasik secara umum. Tujuan dari *pathos* yaitu untuk membangkitkan emosi para pendengar dalam mendukung upaya persuasif. Didalam buku-buku Aristoteles tentang filsafat manusia (*Nicomachean Ethics, Eudemian Ethics, dan De Anima*), *pathos* berarti perasaan atau emosi jiwa. Didalam buku *retorics*, Aristoteles membahas *pathos* sebagai persuasi pada emosi pendengar, artinya seorang komunikator harus dapat mempengaruhi emosi komunikan. Emosi pembangkit dan peredamnya . yang dimaksud Aristoteles dengan emosi adalah “Semua perasaan yang dapat mengubah keputusan orang dan terkadang terasa menyakitkan kadang menyenangkan”.

3. *Logos* dalam Retorika Dakwah

Upayah dalam dakwah selain dengan menggunakan pendekatan emosi dan perasaan, juga harus dilakukan dengan membangun kesadaran akal fikiran, membangun daya fikir dan nalar para *mad'u*. *Logos* yaitu

⁷¹ Ibid., 127–28.

pemilihan kata, kalimat ataupun ungkapan dari pembicara ⁷². *Logos* merupakan unsur retorika yang terakhir pada seorang pembicara hebat, *logos* ialah kemampuan menyiapkan semua materi dan ide yang bagus dan juga logis. *Logos* juga berarti kata atau pikiran. Dalam kaitannya bahasan retorika, *logos* adalah format pesan yang dibuat dan disampaikan oleh pembicara untuk membujuk audiens.

E. Lima Hukum Retorika Dakwah

Retorika dakwah tidak meninggalkan lima hukum yang digunakan oleh Aristoteles, yang berisikan lima hal tentang prinsip-prinsip yang harus diikuti oleh seorang pembicara, dengan tujuan pidato yang disampaikan dapat menjadi efektif⁷³.

Aristoteles merupakan murid dari Plato yang paling cerdas. Pada usianya yang 17 tahun, Aristoteles mengajar di sekolah filsafat yang diberi nama “Akademi” yang di dirikan oleh Plato. Aristoteles menulis tiga jilid buku yang diberi judul “De Arte Retorica”, dari salah satu buku tersebut berisi lima tahapan suatu pidato, yang dimana lima tahapan itu juga dikenal dengan lima hukum retorika atau “The Five Canons of Rhetoric”⁷⁴.

a. Invention

⁷² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010), 142.

⁷³ Stephen W Littlejohn dan Keren A Foss, *The Theories of Human Communication Thent Edition* (America: Waveland Press, 2011), 333.

⁷⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis Berbicara di Depan Publik Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2021), 7–8.

Ditahapan pertama ini pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat. Bagi Aristoteles, retorika tidak lain daripada “kemampuan untuk menentukan metode persuasi tertentu dalam kejadian dan situasi yang ada”. Dalam tahap ini pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan atau argumen yang dapat sesuai dengan kebutuhan khalayak. Aristoteles menyebutkan ada tiga cara untuk memengaruhi manusia, yaitu *ethos*, *pathos* dan *logos*⁷⁵.

b. *Dispositio* (Penyusunan Bahasa atau Materi)

Pada tahap ini pembicara menyusun pidato atau mengorganisasikan pesan, yang dimana disebutkan oleh Aristoteles yaitu taxis (pembagian). Pesan harus dibagi dalam beberapa bagian yang berkaitan secara logis, seperti: pendahuluan, pembahasan, dan penutup. Susunan berikut ini mengikuti kebiasaan berpikir manusia. Menurut Aristoteles, pengantar berfungsi menarik perhatian, menumbuhkan kredibilitas (*ethos*), dan menjelaskan tujuan⁷⁶.

c. *Elocutio* (Gaya atau Pemilihan Bahasa yang Indah)

Pada tahap ketiga ini pembicara memilih bahasa atau kata-kata yang tepat serta mudah untuk dipahami dalam mengemas pesannya. Gunakan bahasa yang tepat, benar dan dapat diterima oleh khalayak. Serta memilih kata-kata yang jelas. Aristoteles juga memberikan

⁷⁵ Ibid., 08.

⁷⁶ Ibid., 09.

nasihat : gunakan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima. Pilih kata-kata yang jelas dan langsung, sampaikan kalimat-kalimat yang indah, mulia, dan hidup, serta sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak dan pembicara.

d. *Memoria* (Mengingat Materi)

Pada tahap ini, pembicara harus mengingat materi pesan yang akan disampaikan, dengan mengatur bahan-bahan materi pembicaraanya. Aristoteles menyarankan “jembatan keledai” untuk memudahkan ingatan. Di antara semua peninggalan retorika klasik, memori adalah yang paling kurang mendapat perhatian oleh para ahli retorika modern.

e. *Pronouncement* (Penyampaian)

Ditahap terakhir ini pembicara menyampaikan pesannya secara lisan. Ditahap ini *skill acting* pada pembicara sangat dibutuhkan dan berperan penting. Pembicara harus memperhatikan olah suara, bahasa dan gerakan-gerakan badan ⁷⁷.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

F. Gaya Retorika Dakwah

1. Gaya Bahasa

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teori gaya bahasa dari Gorys Keraf. Teori ini berbicara tentang gaya bahasa atau dapat disebut dengan cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa

⁷⁷ Ibid., 10.

serta kepribadian penggunaan bahasa⁷⁸. Pada teori gaya bahasa menjelaskan secara singkat bahwa gaya bahasa adalah cara menggunakan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian seorang pembicara. Suatu gaya bahasa yang baik dan benar harus mengandung tiga unsur yaitu, kejujuran, sopan-santun, dan menarik⁷⁹.

Pengertian yang tersirat dalam sebuah kata itu mengandung makna bahwa setiap kata mengungkapkan sebuah gagasan atau sebuah ide. Atau dengan kata lain, kata-kata merupakan penyalur gagasan yang akan disampaikan kepada orang lain. Jika kita menyadari bahwa kata-kata adalah sebuah alat penyaluran gagasan, maka hal itu berarti semakin banyak kata yang dikuasai seseorang, semakin banyak pula ide atau gagasan yang dikuasainya dan yang sanggup diungkapkannya⁸⁰.

Menurut Keraf⁸¹, gaya bahasa juga disebut sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa serta kepribadian penggunaan bahasa. Menurut Tarigan⁸², gaya bahasa merupakan bentuk retorik, yaitu penggunaan kata-kata dalam berbicara dan menulis untuk meyakinkan ataupun mempengaruhi penyimak atau pembaca. Secara singkat dapat diartikan bahwa gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian seorang pembicara. Suatu gaya bahasa

⁷⁸ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 133.

⁷⁹ *Ibid.*, 113.

⁸⁰ *Ibid.*, 21.

⁸¹ *Ibid.*, 133.

⁸² Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa* (Bandung: Angkasa, 2009), 4.

yang baik harus mengandung tiga unsur berikut: kejujuran, sopan-santun dan menarik⁸³.

Keraf telah membagi jenis-jenis gaya bahasa secara terperinci dalam bukunya 'Diksi dan Gaya Bahasa', yang didalamnya menjelaskan jenis-jenis gaya bahasa. yaitu:

a. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

1) Gaya bahasa resmi

Dalam bentuknya yang lengkap, gaya yang di gunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, gaya yang di gunakan seseorang yang diharapkan mempergunakannya dengan baik dan dielihara. Amanat kepresidenan berita Negara, khotbah-khotbah mimbar, tajuk rencana, pidato-pidato yang penting, artikel yang serius atau esai yang memuat subjek-subjek penting, semuanya dibawakan dengan gaya bahasa resmi.

2) Gaya bahasa tidak resmi

Gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Singkatnya gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar⁸⁴

3) Gaya bahasa percakapan

⁸³ Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 113.

⁸⁴ *Ibid.*, 117-18.

Pilihan gaya bahasa percakapan ini merupakan kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun disini harus ditambahkan segi-segi morfologis dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya bahasa percakapan⁸⁵.

b. Gaya bahasa berdasarkan nada

Jenis gaya bahasa ini didasari pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sering kali sugesti ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dari pemicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan⁸⁶.

- 1) Gaya sederhana. Biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya.
- 2) Gaya mulia dan bertenaga. Gaya ini penuh dengan vitalitas serta energi, biasanya dipergunakan untuk mengerakkan sesuatu. Nada yang agung dan mulia akan sanggup menggerakkan emosi setiap pendengar. Contohnya seperti khotbah tentang kemanusiaan dan keagamaan, kesusilaan dan ketuhanan biasanya disampaikan dengan nada yang agung dan juga mulia.
- 3) Gaya bahasa menengah. Gaya yang di arahkan pada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai, dengan tujuan untuk menciptakan suasana senang dan damai, oleh karena itu nada yang di gunakan juga bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan

⁸⁵ Ibid., 120.

⁸⁶ Ibid., 121.

mengandung humor yang sehat. Biasanya digunakan pada acara seperti pesta, pertemuan, dan rekreasi⁸⁷.

c. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat

Struktur sebuah kalimat ini dapat menjadi landasan dalam menciptakan gaya bahasa. Yang dimaksud dengan struktur kalimat adalah bagaimana tempat suatu unsur kalimat yang dipentingkan dalam sebuah kalimat tersebut.

- 1) Klimaks: gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.
- 2) Antiklimaks: gaya bahasa yang berisikan gagasan-gagasan yang berturut-turut semakin berkurang kepentingannya. Antiklimaks sering kali kurang efektif karena gagasan yang penting berada di awal kalimat.
- 3) Paralelisme: gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frase-frase yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama.
- 4) Antitesis: gaya bahasa yang mengadakan perbandingan antara dua antonim.
- 5) Repetisi: perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.

d. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna

⁸⁷ Ibid., 122–23.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna ini dibagi menjadi dua, yaitu gaya bahasa retorik dan yang semata-mata merupakan penyimpangan dari konstruksi biasa untuk mencapai efek tertentu dan gaya bahasa kiasan merupakan penyimpangan yang lebih jauh, khususnya dalam bidang makna⁸⁸.

1) Gaya bahasa retorik

Macam-macam gaya bahasa retorik adalah:

- a) *Aliterasi*: berwujud perulangan konsonan yang sama. Biasanya digunakan dalam puisi, prosa, untuk perhiasan atau untuk penekanan.
- b) *Asonansi*: semacam gaya bahasa repetisi yang berwujud perulangan bunyi vokal yang sama. Biasanya digunakan dalam puisi, kadang-kadang juga dalam prosa untuk memperoleh efek penekanan atau sekedar keindahan.
- c) *Anastrof*: gaya retorik yang diperoleh dengan pembalikan susunan kata yang biasa dalam kalimat.
- d) *Apofisis* atau *preterisio*: suatu gaya yang penulis atau penarangnya menegaskan sesuatu, namun tampaknya menyangkal. Berpura-pura membiarkan sesuatu berlalu, namun sebenarnya ia menekankan hal itu. Berpura-pura melindungi atau menyembunyikan sesuatu, tapi sebenarnya memamerkannya.

⁸⁸ Ibid., 129.

- e) *Apostrof*: gaya bahasa yang berupa pengalihan amanat yang hadir kepada yang tidak hadir. Gaya ini biasanya digunakan oleh orator lasik. Dalam pidato yang disampaikannya kepada massa, orator tiba-tiba mengarahkan pembicaraannya kepada sesuatu yang tidak hadir, contohnya seperti kepada orang yang sudah meninggal, barang atau objek khayalan atau sesuatu yang abstrak, sehingga tampaknya orator tidak sedang berbicara dengan para hadirin.
- f) *Asindenton*: gaya bahasa yang berupa acuan di mana beberapa kata, frase, klausa yang sederajat tidak dihubungkan dengan kata sambung.
- g) *Polisindenton*: gaya bahasa (merupakan kebalikan dari *asindenton*) yang berupa acuan di mana beberapa kata, frase, tau klausa yang berurutan dihubungkan satu sama lain dengan kata-kata sambung.
- h) *Kiasmus*: gaya bahasa yang berisikan perulangan dan sekaligus meruakan inversi antara dua kata dalam satu kalimat.
- i) *Elipsis*: gaya yang berwujud menghilangkan suatu unsur kalimat yang dengan mudah dapat diisi atau ditafsirkan sendiri oleh pembaca atau pendengar, sehingga struktur gramatikal atau kalimatnya memenuhi pola yang berlaku.
- j) *Eufemismus*: pengungkapan kata-kata alin yang lebih pantas atau dianggap halus

- k) *Litotes*: gaya bahasa yang digunakan untuk menyatakan sesuatu dengan tujuan merendahkan diri. Sesuatu hal dinyatakan kurang dari keadaan sebenarnya.
- l) *Histeron proteron*: gaya bahasa yang merupakan kebalikan dari sesuatu yang logis atau kebalikan dari sesuatu yang wajar, misalnya menempatkan sesuatu yang terjadi kemudian pada awal peristiwa.
- m) *Pleonasme* dan *tautologi*: acuan yang mempergunakan kata-kata lebih banyak daripada yang diperlukan untuk menyatakan satu pikiran atau gagasan. Suatu acuan disebut *pleonasme* apabila kata yang berlebihan itu dihilangkan, yang artinya tetap utuh. Sebaliknya, acuan itu disebut *tautologi* jika kata yang berlebihan itu sebenarnya mengandung perulangan dari sebuah kata lain. Contohnya seperti, *saya telah mendengar hal itu dengan telinga saya sendiri*⁸⁹. Ungkapan tersebut adalah *pleonasme* karena acuannya itu tetap utuh dengan makna yang sama, walaupun dihilangkan kata *dengan telinga saya*. Sedangkan ungkapan “*globe itu bundar bentuknya*” termasuk dalam *tautologi* karena kata berlebihan itu sebenarnya mengulang kembali gagasan yang sudah disebut sebelumnya, yaitu kata *bundar* sudah tercakup dalam *globe*.
- n) *Perifrase*: gaya yang mirip dengan *pleonasme*, yaitu mempergunakan kata lebih banyak dari yang diperlukan. Namun

⁸⁹ Ibid., 134.

perbedaannya terletak dalam hal bahwa kata-kata yang berlebihan itu sebenarnya dapat diganti dengan satu kata saja⁹⁰.

- o) *Prolepsis* atau *antisipasi*: gaya bahasa yang di mana orang mempergunakan lebih dahulu kata-kata atau sebuah kata sebelum peristiwa atau gagasan yang sebenarnya terjadi. Contohnya seperti dalam mendeskripsikan peristiwa kecelakaan dengan pesawat terbang, sebelum sampai pada peristiwa kecelakaan, penulis sudah menggunakan kata *pesawat yang sial itu*. Padahal *kesialan* baru terjadi kemudian.
- p) *Erotesis* atau pertanyaan *retoris*: semacam pertanyaan yang dipergunakan dalam pidato atau tulisan yang bertujuan untuk mencapai efek yang lebih mendalam dan penekanan yang wajar, serta sama sekali tidak menghendaki adanya suatu jawaban⁹¹.
- q) *Silepsis* dan *zeugma*: gaya yang ketika orang menggunakan dua konstruksi rapatan dengan menghubungkan sebuah kata dengan dua kata lain yang sebenarnya hanya salah satunya mempunyai hubungan dengan kata pertama. Dalam *silepsis*, konstruksi yang digunakan itu secara gramatikal benar, namun secara semantik tidak benar⁹². *Zeugma* adalah *silepsi* dengan menggunakan kata yang tidak logis dan tidak gramatis untuk konstruksi sintaksis yang kedua, sehingga menjadi kalimat yang rancu.

⁹⁰ Ibid., 134.

⁹¹ Ibid., 134–35.

⁹² Ibid., 135.

- r) *Koreksio* atau *epanortosis*: gaya yang berwujud, mula-mula menegaskan sesuatu, namun kemudian memperbaikinya.
 - s) *Hiperbola*: gaya bahasa yang merupakan ungkapan yang melebih-lebihkan apa yang sebenarnya dimaksudkan seperti: jumlahnya, ukurannya, atau sifatnya⁹³.
 - t) *Paradoks*: gaya bahasa yang mengandung pertentangan yang nyata dengan fakta-fakta yang ada.
 - u) *Oksimoron*: gaya bahasa yang mengandung pertentangan dengan menggunakan kata-kata yang berlawanan dalam frase yang sama⁹⁴.
- 2) Gaya bahasa kiasan

Gaya bahasa kiasan dibentuk berdasarkan perbandingan atau persamaan. Membandingkan sesuatu dengan suatu hal yang lain. Yang artinya menemukan ciri khas yang menunjukkan kesamaan antara kedua hal tertentu⁹⁵.

- a) Persamaan atau simile: merupakan perbandingan yang bersifat eksplisit. Dalam perbandingan eksplisit sesuatu yang dimaksudkan dengan sesuatu yang lain dengan menggunakan kata perumpamaan ataupun pembandingan secara eksplisit, contohnya *seperti, bagaikan, laksana, bak, sama dengan*⁹⁶

⁹³ Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa*, 53.

⁹⁴ Ibid., 54.

⁹⁵ Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 136.

⁹⁶ Ibid., 138.

- b) Metafora: semacam analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, namun dalam bentuk yang singkat, seperti: *bunga bangsa, buaya darat, buah hati, cinderamata*.
- c) *Alegori*, parabel, dan fabel: dari ketiga ini merupakan bentuk dari perluasan metafora. Dari ketiga perluasan ini biasanya mengandung ajaran-ajaran moral dan sering sukar untuk dibedakan satu dari yang lain. *Alegori* adalah cerita singkat yang mengandung kiasan. Makna kiasan ini harus ditarik dari bawah permukaan ceritanya. Dalam *alegori*, nama-nama pelakunya adalah sifat-sifat yang abstrak, dan tujuannya selalu jelas tersurat. *Parabel (parabola)* merupakan kisah singkat dengan tokoh-tokoh manusia, yang selalu mengandung tema moral. Istilah ini dipakai untuk menyebut cerita-cerita fiktif di dalam kitab suci yang bersifat alegoris, untuk menyampaikan suatu kebenaran moral atau kebenaran spiritual. *Fabel* merupakan metafora berbentuk cerita mengenai dunia binatang, yang dimana binatang-binatang dan bahkan makhluk yang tidak bernyawa bertindak seperti manusia⁹⁷.
- d) Personifikasi atau prosopopoeia: gaya bahasa kiasan yang menggambarkan benda-benda mati memiliki sifat kemanusiaan⁹⁸.

⁹⁷ Ibid., 140.

⁹⁸ Ibid., 141.

- e) *Alusi*: merupakan acuan yang berusaha mensugestikan kesamaan antara orang, tempat, atau peristiwa. Biasanya alusi ini merupakan suatu referensi yang eksplisit atau implisit kepada peristiwa-peristiwa, tokoh-tokoh, tau tempat dalam kehidupan nyata, mitologi, atau dalam karya-karya sastra yang terkenal.
- f) *Eponim*: suatu gaya yang dimana nama seseorang sering dihubungkan dengan sifat tertentu, sehingga nama itu dipakai untuuk menyatakan sifat itu. Contohnya seperti nama Hercules dipakai untuk menyatakan kekuatan, atau Gaban yang merupakan patung pertama di Indonesia yang memiliki ukuran 10 meter yang sering menjadi kiasan ukuran suatu benda.
- g) *Epitet*: semacam acuan yag menyatakan suatu sifat atau ciri yang khusus dari seseorang atau suatu hal, seperti raja rimba untuk singa, lonceng pagi untuk ayam jantan⁹⁹.
- h) *Sinekdoke*: gaya bahasa yang menyebutkan nama bagian sebagai pengganti nama keseluruhannya atau sebaliknya¹⁰⁰.
- i) *Metonimia*: gaya bahasa yang memakai nama ciri atau nama hal yang dikaitkan dengan nama orang, barang, atau hal sebagai penggantinya. Seperti ia membeli sebuah chevrolet, saya minum satu gelas, ia dua gelas dan sebagainya.

⁹⁹ Ibid., 141.

¹⁰⁰ Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa*, 119.

- j) *Antonomasi*: gaya bahasa yang menggunakan gelar resmi atau jabatan sebagai pengganti nama diri¹⁰¹.
- k) *Hipalase*: gaya bahasa di mana sebuah kata tertentu digunakan untuk menerangkan sebuah kata, yang seharusnya dikenakan pada sebuah kata yang lain. Atau secara singkat dapat dikatakan bahwa hipalase adalah suatu kebalikan dari suatu relasi alamiah antara dua komponen gagasan. Contohnya: ia berbaring di atas sebuah bantal yang gelisah (yang gelisah adalah manusianya bukan bantalnya)¹⁰².
- l) *Ironi, sinisme, sarkasme*: sebagai kiasan, ironi atau sindiran adalah acuan yang ingin mangataan sesuatu dengan makna atau maksud berlebihan dari apa yang terkandung dalam rangkaian kata-katanya. Terkadang digunakan juga istilah lain, yaitu *sinisme* yang diartikan sebagai suatu sindiran yang berbentuk kesangsian yang mengandung ejekan terhadap keikhlasan dan ketulusan hati. Sarkasme adalah acuan yang lebih kasar dari ironi dan sinisme. Sarkasme adalah suatu acuan yang mengandung kepahitan dan celaan yang getir¹⁰³.
- m) *Satire*: merupakan ungkapan yang menertawakan atau menolak sesuatu. Bentuk ini tidak perlu harus bersifat ironis. Satire

¹⁰¹ Ibid., 120.

¹⁰² Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 142.

¹⁰³ Ibid., 143.

mengandung kritik tentang kelemahan manusia. Tujuan dari satire adalah supaya diadakan perbaikan secara etis maupun estetis¹⁰⁴.

- n) *Inuendo*: semacam sindiran dengan mengecilkan kenyataan yang sebenarnya. Ia menyatakan kritik dengan sugesti yang tidak langsung, dan sering tampaknya tidak menyakitkan hati kalau dilihat sambil lalu.
- o) *Antifrasis*: semacam ironi yang berwujud penggunaan sebuah kata dengan makna kebalikannya, yang bisa saja dianggap sebagai *ironi* sendiri, atau kata-kata yang dipakai untuk menangkis kejahatan, roh jahat, dan sebagainya.
- p) *Pun* atau *paronomasia*: merupakan kiasan dengan menggunakan kemiripan bunyi. Ia merupakan permainan kata yang didasarkan pada kemiripan bunyi, namun terdapat perbedaan besar dalam maknanya¹⁰⁵.

2. Gaya gerak tubuh

Dalam buku *Linguistik Umum* yang ditulis oleh Achmad HP dan Alek Abdullah¹⁰⁶, menuliskan bahwa gaya secara umum didefinisikan sebagai cara mengungkapkan diri sendiri melalui bahasa, tingkah laku, dan juga berpakaian.

¹⁰⁴ Ibid., 144.

¹⁰⁵ Ibid., 145.

¹⁰⁶ Achmad HP dan Alek Abdullah, *Linguistik Umum* (Jakarta: Erlangga, 2012), 34.

Gerak tubuh menjadi peran penting dalam membantu menguatkan bunyi vokal, memberi kerangka atau memperkuat ucapan bagi seorang pembicara¹⁰⁷.

Gaya gerak tubuh dalam aktivitas berpidato *public speaking* berguna untuk memberikan stimulus respon berupa tindakan, baik berupa gerakan tubuh tertentu, seperti halnya menggerakkan kepala, tangan dan jari, atau berupa gerak gestur, seperti mimik wajah dan juga ekspresi wajah, sehingga membantu menambah keberhasilan pesan yang disampaikan oleh pembicara. Gerakan tubuh merupakan salah satu contoh komunikasi non-verbal yang mengisyaratkan kondisi emosional, mental dan fisik dengan menggunakan gerakan tubuh yang dilakukan secara sadar atau tidak¹⁰⁸.

Fungsi gerak fisik dalam komunikasi digunakan untuk tiga hal, yaitu menyampaikan makna, menarik perhatian dan menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat. Gerak fisik dapat digunakan untuk menggambarkan ukuran atau bentuk sesuatu. Contohnya seperti ketika kita menjelaskan kepada orang lain tentang ciri dari orang yang lebih pendek dari kita, kita akan mengangkat tangan kita untuk memberikan isyarat bahwa orang yang kita cirikan lebih tinggi. Biasanya gerakan seperti itu disebut isyarat deskriptif (*descriptive gestures*). Contoh lagi ketika kita mengepalkan tinju untuk melawan, gerakan seperti itu disebut dengan isyarat emfatik (*emphatic gesture*)¹⁰⁹. Atau menggunakan isyarat-isyarat yang lazim dalam kebudayaan kita. Seperti mengacungkan ibu

¹⁰⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.), 86.

¹⁰⁸ Arina Nikitina, "Successful Public Speaking" (bookboon.com, 2011), 20.

¹⁰⁹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika modern pendekatan praktis* (Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2000), 86.

jari untuk menunjukkan “hebat”. Menghadapkan kedua telapak tangan ke atas untuk memohon atau berdoa. Menggelengkan kepala untuk menyatakan “tidak”, dan seterusnya. Isyarat seperti itu disebut dengan tradisional (*tradisional gesture*).

كَانَ إِذَا خَطَبَ إِحْمَرَ وَجْهَهُ، وَعَلَا صَوْتَهُ كَأَنَّهُ مُنْذِرُ الْجَيْشِ¹¹⁰

“Rasulullah *shallahu alaihi wa sallam* ketika berkhotbah, wajahnya memerah dan intonasi suaranya meninggi seakan-akan seperti panglima perang.”

Gerak tubuh seorang orator saat berpidato akan melibatkan para pendengar untuk bergerak juga. Pendengar akan merasakan apa yang pembicara rasakan. Bagi seorang pembicara, gerak fisik dapat menyalurkan energi tambah dalam tubuhnya, dengan demikian gerak tubuh dapat mengurangi kecemasan dan meningkatkan kepercayaan diri seorang pembicara pada saat di depan umum¹¹¹.

Menurut Rakhmat, gerak tubuh dibagi menjadi empat macam: 1) Gerak seluruh torso, contohnya ketika kita berjalan dari suatu tempat ke tempat lain, 2) Gerak sebagian tubuh, contohnya seperti gerak tangan, kaki, bahu, 3) Ekspresi wajah, 4) Posture, posisi pembicara ketika duduk dan berdiri¹¹².

Goman¹¹³ menyatakan, bahwa bahasa tubuh dapat mengatur waktu, ruang, penampilan, postur, gerak tubuh, prosodi vokal (irama, penekanan, intonasi),

¹¹⁰ Abdul Aziz Al-Rajih, *Syarah Sunan* (t.tp: t.p, 1432 H), vol. 3, 3.

¹¹¹ Rakhmat, *Retorika modern pendekatan praktis*, 87.

¹¹² A. Sunarto, *Dakwah Networking* (Surabaya: Jaudar Press, 2018), 84.

¹¹³ Carol Kinsey Goman, *The silent language of leaders: how body language can help-or hurt-how you lead*, 1st ed (San Francisco: Jossey-Bass, 2011), 20.

sentuhan, penciuman, ekspresi wajah, dan kontak mata. Sedangkan menurut Nelson¹¹⁴, bahasa non-verbal dibagi menjadi lima aspek, yaitu:

1) Kontak mata

Dari mata seseorang dapat memberikan simpati atau empati kepada orang lain, mata dapat memberikan non-verbal bagi lawan bicaranya. Hal ini juga berlaku untuk mengetahui apakah lawan bicara kita menghormati dan mendengarkan secara serius perkataan kita atau malah sebaliknya. Contoh, ketika lawan bicara terlihat acuh tak acuh, akan dapat kita lihat dari kontak matanya yang tidak fokus dan melihat ke arah lain. Seorang pembicara yang baik dapat dilihat dari kontak matanya. Pembicara yang mengadakan kontak mata dengan audien menandakan bahwa pembicara memperlihatkan kepeduliannya sehingga audien mudah diyakinkan.

Gorman dalam bukunya *The Silent Language of Leaders : How Body Language Can Help or Hurt How You Lead*¹¹⁵ berpendapat bahwa kontak mata layaknya seperti sebuah motivator yang kuat untuk menambah dorongan untuk berbicara, orang-orang akan merasa bahwa mereka memiliki perhatian dan minat selama seorang pembicara memandang atau melakukan kontak mata dengan para pendengarnya.

2) Ekspresi wajah

¹¹⁴ Paul E. Nelson dkk., *iSpeak: public speaking for contemporary life*, 2nd ed (Boston: McGraw-Hill Higher Education, 2009), 163.

¹¹⁵ Goman, *The silent language of leaders*, 94.

Menurut Nelson¹¹⁶, ekspresi wajah mencakup pergerakan mata, alis, dahi dan mulut. Ekspresi wajah sangat membantu dalam menciptakan suasana yang diinginkan oleh pembicara. Hal ini dapat mempengaruhi sentuhan langsung ke jiwa para pendengar, sehingga emosi pendengar juga ikut serta. Maka tidak heran jika ada seorang pembicara berhasil memuat ratusan pendengarnya menangis, tertawa dan bahwa ikut merasakan alur cerita dari seorang pembicara. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Goman¹¹⁷, bahwa ketika seorang pembicara sedang menyampaikan pidatonya dengan ekspresi dan gerak tubuh yang tepat dan dapat langsung mengenai para pendengarnya, saat itu juga para pendengar memberikan feedback emosional pada seorang pembicara.

3) Gestur

Gestur adalah gerakan tangan atau tubuh untuk menyatakan ekspresi¹¹⁸. Gestur juga dapat digunakan untuk mengisyaratkan, mendeskripsikan, menegaskan dan perasaan pada hal tertentu¹¹⁹.

4) Gerak

Gerak yang dimaksud adalah gerak tubuh keseluruhan, seperti ketika duduk, berdiri dan berjalan. Dalam kegiatan dakwah, gerakan seorang pembicara haruslah proporsional. Jika pembicara terlalu banyak membuat gerakan, tentunya dapat mengganggu fokus audien. Selain itu

¹¹⁶ Nelson dkk., *iSpeak*, 162.

¹¹⁷ Goman, *The silent language of leaders*, 73.

¹¹⁸ Nelson dkk., *iSpeak*, 165.

¹¹⁹ A. Sunarto, *Dakwah Networking* (Surabaya: Jaudar Press, 2018), 80.

untuk menari pendengar, gerakan seorang pembicara juga mnejadi salah satu solusi mengurangi tingkat kebosanan audiens¹²⁰.

5) Penampilan fisik

Dalam bagian ini akan membahas tentang pakaian atau busana yang digunakan oleh para pembicara. Penampilan pembicara tentu memberikan suasana yang berbeda dihadapan para pendengar. Selain itu beberapa ahli public speaking menyatakan bahwa penampilan fisi dapat mempengaruhi sukses tidaknya aktivitas dakwah¹²¹.

G. Dakwah Di Media Sosial

Telah dijelaskan sebelumnya tentang definisi dakwah, yang dimana dakwah ialah mengajak manusia ke jalan Allah dengan cara yang bijaksana, nasihat ataupun pelajaran yang baik dan berdiskusi atau berdebat dengan baik¹²². Dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan secara *continue* terhadap objek dakwah atau *mad'u*. Dari masa ke masa dakwah akan mengalami perubhan-perubahan sesuai dengan kondisi dan situasi pada saat itu. Dakwah menjadi tugas setiap muslim dengan kapasitas serta kemampuannya.

Pada era saat ini dakwah tidak cukup jika hanya disampaikan melalui lisan saja dengan tanpa adanya perangkat pendukung. Perangkat pendukung ini dikenal sebagai alat-alat komunikasi massa, yaitu media cetak, ataupun media elektronik.

¹²⁰ Goman, *The silent language of leaders*, 81.

¹²¹ Siti Asiyah, "Public Speaking an Kontribusinya Terhadap Kompetensi Dai," *Jurnal Ilmu Dakwah* 37 (Juli 2017): 202–3.

¹²² Ropongi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madani, 2016), 11.

Komunikasi yang diucapkan secara lisan dengan tanpa adanya alat komunikasi atau media komunikasi, hanyalah dapat menjangkau jarak yang terbatas sedangkan komunikasi yang menggunakan alat-alat komunikasi massa dapat menjangkau ruang serta waktu yang lebih luas dan dapat tersebar dengan cepat¹²³. Keberadaan media internet dapat melampaui pola penyebaran pesan atau informasi dengan media tradisional, karena media internet bersifat yang mampu berinteraksi, mengaburkan batas geografi, serta bisa dilakukan kapan saja.

Keberadaan media baru seperti internet dapat melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang mampu berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi yang paling penting ialah dapat dilakukan secara *real time*. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan yang disampaikan oleh pembicara. Internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Dapat dilihat jika pada masa lalu masyarakat berinteraksi secara tatap muka, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dalam dunia maya atau melalui interaksi sosial online¹²⁴.

Internet sebagai media interaksi sosial telah terjadi diseluruh dunia, termasuk di Indonesia. Perkembangan pengguna internet juga semakin bertambah. Dalam kurun waktu yang relatif singkat, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat secara signifikan. Menurut data yang dipublikasikan oleh

¹²³ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial* (Jakarta: KENCANA, 2016), 1.

¹²⁴ *Ibid.*, 01.

Republika.co.id (26 Agustus 2010), yang diambil pada tanggal 07 Oktober 2010, pengguna internet mengalami kenaikan yang sangat drastis¹²⁵.

Berdasarkan data yang dirangkum dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kemenkominfo RI), pengguna internet kurang dari 200 juta orang pada tahun 1998. Setelah itu meningkat menjadi 1,7 miliar orang yang mengakses internet pada tahun 2010. Pengguna internet di Indonesia mencapai 30 juta pengguna atau sekitar 12,5 persen populasi penduduk Indonesia. Selanjutnya menurut menurut APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia), pada akhir tahun 2001 mencatat sebanyak 2,4 juta pengguna dan pada tahun 2007 tercatat 20 juta pengguna internet, kemudian pada akhir tahun 2009 tercatat 25 juta pengguna¹²⁶.

Berdasarkan data yang telah dijabarkan diatas menunjukkan, semakin bertambahnya pengguna internet yang memanfaatkan chatting untuk berkomunikasi dengan orang lain maka semakin banyak pula terbentuknya komunitas-komunitas online, selain itu juga semakin banyak pula yang bergabung dalam komunitas online¹²⁷. Dengan melihat presentase pengguna internet yang semakin meningkat di setiap tahunnya, dakwah dirasa tidak cukup jika hanya dilakukan melalui tatap muka dan secara lisan saja tanpa adanya pendukung. Media teknologi memberikan fasilitas komunikasi tanpa batas ruang dan waktu pada penggunaannya.

¹²⁵ Ibid., 2.

¹²⁶ Ibid., 3.

¹²⁷ Ibid., 05.

Berdakwah kini bukan hanya bertemu tatap muka, melainkan *da'i* dan *mad'u* sama-sama berada di ruang berdeda yang abstrak yang disebut sebagai dunia maya. Media telah mampu menggiring individu memasuki ruang yang memungkinkan saling berinteraksi. Seperti internet, kini telah membentuk ruang maya tempat bertegur sapa secara interaktif yang kita kenal sebagai *cyberspace*. Dakwah melalui internet merupakan sebuah inovasi serta memberikan kemudahan bagi para *da'i* dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media dakwah ialah kesempatan serta tantangan pula untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah islamiyah. Kesempatan yang dimaksud adalah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet sebagai sarana juga media dakwa untuk menunjang proses dakwah islamiyah. Sementara mewujudkannya mulai dari tenaga, pikiran, juga sumber daya manusia yang mengerti akan dakwah dan internet. Umat muslim harus dapat menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi informasi¹²⁸.

Perkembangan teknologi saat ini memberikan peran yang sangat besar bagi perkembangan dakwah saat ini. Dengan lahirnya teknologi seperti internet, dakwah mampu menjangkau sasarannya lebih luas dan tidak terbatas oleh batas geografis. Secara khusus terdapat tiga alasan mengapa dakwah melalui internet menjadi penting dilakukan bagi seorang *da'i*¹²⁹, yaitu:

¹²⁸ Nur Ahmad, "TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI DAN INFORMASI: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah," *ADDIN Media Dialektika Ilmu Islam* 08 (2014): 326–27.

¹²⁹ Agus Mulyanto, "E-Dakwah Sebagai Alternatif Media Dakwah," *Kaunia II* (2006): 30.

- 1) Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia. Di Indonesia , Islam menjadi agama yang lebih dominan dibandingkan dengan agama lainnya. Sedangkan didunia, memiliki pemeluk terbanyak kedua setelah kristen. Pertumbuhan pemeluk islam di Negara Eropa lainnya dan Australia juga sangat pesat. Internet merupakan sarana yang mudah juga murah untuk selalui *keep intouch* dengan komunitas muslim yang tersebar disegala penjuru dunia.
- 2) Citra Islam yang buruk akibat pemberitaan yang simpang siur dan kesalah pahaman perlu diperbaiki. Internet disini menawarkan kemudahan untuk menyebarkan pemikiran-pemikiran yang jernih dan benar serta pesan-pesan ketuhanan keseluruhan dunia. Karena dalam konteks ini internet banyak digunakan untukmenyebarkan propaganda anti-islam atau meberikan informasi tentang islam yang salah. Oleh sebab itu penggunaan internet menjadi salah satu cara yang efektif melawannya. Dalam hal ini kita dapat sekaligus melakukan dakwah ke komunitas non-muslim.
- 3) Pemanfaatan internet untuk dakwah, dengan sendirinya menunjukkan bahwa muslim dapat menyesuaikan diri dengan perkemabangan peradaban yang ada, selama itu tidak bertentangan dengan aqidah. Di negara-negara maju, media ini telah memberikan kemudahan bagi muslim dalam mengelola dakwahnya juga berkomunikasi dengan anggota jama'ah lainnya.

Seperti yang telah dikatakan oleh Syekh Sulthan Al-Umari, bahwa ada beberapa hal yang sangat penting untuk diperhatikan ketika hendak berdakwah di dunia maya, yaitu¹³⁰:

- 1) Hal yang paling mendasar ialah niat. Dakwah di internet akan berjalan dengan lancar apabila didasari dengan niat serta iktikad baik, dan sebaliknya jika bukan bertujuan untuk mengeruk materi atau larut dengan perdebatan madzhab, misalnya.
- 2) Memiliki visi dan misi. Dalam konteks ini maka penting untuk memahami bahwa esensi berdakwah adalah memberikan manfaat untuk orang lain. Berdakwah ialah mengajak ke arah kebaikan dan ranah positif.
- 3) Menunjukkan keagungan nilai-nilai luhur islam.
- 4) Memilih pembimbing atau pegontrol kualitas konten yang berkompeten dalam urusan syariahnya juga memiliki wawasan yang luas. Hal ini akan memberikan bantuan agar terhindar dari kontroversi dan kontradiksi konten.
- 5) Dan yang terakhir ialah membuat situs dakwah tertentu makan jangan lupa melengkapinya dengan aplikasi-aplikasi unggulan, seperti forum, mengobrol langsung (*chatting*), dan fasilitas surat elektronik (*e-mail*).

Dengan demikian bahwasannya internet ialah sebuah media baru yang sangat layak dan tepat untuk dijadikan sebagai media dalam berdakwah saat ini.

¹³⁰ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Internet," *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 01 (2013): 94.

Karena saat ini memang internet mampu dibidang seperti telah menjadi teman hidup bagi masyarakat. Berbagai macam informasi dapat diakses melalui internet dengan mudah serta kapanpun dan dimanapun kita berada.

H. Kelebihan dan Kekurangan Dakwah di Media Sosial

Kelebihan media sosial sebagai medium dalam berdakwah¹³¹.

- 1) Tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Internet dapat diakses kapanpun, dimanapun dan oleh siapapun diberbagai penjuru dunia. Sehingga materi dakwah yang dilakukan di media sosial dapat diakses oleh semua orang dipenjurunya.
- 2) Dakwah menjadi variatif, selain berbentuk tulisan, para pelaku dakwah di media sosial juga dapat membuat materi dakwah dalam bentuk gambar, audio, video, *e-book*, sehingga para objek dakwah di media sosial memiliki materi dakwah yang mereka sukai.
- 3) Meningkatnya jumlah pengguna internet. Dengan adanya pertumbuhan pengguna internet selalu mengalami peningkatan, maka hal ini menjadi kabar baik bagi para *da'i* yang aktif di media sosial. Sebab, semakin banyaknya pengguna internet, maka akan semakin banyak juga objek dakwah di media sosial.
- 4) Hemat biaya serta energi. Dengan melakukan dakwah di media sosial, para *da'i* tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal serta tidak perlu mengeluarkan banyak energi untuk melakukan

¹³¹ Pardianto, "Meneguhkan Dakwah Melalui New Media," *Jurnal Komunikasi Islam* 03 (2013): 33.

dakwahnya. Karena cukup bermodalkan perangkat keras seperti gadget atau alat komunikasi elektronik lainnya yang telah tersambung dengan internet, maka dalam keadaan santai dirumah,, kegiatan dakwah di media sosial sudah bisa dilakukan.

Setelah membahas tentang kelebihan, berikut merupakan kekurangan dari penggunaan media sosial

- 1) Bagi kalangan masyarakat menengah kebawah internet merupakan media komunikasi yang bisa dibilang mahal. Karena untuk dapat menikmati fasilitas internet, seseorang harus memiliki gadget untuk mengakses internet serta biayanya yang juga tidak murah.
- 2) Secara psikologis dakwah melalui media sosial menghilangkan tali silaturahmi secara fisik dan psikologis. Dengan model komunikasi jarak jauh, meskipun dua arah, unsur kehadiran komunikator secara fisik hampir tidak pernah terjadi.
- 3) Sulit dalam memahami atau mengetahui terjadinya perubahan dalam bidang perilaku dikalangan *mad'u*, karena sifat *mad'u* yang tersebar dan terpancar.

BAB III

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Gambaran Profil Hannan Attaki

Ustadz Hannan Attaki atau yang sering dikenal juga dengan UHA, memiliki nama asli Teuku Hannan Attaki. UHA merupakan seorang *da'i* yang digandrungi oleh beberapa masyarakat, terutama anak muda di Indonesia. UHA menjadi salah satu *da'i* yang viral di beberapa media sosial yang diantaranya yaitu Instagram dan juga YouTube. Tidak jarang sekali potongan-potongan videonya diposting di media sosial oleh akun-akun dakwah, hingga membuatnya dikenal oleh banyak masyarakat. UHA dikenal sebagai ustadz gaul yang asyik tapi juga syar'i. UHA lahir pada tanggal 31 Desember 1981 di Aceh. Dia merupakan anak ke-5 dari 7 bersaudara. Ustadz Hannan Attaki menikah dengan istrinya yang bernama Haneen Akira ketika Ustadz Hannan Attaki masih melangsungkan pendidikannya di Al-Azhar Kairo Mesir, yang kemudian dikaruniai empat orang anak yang diberi nama Aisyah, Maryam, Yahya dan Ertugrul¹³².

Usai tamat sekolah di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, UHA melanjutkan pendidikannya ke Universitas Al-Azhar Kairo Mesir. Disana UHA berada di Fakultas Ushuluddin, dengan Jurusan Tafsir Al-Qur'an hingga memperoleh gelar *Licence* (Lc) pada tahun 2004. Sejak masih anak-anak beliau sudah diajarkan untuk mengenal Islam dan Al-Qur'an oleh orangtuanya, Ustadz

¹³² S. Dinar Annisa Abdullah, "Peran Hannan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video 'Kangen' Di Youtube)," *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* 07 (2018): 67.

Hannan Attaki juga sering kali mendapatkan kejuaraan dalam Musabaqah Tilawati Qur'an, selain itu UHA juga mendapatkan gelar Qori' terbaik di Fajar TV, Kairo pada tahun 2005, juga mengisi tilawah Al-Qur'an "*Min Ajmalis Soth*" di dua Channel Televisi (Fajar TV dan Iqro' TV). Selain itu UHA juga pernah menulis buku dengan judul "Tadabbur Qur'an"¹³³.

Prestasinya dalam ilmu pelajaran maupun tilawah Al-Qur'an membuat Ustadz Hannan Attaki selalu mendapatkan beasiswa pendidikan sejak duduk dibangku sekolah dasar hingga duduk di bangku perkuliahan. UHA bergabung dalam kelompok studi Al-Qur'an dan ilmu-ilmu keislaman. Beliau pernah memimpin redaksi buletin "Salsabila" yang dipimpin langsung oleh beberapa tokoh Ikwanul Muslimin dari Mesir. Ketika masih pendidikan di Mesir, UHA juga bekerja dengan mencoba beberapa bisnis, mulai dari berjualan bakso, hingga menjadi "joki" Hajar Aswad saat musim haji tiba, demi untuk menambah uang sakunya juga untuk memberikannya kepada istrinya.

Setelah menyelesaikan pendidikan di Mesir, UHA kembali ke Indonesia, yang kemudian tinggal bersama istri dan anak-anaknya di Kota Bandung Jawa Barat. Ketika di Bandung, beliau bekerja sebagai pengajar di SQT (Sekolah Qur'an Tafsir) Habiburrahman dan Jendela Hati, menjadi direktur Rumah Qur'an Salman di ITB yang tepat di Kota Bandung. Tepat pada tahun 2015 beliau mendirikan sebuah

¹³³ Ibid., 39.

“Gerakan Pemuda Hijrah” sebagai media dakwahnya yang hingga saat ini dikenal oleh banyak orang juga sering di bagikan oleh akun-akun dakwah di sosial media¹³⁴.

Di Bandung, UHA berdakwah melalui gerakan Pemuda Hijrah yang didirikannya pada bulan Maret 2015. Pada gerakan tersebut, UHA menjadi founder dari pemuda hijrah. Dinamakan pemuda hijarah karena Ustadz Hannan Attaki melihat dakwah di Indonesia cenderung kurang progresif, dan cenderung jalan ditempat terutama pada kalangan anak muda mudi. Ustadz Hannan Attaki ingin ada sistem perubahan pada masyarakat dengan adanya dakwah.

Salah satu Ustadz di Indonesia yaitu Ustadz Hannan Attaki merupakan salah satu Ustadz muda yang terkenal di media sosial, vidio-vidio dakwahnya sering kali di bagkan di beberapa media sosial. Penggunaan bahasa yang santai dan mudah dipahami, serta perumpamaan yang ada dalam kehidupan sehari-hari menjadi salah satu ciri khasnya, tidak heran jika banyak kaum muda mudi yang menjadi pengikutnya.

Tepat pada tanggal 15 November 2017 UHA pertama kalinya membagikan vidio dakwahnya melalui chanel youtubanya yang bernama Hannan Attaki, pada vidio pertamanya itu para pengguna youtube lainnya terlihat antusias untuk menontonnya, hal ini dibuktikan dengan *viewers* nya dengan total 2.497.090 kali penayangan, serta mendapat 29 ribu *like*.

¹³⁴ Syamsiyani, “Pemaknaan Hadis Oleh Hanan Attaki Dalam Dakwahnya di Youtube,” *Jurnal Living Hadis* 04 (2019): 215–16.

Chanel youtube yang di beri nama Hannan Attaki kini memiliki pengikut atau subscriber 2,1 juta orang ini telah membagikan kurang lebih 154 vidio. Pada tanggal 22 ebruari 2019, UHA membagikan vidio dengan judul “Cerita Setan Nge-distrack Manusia” dengan penayangan sebanyak 1.315.791 kali serta 37 ribu suka, dan 712 komentar yang dimoninasi oleh kaum muda dengan komentar-komentar yang positif.

B. Shift Organisasi Pemuda Hijrah

Shift adalah salah satu gerakan keagamaan hijrah diperkotaan. Shhift mulai berdiri sejak tahun 2012 yang diinisiasi oleh Hannan Attaki. Berawal dari seringnya Ustadz Hannan Attaki sering mengisi kajian-kajian dimasjid, yang membuat Ustadz Hannan Attaki sadar akan jemaah yang semakin berkurang yang mayoritas diisi dari kalangan lansia, mulai dari sini Ustadz Hannan Attaki mulai menemukan solusi agar dakwahnya banyak didengar dan diminati oleh anak-anak muda. Setelah bertemu dengan ketua kelompok dari komunitasskatebiard di Bandung (Fani Krismandar/Inong), Ustadz Hannan Attaki kemudian menggagas kajian keislaman yang fokus pada anggota komunitas yang mulai tertarik dengan hijrah.sejak saat itulah Ustadz Hannan Attaki mulai menjalin kerja sama dengan komunitas-komunitas lainnya, seperti BMX, dan Geng Motor Bridgez. Perubahan pada model dakwah juga dilakukan oleh Ustadz Hannan Attaki, seperti mengganti tata cara berpakaian yang Islami menjadi trendi dan kekinian (Piki, ketua Shift, media virtual online, 9 Agustus 2022).

Terbentuknya organisasi Shift dilatar belakangi oleh misi masjid Al-Latif sebagai pusat kajian pemuda belum terrealisasikan. Masjid tersebut berlokasi dekat dengan tempat tinggal Ustadz Hannan Attaki selaku pendiri dari masjid tersebut. Letak dari masjid tersebut berada ditengah kota menjadi alasan strategis agar anak-anak muda yang terbiasa nongkrong dan melupakan ibadah menjadi lebih mudah untuk diajak beribadah ke masjid, ditambah dengan inisiatif yang tinggi dari sejumlah tokoh komunitas anak muda Kota Bandung yang sudah memutuskan untuk berhijrah bermuara pada terbentuknya Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Kota Bandung

C. Sinopsis Video Dakwah Ustadz Hannan Attaki di Media Sosial Youtube Episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”

Pada video Ustadz Hannan Attaki yang berjudul “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia” dengan durasi waktu 28 menit 56 detik berisikan tentang himbuan kepada anak muda untuk senantiasa berhati-hati kepada godaan-godaan buruk dari setan. Dengan kehati-hatian itu diharapkan anak muda yang masih mencari jati diri tetap istiqomah dalam menjalani syariat Islam. Dalam video ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu bagian pertama pembukaan pada menit 00.00 sampai 11.11, yang kedua isi pada menit 11.12 sampai 16.20, dan yang ketiga penutup pada menit 26.21 sampai 28.50. Pada bagian pertama Ustadz Hannan Attaki memberika mukadimah sebagai dasar untuk menjelaskan perihal ajaran Islam kepada anak muda, di bagian isi biasanya Ustadz Hannan menyampaikan analogi-analogi atau mencontohkan kasus yang sifatnya kontekstual sehingga anak muda mengerti

tentang penjelasan yang dilakukan oleh Ustadz Hannan, berikutnya pada bagian penutup Ustadz Hannan Attaki berisikan pesan-pesan terhadap khalayak.

BAB IV

SAJIAN DAN NALISIS DATA

A. Sajian Data

1. Gaya bahasa Ustadz Hannan Attaki di chanel youtube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”

Sejak awal Ustadz Hannan Attaki dikenal sebagai pendakwah yang memiliki *mad'u* anak muda. Dengan tampilan yang santai, menggunakan tema-tema yang berhubungan dengan kehidupan anak muda, tak ayal bahasa yang digunakan Ustadz Hannan Attaki menyesuaikan dengan *mad'u* nya yang anak muda, gaul, santai, kemudian langsung tertuju pada persoalan.

Dalam beragama ataupun beribadah, Ustadz Hannan Attaki merupakan sosok yang tegas pada diri sendiri, namun besar toleransinya kepada orang lain. Hal ini terlihat ketika ia berada diatas panggung dan menyampaikan tausiyahnya, ia begitu toleran dan terlihat sangat ramah, terbuka dan santai. Namun pada saat peneliti hendak menghubunginya melalui media elektronik secara pribadi, ia adalah sosok yang sangat membatasi diri pada selain makhramnya, ia juga terlihat begitu serius dan pendiam. Pada awalnya peneliti hanya menyimpulkan sekilas tentang sikap beliau, karena peneliti sebelumnya juga berfikir, bagaimana seorang lulusan Al-Azhar Kairo, Mesir yang mayoritas alim dan membatasi diri dengan lawan jenis, dapat menjadi sosok yang sangat

gau dan toleran. Ternyata sikap tersebut tidak begitu saja lepas dari Ustadz Hannan Attaki. Ustadz Hannan Attaki tetepalah seorang lulusan Al-Azhar yang alim, serius, dan tegas, hanya saja untuk dirinya sendiri. Namun ketika dihadapan khalayak, ia adalah sosok yang keren, gaul dan toleran¹³⁵.

Pada tema-tema atau judul yang digunakan Ustadz Hannan Attaki pada dakwahnya terlihat menggunakan kata-kata yang mengidentitaskan anak muda, atau memilih topik pembahasan yang berhubungan dengan permasalahan anak muda saat ini, yang terlihat pada judul-judul di video youtube nya. Hal tersebut juga dikatakan oleh Kang Hakim selaku Presiden Shift.

Bahasa-bahasa beliau ini kan waktu dakwah itu memang menggunakan bahasa yang gaul, santai gitu itu ya karena sasaran dakwahnya juga anak-anak muda, jadi beliau juga harus mengimbangnya, mengikuti yang saat ini anak-anak muda sukain gitu mbak, bahkan sampai gaya busananya, fashionnya, musik favorit, apa yang mereka anggap keren dan tempat-tempat nongkrong anak muda tuh beliau pelajari¹³⁶.

Pada sasaran dakwah, Ustadz Hannan Attaki memfokuskannya pada anak muda. Menurutnya, anak muda adalah tonggak dari kehidupan berbangsa dan bernegara. Kemajuan ataupun kemunduran dari suatu bangsa iu ditentukan dari kualitas pemuda di bangsanya. Adanya suautu perubahan atau tidaknya dari suatu bangsa berada pada peran anak mudanya, disini anak muda memiliki peran yang sangat vital didalamnya. Oleh karena itu dakwah kepada anak muda merupakan sasaran utama dari perjalanan dakwah Ustadz Hannan Attaki.

¹³⁵ Ulil Azmi Umroh, “Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attai Melalui ‘Shift’ Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)” (Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), 104.

¹³⁶ Hariri Hakim, Wawancara melalui media virtual, Media Virtual, Agustus 2022.

Mulai dari Kota Bandung yang menjadi tempat awal dakwah ini berjalan. Diwilayah Bandung ini, banyak banyak kelompok-kelompok anak muda Geng Motor, Anak Skater, Anak Punk, Anak Rege dan masih banyak lagi. Ini yang menjadi sasaran dakwah dari Ustdz Hannan Attaki dan tim nya. Dakwah masih sangat jarang sekali hingga menyentuh ke wilayah-wilayah kelompok-kelompok tersebut, hal ini yang menjadi tantangan bagi Ustadz Hannan untuk membuat strategi atau bagaimana bisa masuk di dunia mereka untuk mengajak mereka kembali mengenal Islam, karena notabennya para pemuda itu adalah berKTP agama Islam, namun tidak tahu apa itu Islam.

Dalam buku diksi dan gaya bahasa Gorys Keraf, ada empat jenis gaya bahasa diantaranya: gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa berdasarkan nada, gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, serta gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya nada.

Pada awal mula berdakwah, Ustadz Hannan Attaki masih terkesan kaku berbeda dengan saat ini yang sudah lebih santai dan ringan. Dulunya pembahasan yang digunakannya hanya tertuju pada orang-orang yang sudah sholeh saja. Setelah 2 tahun ia mulai merasa bahwa ada yang perlu dirubah dan akhirnya menyampaikan keinginan serta harapannya pada khalayak. Sejak saat itu Ustadz Hannan Attaki mulai membuka diri dan terus belajar untuk emncapai keinginannya, yaitu membuat anak-anak muda mencintai Islam dan meramaikan masjid¹³⁷.

¹³⁷ Hakim.

Semakin banyak yang mengenal Ustadz Hannan sebagai seorang pendakwah lantaran potongan-potongan video dakwahnya terdapat di beberapa media sosial seperti Instagram dan YouTube, selain itu juga gaya bahasa dakwahnya yang santai dan mudah dipahami oleh para pendengarnya dan mampu merangkul semua kalangan yang khususnya pada kalangan anak muda. Tema-tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwahnya. Cara Ustadz Hannan Attaki untuk dapat mengetahui keadaan mad'unya yaitu dengan cara masuk dan merangkul dengan baik tanpa paksaan. Gaya busanya yang santai membuat banyak remaja tertarik untuk belajar Islam melalui dakwah¹³⁸.

Definisi *keren* dijadikan acuan untuk menarik minat anak muda yang bergabung dan akhirnya menjadi jamaah. *Street culture* dianggap *keren* karena merupakan olahraga atau permainan yang tidak semua orang bisa lakukan. Seperti berjalan di atas papan seluncur di atas air atau dikenal dengan istilah *surfing*. Anak-anak muda lebih mudah tertarik pada hal-hal yang berbau aneh dan asik, serta yang terpenting yaitu terlihat keren. Hal ini yang kemudian menjadi fokus dakwah Ustadz Hannan Attaki untuk dakwah kepada sasaran dakwahnya yaitu anak-anak muda¹³⁹.

1. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Gaya bahasa percakapan digunakan dalam dakwah Ustadz Hannan Attaki. Terutama ketika memberikan contoh dari pembahasan, Ustadz Hannan mengambil

¹³⁸ Umroh, "Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attai Melalui 'Shift' Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)," 90.

¹³⁹ Fani Kismindar, Wawancara Pada Tim Sekertaris, Wawancara Media Virtual, Agustus 2022.

contoh yang sangat berhubungan dengan kehidupan nyata anak muda dengan bahasa yang mudah di pahami maksudnya oleh para *mad'u*, hal tersebut di tunjukkan pada kalimat

Jangan sampai kita ternina bobok kan hanya dengan hadir ta'lim, udah gitu enggak ada tugas lain¹⁴⁰.

Kalau di masjid kayak ga ada challenge nya, duduk, dengerin, se negative-negativenya akhlak kita di masjid apa? Ketiduran, itu juga masih gak dosa, Cuma ya kayak malu aja gitu, datang ke masjid langsung sakinah¹⁴¹.

jangan dianggap remeh tersenyum juga udah kebaikan yang luar biasa, tersenyum doang tapi jangan salah sasaran¹⁴².

“bebas, yang kamu udah lancar aja, atau kalau misal kamu ngantuk, aku aja yang baca mewakili kamu” hehehe¹⁴³.

Nah ini namanya modus, jangan di follow yang kayak gitu-gitu¹⁴⁴.

Hal ini dikonfirmasi oleh Kang Teddy bahwa Ustadz Hannan Attaki pada dakwahnya cenderung menggunakan bahasa-bahasa percakapan, dengan tujuan untuk mempermudah memberikan pemahaman kepada pendengarnya. Kang Teddy juga menjelaskan bahwa hal ini berkaitan juga dengan para pendengarnya yang mayoritas adalah anak muda, yang dimana anak muda identik dengan bahasa-bahasa santai, singkat, dan jelas¹⁴⁵. Ustadz Hannan Attaki juga pernah mengkonfirmasi didalam video bahwa ia tidak suka jika menggunakan bahasa-bahasa yang terkesan kaku, ia lebih menyukai pembahasan dan menggunakan bahasa yang santai dan mudah dipahami bagi para pendengarnya.

¹⁴⁰ Hannan Attaki, *Cerita Setan Nge-Distrack Manusia*, 2022, pada menit ke 0.17.

¹⁴¹ Attaki, 0.25.

¹⁴² Attaki, 3.23.

¹⁴³ Attaki, 5.36.

¹⁴⁴ Attaki, 5.46.

¹⁴⁵ Kang Teddy, Wawancara melalui media virtual, Media Virtual, Agustus 2022

2. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat

Berikutnya pada dakwahnya Ustadz Hannan terdapat gaya bahasa paralelisme yang artinya yaitu gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frase-frase yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama yang ditunjukkan pada kutipan berikut

chat sampek jam 12 malem, chatnya pelan-pelan. Ayat dulu yang di keluarin, hadist, lama-lama nasehat¹⁴⁶.

Mulai... ke tengaaah.. ujung-ujungnya ke kiri, itu terjadi. Berapa lama dari sini kesini (kanan ke kiri), bisa seminggu, bisa sebulan, bisa setahun, yang jelas usaha dari sini ke sini tuh (kanan ke kiri) seumur hidup kita dia usahain terus sama si setan tuh, dia gak akan berhenti¹⁴⁷.

dia enggak akan langsung nyuruh langkah ke kiri, dia nyuruh ke kanan sekilo, jauh banget kanannya, sampai gara-gara setan kita jadi ahli ibadah banget, sampai berada di sisi kiri nah itu udah terjebak¹⁴⁸.

Peneliti menemukan gaya bahasa antitesis, maksudnya yaitu gaya bahasa yang mengadakan perbandingan antara dua antonim. Gaya bahasa antitesis ini di tunjukkan pada kalimat berikut

cewek itu lebih jago menjaga mata dari pada cowok, cowok lebih jago menjaga lisan daripada cewek¹⁴⁹.

Lha ini enggak, kalau cewek diatas, cewek lebih expert dalam menjaga mata dibandingkan cowok, ini fitrahnya ya, cewek lebih baik walaupun ada yang kecolongan ya ada, tapi maksudnya secara umum cewek tuh lebih jago jaga mata dari pada cowok. Cowok lebih jago jaga mulut daripada cewek¹⁵⁰.

Disini walaupun diluar, instagramnya fulgar, kalau udah masuk masjid kan minimal agak sopan gitu ya, saya gak bilang gak berhijab¹⁵¹.

¹⁴⁶ Attaki, *Cerita Setan Nge-Distrack Manusia*, 8.04.

¹⁴⁷ Attaki, 10.03.

¹⁴⁸ Attaki, 15.08.

¹⁴⁹ Attaki, 1.30.

¹⁵⁰ Attaki, 1.08.

¹⁵¹ Attaki, 7.08.

building sana dengan building sini kan beda nih¹⁵².

Pada kalimat tersebut menunjukkan perbandingan antara pria dan wanita, sifat antara pria dan wanita. Berikutnya terdapat gaya bahasa repetisi yang menunjukkan perulangan pada kalimat yang diucapkan oleh Ustadz Hannan pada kutipan berikut

Lha ini enggak, kalau *cewek* diatas, *cewek* lebih expert dalam menjaga mata dibandingkan *cowok*, ini fitrahnya ya, *cewek* lebih baik walaupun ada yang kecolongan ya ada, tapi maksudnya secara umum cewek tuh lebih jago jaga mata dari pada *cowok*. *Cowok* lebih jago jaga mulut daripada *cewek*¹⁵³.

nih jarangkan *ustadz* buka kartu kan, bahaya karena ada *ustadz* yang jadi korban ada¹⁵⁴.

nangiss...., ceweknya nangiiiss.... senangis-nangisnya.

janganlah kalian mengikuti *langkah* setan, bukan jangan ikuti *langkah* setan, tapi jangan ikuti *langkah-langkah* setan¹⁵⁵.

Ustadz Hannan memberikan penekanan pada perulangan kata yang telah peneliti garis bawah, yang maksud dari perulangan kata tersebut bertujuan untuk menegaskan sebuah makna. Berikutnya dalam dakwah Ustadz Hannan, ia juga menggunakan gaya bahasa asindeton yang merupakan gaya bahasa yang berupa acuan di mana beberapa kata, frase, klausa yang sederajat tidak dihubungkan dengan kata sambung, yang di kutip dsebagai berikut

ujung-ujungnya apa? Zinah, membunuh, syirik, gara-gara apa¹⁵⁶.

¹⁵² Attaki, 2.39.

¹⁵³ Attaki, pada menit ke 1.08.

¹⁵⁴ Attaki, 8.32.

¹⁵⁵ Attaki, 9.33.

¹⁵⁶ Attaki, 9.07.

cuman beliau ini nih yang sholeh, paling amanah, paling baik, bukan ustadz biasalah, ustadz legend lah ya¹⁵⁷.

Pada kalimat tersebut, Ustadz Hannan tidak memberikan kata sambung pada kalimat yang di ucapkannya. Kemudian selain menggunakan gaya bahasa asindenton, Ustadz Hannan juga menggunakan gaya bahasa polisindenton yang maknanya kebalikan dari asindenton. Berikut adalah kutipan kalimat dari dakwah Ustadz Hannan yang menunjukkan gaya bahasa polisindenton

dalam keadaan pembunuh, pezinah, pembohong, dan syirik¹⁵⁸.

Disini Ustadz Hannan memberikan kat sambung yaitu “dan” pada kaimat diatas.

3. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna

Gaya bahasa eplipsis juga terdapat dalam dakwah Ustadz Hannan Attaki, yang dimana kalimat pada gaya bahasa ini menghilangkan suatu unsur kalimat dengan mudah dan daapt diisi atau ditafsirkan oleh *mad'u*, yang ditunjukkan pada kutipan berikut

jangan memandang Ustadz itu sempurna, karena Ustadz juga manusia, Ustadz juga manu....¹⁵⁹

¹⁵⁷ Attaki, 12.04.

¹⁵⁸ Attaki, 26.09.

¹⁵⁹ Attaki, 6.28.

Penjelasan dari kalimat tersebut sudah dapat dipahami oleh mad'u karena pada kalimat sebelumnya Ustadz Hannan telah mengucapkan kata *Usadz juga manusia*.

Berikutnya selain jenis bahasa retorik, gaya bahasa kiasan terdapat pada dakwah Ustadz Hannan Attaki. Berikutnya merupakan gaya bahasa metafora, maksudnya yaitu semacam analogi yang membandingkan dua hal secara langsung, namun dalam bentuk yang singkat, yang ditunjukkan pada kalimat berikut.

ilmu itu lebih dari istri buat beliau¹⁶⁰.

Tabel 4.1

Gaya Bahasa Ustadz Hannan Attaki

NO.	Jenis Gaya Bahasa	Gaya Bahasa	Temuan Peneliti	Keterangan
1.	Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata	Gaya Bahasa Percakapan	Jangan sampai kita ternina bobok kan hanya dengan hadir ta'lim, udah gitu enggak ada tugas lain.	Gaya bahasa tersebut lugas dan mudah untuk dipahami oleh para pendengar
			Kalau di masjid kayak ga ada challenge nya, duduk dengerin, se negative- negativanya akhlak kita d masjid apa? Ketiduran, itu juga masih gak dosa, Cuma kayak malu aja gitu, datang ke masjid langsung sakinah.	Gaya bahasa tersebut lugas dan mudah untuk dipahami oleh para pendengar

¹⁶⁰ Attaki, 13.06.

jangan dianggap remeh tersenyum juga udah kebaikan yang luar biasa, tersenyum doang tapi jangan salah sasaran.

Gaya bahasa tersebut lugas dan mudah untuk dipahami oleh para pendengar

“bebas, yang kamu udah lancar aja, atau kalau mis kamu ngantuk, aku aja yang baca mewakili kamu hehehe.

Gaya bahasa tersebut lugas dan mudah untuk dipahami oleh para pendengar

Nah ini namanya modus, jangan di follow yang kayak gitu-gitu.

Gaya bahasa tersebut lugas dan mudah untuk dipahami oleh para pendengar

2. Gaya Bahasa Paralelismes Berdasarkan Struktur Kalimat

chat sampek jam 12 malem, chatnya pelan-pelan. Ayat dulu yang di keluarin, hadist, lama-lama nasehat.

Kalimat tersebut menunjukkan gaya bahasa yang berusah mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frase-frase yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama

Mulai... ke tengaaah.. ujung-ujungnya ke kiri, itu terjadi. Berapa lama dari sini kesini (kanan ke kiri), bisa seminggu, bisa sebulan, bisa setahun, yang jelas usaha dari sini ke sini tuh (kanan ke kiri) seumur hidup kita dia usahain terus sama si

Kalimat tersebut menunjukkan gaya bahasa yang berusah mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frase-frase yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama

setan tuh, dia gak akan berhenti.

dia enggak akan langsung nyuruh langkah ke kiri, dia nyuruh ke kanan sekilo, jauh banget kanannya, sampai gara-gara setan kita jadi ahli ibadah banget, sampai berada di sisi kiri nah itu udah terjebak.

Kalimat tersebut menunjukkan gaya bahasa yang berusah mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata-kata atau frase-frase yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama

Antitesis

cewek itu lebih ja menjaga mata dari pa cowok, cowok lebih ja menjaga lisan daripada cewek.

Gaya bahasa tersebut merupakan perbandingan antara dua antonim.

Lha ini enggak, kalau cewek diatas, cewek lebih expert dalam menjaga mata dibandingkan cowok, ini fitrahnya ya, cewek lebih baik walaupun ada yang kecolongan ya ada, tapi maksudnya secara umum cewek tuh lebih jago jaga mata dari pada cowok. Cowok lebih jago jaga mulut daripada cewek

Gaya bahasa tersebut merupakan perbandingan antara dua antonim.

Disini walaupun dilu instagramnya udah masuk masjid k minimal agak sopan gitu y saya gak bilang g berhijab.

Gaya bahasa tersebut merupakan perbandingan antara dua antonim

building sana dengan Gaya bahasa
building sini kan beda tersebut merupakan
nih perbandingan
antara dua antonim.

Repetisi Lha ini enggak, kalau *cew* Gaya bahasa
diatas, *cewek* lebih exp repetisi ini
dalam menjaga ma menunjukkan
dibandingkan *cowok*, i perulangan pada
fitrahnya ya, *cewek* let kalimat yang di
baik walaupun ada ya ucapkan oleh
kecolongan ya ada, ta Ustadz Hannan,
maksudnya secara umu dengan tujuan
cewek tuh lebih jago ja untuk mempertegas
mata dari pada *cowo* makna yang ada
Cowok lebih jago ja dalam kalimat
mulut daripada *cewek*. tersebut.

nih jarangkan *ustadz* bu Gaya bahasa
kartu kan, bahaya kare repetisi ini
ada *ustadz* yang jadi korb menunjukkan
ada. perulangan pada
kalimat yang di
ucapkan oleh
Ustadz Hannan,
dengan tujuan
untuk mempertegas
makna yang ada
dalam kalimat
tersebut.

nangiss...., ceweknya Gaya bahasa
nangiiiiss.... senangis- repetisi ini
nangisnya. menunjukkan
perulangan pada
kalimat yang di
ucapkan oleh
Ustadz Hannan,
dengan tujuan
untuk mempertegas
makna yang ada
dalam kalimat
tersebut.

janganlah kalian mengiku Gaya bahasa
langkah setan, bukan repetisi ini

jangan ikuti *langkah* seta menunjukkan
tapi jangan ikuti *langkah-* perulangan pada
langkah setan. kalimat yang di
ucapkan oleh
Ustadz Hannan,
dengan tujuan
untuk mempertegas
makna yang ada
dalam kalimat
tersebut.

Asindenton ujung-ujungnya apa? Zina Gaya bahasa
membunuh, syirik, ga asindenton ini
gara apa. berupa acuan
dimana beberapa
kata, frase, klausa
yang sederajat tidak
dihubungkan
dengan kata
sambung.

cuman beliau ini nih Gaya bahasa
yang sholeh, paling asindenton ini
amanah, paling baik, berupa acuan
bukan ustadz biasalah, dimana beberapa
ustadz legend lah ya. kata, frase, klausa
yang sederajat tidak
dihubungkan
dengan kata
sambung.

Polisindeton dalam keadaan pembun Gaya bahasa
pezinah, pembohong, d polisindeton ini
syirik. merupakan
kebalikan dari
asindenton, yitu
berupa acuan
dimana beberapa
kata, frase, klausa
yang sederajat
dihubungkan
dengan kata
sambung, seperti
kalimat disamping
yang menggunakan

		kata penghubung yaitu “dan”.
3.	Gaya Bahasa Eplisis Berdasarkan Tidak Langsungnya Makna	jangan memandang Ustaz kalimat pada ga itu sempurna, kare bahasa i Ustadz juga manus menghilangkan su Ustadz juga manu.... unsur kalimat deng mudah dan daapt di atau ditafsirkan ol mad’u.
	Metafora	ilmu itu lebih dari istri semacam analogi buat beliau yang membandingkan dua hal secara langsung, namun dalam bentuk yang singkat, yang ditunjukkan pada kalimat berikut.

Berdasarkan tabel diatas, terdapat beberapa gaya bahasa yang di temukan oleh peneliti dalam dakwah Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube. Gaya bahasa yang santau, lugas dan mudah di pahami menjadi salah satu ciri khas Ustadz Hannan dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Maka menurut teori yang terdapat di dalam buku Diksi dan Gaya Bahasa Gorys Keraf mengenai jenis-jenis gaya bahasa, dalam dakwah Ustadz Hannan Attaki terdapat beberapa gaya bahasa percakapan untuk pilihan kata supaya mudah untuk dipahami oleh pendengar, pada gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat terdapat gaya bahasa paralelisme, antitesis, repetisi, asindenton dan polisidenton, selanjutnya pada jenis gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna terdapat gaya bahasa eplisis dan metafora.

2. Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki di chanel youtube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia”

Gaya gerak tubuh adalah salah satu bentuk isyarat yang harus diperhatikan oleh seorang *da'i*. Jika seorang *da'i* menunjukkan sikap badan yang tidak sepatutnya di depan khalayak, maka akan muncul penafsiran negatif dari para khalayak dan begitu pula juga dengan sebaliknya. Gerak tubuh mampu menguatkan ucapan bagi seorang pembicara.

Dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hannan Attaki beserta tim, bergerak secara menyeluruh dikalangan anak muda. Dakwah tidak terfokuskan dengan kajian di dalam masjid saja, namun juga aktif terjun secara langsung kedalam kelompok-kelompok anak muda yang menjadi sasaran dakwahnya. Maka tidak heran jika tempat-tempat yang dipilih oleh Ustadz Hannan Attaki dan tim diadakan di wilayah nongkrong anak-anak muda tersebut, tidak jarang juga di wilayah atau tempat wisata di Bandung atau taman-taman kota¹⁶¹.

Gerakan dakwah untuk mengajak anak muda ini dilakukan bukan hanya pada saat ada kegiatan kajian saja, namun setiap individu dalam tim manajemen Ustadz Hannan Attaki memiliki kewajiban-kewajiban untuk tetap mensyi'arkan agama Islam kepada setiap umat muslim.

Beruntungnya shift itu, kalau untuk dakwah perseorangan, kita punya Nabi-nabinya (orang-orang yang paling berpengaruh di komunitasnya). Jadi kita punya satu orang yang menggerakkan banyak orang. Dari situ akhirnya banyak telinga yang mulai mendengar tentang kami dan akhirnya ikut¹⁶²

Tim manajemen Ustadz Hannan Attaki berpendapat bahwa ketika mereka mau menjadi teman nongkrong yang menyenangkan untuk mereka mau menjadi teman

¹⁶¹ Umroh, "Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attai Melalui 'Shift' Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)," 107.

¹⁶² Kang Inong, Wawancara melalui media virtual, Media Virtual, Agustus 2022.

nongkrong yang menyenangkan untuk mereka, maka kenyamanan akan segera hadir, dan ketika sudah merasa nyaman dengan anggota shift, maka dakwah ataupun hal-hal baik akan mudah untuk tersampaikan, karena mereka sudah mau membuka hatinya untuk siap menerima hidayah yang akan datang.

Kami memang berhjrah, tapi kita tetap anak geng, anak nongkrong, gak ada yang sampai putus tali silaturahmi, kan ngak baek juga. Cuma kita juga gimana caranya jad temen yang asik, gak ngeselin, gak gitu caranya. Kita ada kelastarbiyah, khusus anggota. Disana kita banyak belajar untuk tau kapan harus pake gamis, kapan harus pake topi *kupluk* kayak gini¹⁶³.

Setelah tim Ustadz Hannan Attki mengetahui dan memahami sasaran dakwahnya, terkait karakter dan ciri khas dari masing-masing komunitas. Komunitas-komunitas ini dalam bahasa mereka, disebut dengan istilah *street culture*. Arti dari *street culture* sendiri adalah sebuah budaya yang muncul akibat gejala globalisasi yang kebanyakan didominasi oleh anak muda. Budaya ini identik dengan anak-anak motor, anak punk, anak jalanan penggemar musik indie atau lebih dikenal dengan musik kebebasan berpendapat.

Anggota-anggota tim manajemen Ustadz Hannan Attaki atau shift juga terlahir dari kelompok *street culture*, ini yang melatar belakangi dakwah Ustadz Hannan Attaki tidak terlepas dari *street culture*, karena penggagas shift awalnya memang dilahirkan dari dunia jalanan maka sistem dakwah yang dikemas haruslah mempunyai ciri khas yang dapat menggambarkan dunianya. Dengan menggunakan *street culture* dalam berdakwah, maka mereka dapat merasakan “ini gue banget nih” hal itulah yang menjadi alasan utama bagi mereka untuk ikut bergabung dan

¹⁶³ Teddy, Wawancara melalui media virtual, Media Virtual, Agustus 2022.

minimal mencintai Islam terlebih dahulu dari sisi toleransinya pada dunia yang sedang mereka perankan.

Proses dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hannan Attaki selama ini selalu berkarakter *street culture*, yang ditunjukkan pada saat dakwah, busana yang digunakan oleh Ustadz Hannan Ataki cenderung tidak menggunakan baju koko ataupun gamis yang menunjukkan dirinya sebagai Ustadz , namun Ustadz Hannan Attaki lebih memilih menggunakan kaos atau kemeja santai yang tidak terkesan kaku, dengan menggantikan peci dengan topi. Mereka mencoba menanamkan idealisme yang mereka punya dengan cara sederhana, yaitu dengan apa yang terlihat.

Dalam dakwah Ustadz Hannan Attaki pada video di media sosial youtube ini tidak hanya menggerakkan tangan saja, tapi juga sesekali menggerakkan babannya untuk memberikan contoh pada setiap apa yang di katakannya yang bertujuan untuk memberikan penekanan pada pesan dakwahnya. Pada tabel berikut ini, peneliti menemukan data gaya gerak tubuh pada dakwah Ustadz Hannan Attai di media sosial youtube.

Tabel 4.2

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki

No.	Ya Gerak Tubuh	Data
1.	Kontak Mata	1. Pandangan mata menatap keseluruhan mad'u, ke kanan, ke kiri
2.	Ekspresi Wajah	1. Tersenyum 2. Memejamkan mata

- 3. Gestur
 - 1. Menggerakkan tangan
 - 2. Menggerakkan badan
 - 3. Mengerutkan alis
- 4. Gerak
 - 1. Duduk
 - 2. Tenang
- 5. Penampilan Fisik
 - 1. Sopan
 - 2. Rapih

1. Kontak Mata

Gambar 4.1
Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 0.47



Gambar 4.2
Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 0.23



Dalam dakwahnya, Ustadz Hannan Attaki yang fokus menatap seluruh mad'u yang menandakan bahawa pembicara memperlihatkan kepeduliannya

sehingga audien mudah diyakinkan. Dengan menatap mad'u atau lawan bicara, seorang pembicara mengungkapkan bahwa ia menghargai dan menghormati semua mad'u yang hadir pada kajian tersebut.

2. Ekspresi Wajah

Gambar 4.3

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 2.48



Gambar 4.4

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 4.04



Gambar 4.5

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 3.25



Pada bagian ekspresi wajah, yang dimana mencakup pergerakan mata, alis, dahi dan mulut. Ekspresi wajah sangat membantu dalam menciptakan suasana yang diinginkan oleh pembicara. Hal ini dapat mempengaruhi sentuhan langsung ke jiwa para pendengar, sehingga emosi pendengar juga ikut serta. Pada gambar 4.3 Ustadz Hannan Attaki menggerakkan mulutnya dengan tersenyum kepada *mad'u* untuk mencairkan suasana dan kemudian di ikuti oleh para *mad'u* yang juga di tunjukkakan pada kaimat berikut.

Saya enggak ngomong negativnya ya, saya ngomong positifnya aja

Pada gambar 4.4 Ustadz Hannan terlihat mengerutkan alis yang memberikan makna keseriusan dalam pesan dakwahnya yang di tunjukkan pada potongan kalimat berikut.

Enggak ada orang lain yang mereka percaya kecuali seorang ahli ibada di Negeri itu

Berikutnya pada gambar 4.5 terlihat Ustadz Hannan Attaaki memejamkan matanya yang bertujuan untuk memberikan penegasan dalam dakwahnya yang juga di tunjukkan pada kalimat berikut

datang ke masjid langsung sakinah

3. Gestur

Gambar 4.6

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 0.42



Gambar 4.7

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 2.40



Gestur adalah gerakan tangan atau tubuh untuk menyatakan ekspresi. Gestur juga dapat digunakan untuk mengisyaratkan, mendeskripsikan, menegaskan dan perasaan pada hal tertentu. Pada gambar 4.6 Ustadz Hannan Attaki mempraktekkan gaya tertidur yang bertujuan untuk memberikan isyarat pada mad'u. Pada gambar 4.7 Ustadz Hannan memberikan isyarat menutup mulutnya pada kutipan kalimat berikut.

Kalau cewek bisa menjaga pandangannya tapi susah untuk menjaga lisannya

4. Gerak

Gambar 4.8

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 1.20



Gambar 4.9

Gaya Gerak Tubuh ustadz Hannan Attaki pada menit ke 5.35



Gerak yang dimaksud adalah gerak tubuh keseluruhan, seperti ketika duduk, berdiri dan berjalan. Dalam kegiatan dakwah, gerakan seorang pembicara haruslah proporsional. Pada gambar di atas menunjukkan bahwa pada saat bedakwah, Ustadz Hannan Attaki memilih untuk duduk dan menyampaikan pesan-pesan dakwahnya dengan tenang dan sopan, serta tidak terlalu banyak memberikan gerak tubuh yang berlebihan pada saat dakwah.

5. Penampilan Fisik

Gambar 4.10

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 1.23



Gambar 4.11

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki pada menit ke 3.10



Dalam bagian ini menjelaskan tentang pakaian atau busana yang digunakan oleh Ustadz Hannan Attak. Penampilan pembicara tentu memberikan suasana yang berbeda dihadapan para pendengar. Penampilan fisik dapat mempengaruhi sukses tidaknya aktivitas dakwah. Pada gambar yang di tunjukkan diatas, menunjukkan bahwa Ustadz Hannan Attaki menggunakan pakaian batik yang rapih berwarna merah tua yang dikombinasi dengan warna biru muda, selain itu Ustadz Hannan tidak menggunakan peci namun memilih menggunakan topi sebagai penggantinya.

Beberapa gambar diatas merupakan gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki saat menyampaikan dakwahnya di media sosial youtube. Mulai dari ekspresi wajah yang digunakan, gestur, gerak tubuh, penampilan fisik dan kontak mata yang dapat memperteguh, menekankan komunikasi verbal. Sehingga mad'u memahami dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hannan Attaki.

B. Analisis Data Tentang Gaya Bahasa dan Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hannan Attaki di Media Sosial Youtube

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teori gaya bahasa dari Gorys Keraf. Teori ini berbicara tentang gaya bahasa atau dapat disebut dengan cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa serta kepribadian penggunaan bahasa¹⁶⁴. Pada teori gaya bahasa menjelaskan secara singkat bahwa gaya bahasa adalah cara menggunakan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian seorang pembicara. Suatu gaya bahasa yang baik dan benar harus mengandung tiga unsur yaitu, kejujuran, sopan-santun, dan menarik¹⁶⁵.

Pengertian yang tersirat dalam sebuah kata itu mengandung makna bahwa setiap kata mengungkapkan sebuah gagasan atau sebuah ide. Atau dengan kata lain, kata-kata merupakan penyalur gagasan yang akan disampaikan kepada orang lain. Jika kita menyadari bahwa kata-kata adalah sebuah alat penyaluran gagasan, maka hal itu berarti semakin banyak kata yang dikuasai seseorang, semakin banyak pula ide atau gagasan yang dikuasainya dan yang sanggup di ungkapkannya¹⁶⁶. Hal ini seperti yang dilakukan oleh Ustadz Hannan Attaki dan tim shift dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, dengan berbagai cara serta strategi dalam mengelolah kata dan kalimat yang dimana dapat langsung menyentuh diri khalayak dan membuat pendengar tertarik dengan pesan dakwah yang disampaikan, terlebih ustadz Hannan Attaki memilih menggunakan bahasa-bahasa yang mencerminkan anak muda, dengan pilihan-pilihan kata yang sering digunakan anak muda serta

¹⁶⁴ Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, 133.

¹⁶⁵ Keraf, 113.

¹⁶⁶ *Ibid.*, 21.

sasaran dakwah juga merupakan anak muda, maka proses dakwah dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan.

Ketika seseorang mengatakan “Banjir !” timbullah reaksi dalam pikiran kita bahwa adanya air yang menggenangi suatu tempat atau daerah. Sedangkan makna atau isi adalah reaksi yang timbul pada orang yang mendengar. Reaksi yang muncul itu dapat berwujud pengertian atau tindakan atau bahkan kedua-duanya. Karena dalam berkomunikasi kita tidak hanya berhadapan dengan “kata” yang menggenangi sebuah daerah atau tempat. Sedangkan reaksi yang timbul pada orang yang mendengar itu adalah makna atau isi, namun dengan suatu kata yang mendukung suatu amanat. Maka ada beberapa unsur yang terkandung dalam ujaran kata yaitu: pengertian, perasaan, nada dan tujuan¹⁶⁷.

Seperti yang dijelaskan diatas, peneliti menemukan bahwa Ustadz Hannan Attaki dalam dakwahnya lebih memilih gaya bahasa yang santai, gaul, yang mengandung kiasan serta humor-humor didalamnya, hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada para mad'u nya yang mayoritas adalah anak muda. Bahasa-bahasa pilihannya juga cenderung yang sering digunakan anak muda saat ini, seperti percampuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Dengan pilihan-pilihan kata yang demikian. Selain itu memberikan contoh kisah Rasul atau cerita-cerita yang ada di dalam Hadist yang berhubungan dengan kehidupan atau masalah yang terjadi pada anak muda saat ini. Agar dakwah tidak terkesan kaku dan serius,

¹⁶⁷ Ibid., 25.

Ustadz Hannan menggunakan gaya bahasa humoris dalam setiap dakwahnya agar terasa santai dan tidak membosankan.

Gaya gerak tubuh dalam aktivitas berpidato *public speaking* berguna untuk memberikan stimulus respon berupa tindakan, baik berupa gerakan tubuh tertentu, seperti halnya menggerakkan kepala, tangan dan jari, atau berupa gerak gestur, seperti mimik wajah dan juga ekspresi wajah, sehingga membantu menambah keberhasilan pesan yang disampaikan oleh pembicara. Gerakan tubuh merupakan salah satu contoh komunikasi non-verbal yang mengisyaratkan kondisi emosional, mental dan fisik dengan menggunakan gerakan tubuh yang dilakukan secara sadar atau tidak¹⁶⁸. Hal ini ditemukan pada dakwah Ustadz Hannan Attaki ketika peneliti mengamati dakwah Ustadz di media sosial youtube. Pada dakwahnya, Ustadz Hannan menggunakan gerakan-gerakan seperti menutup mata, mempraktekkan gaya tidur, menutup mulut, menutup mata sebagainya dengan tujuan untuk mepertegas apa yang dikatakannya.

Fungsi gerak fisik dalam komunikasi digunakan untuk tiga hal, yaitu menyampaikan makna, menarik perhatian dan menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat. Gerak fisik dapat digunakan untuk menggambarkan ukuran atau bentuk sesuatu. Contohnya seperti ketika kita menjelaskan kepada orang lain tentang ciri dari orang yang lebih pendek dari kita, kita akan mengangkat tangan kita untuk memberikan isyarat bahwa orang yang kita cirikan lebih tinggi. Biasanya gerakan seperti itu disebut isyarat deskriptif (*descriptive gestures*).

¹⁶⁸ Nikitina, "Successful Public Speaking," 20.

Contoh lagi ketika kita mengepalkan tinju untuk melawan, gerakan seperti itu disebut dengan isyarat emfatik (*emphatic gesture*)¹⁶⁹.

Atau menggunakan isyarat-isyarat yang lazim dalam kebudayaan kita. Seperti mengacungkan ibu jari untuk menunjukkan “hebat”. Menghadapkan kedua telapak tangan ke atas untuk memohon atau berdoa. Menggelengkan kepala untuk menyatakan “tidak”, dan seterusnya. Isyarat seperti itu disebut dengan tradisional (*tradisional gesture*).

Gerak tubuh seorang orator saat berpidato akan melibatkan para pendengar untuk bergerak juga. Pendengar akan merasakan apa yang pembicara rasakan. Bagi seorang pembicara, gerak fisik dapat menyalurkan energi tambah dalam tubuhnya, dengan demikian gerak tubuh dapat mengurangi kecemasan dan meningkatkan kepercayaan diri seorang pembicara pada saat di depan umum¹⁷⁰.

Hal tersebut juga terdapat pada dakwah Ustadz Hannan Attaki yang telah diamati oleh peneliti di media sosial youtube. Ketika Ustadz Hannan Attaki mengatakan kalimat yang terdapat pembahasan humoris dan tersenyum, tanpa sadar atau tidak sadar para mad'u mengikuti gerakan tersebut, ketika tangan Ustadz Hannan Attaki mengarah keatas, pandangan mad'u juga mengikuti gerakan yang dilakukan oleh Ustad Hannan Attaki. Hal ini membuktikan bahwa mad'u sedang fokus dan memperhatikan apa yang sedang di ucapkan oleh pembicara yaitu Ustadz Hannan Attaki.

¹⁶⁹ Rakhmat, *Retorika modern pendekatan praktis*, 86.

¹⁷⁰ *Ibid.*, 87.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dan hasil analisis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gaya bahasa Ustadz Hannan Attaki yang digunakan di media sosial youtube episode “ Cerita Setan Nge-Distrack Manusia” adalah gaya bahasa gaul, gaya bahasa gaul merupakan ragam nonstandart bahasa Indonesia yang lazim di Jakarta pada tahun 1980-an hingga abad ke-21 ini yang menggantikan bahasa prokem yang lebih lazim pada tahun-tahun sebelumnya, ragam ini awalnya diperkenalkan oleh generasi muda yang mengambilnya dari kelompok waria dan masyarakat terpinggir lainnya. Berikutnya gaya bahasa kiasan yaitu penggunaan kiasan untuk meningkatkan efek pernyataan, seperti menceritakan kisah-kisah yang terdapat dalam Hadist, dan memberikan contoh pada realitas di kehidupan nyata. Berikutnya gaya bahasa humoris, yaitu salah satu bentuk mengekspresikan diri dalam berkomunikasi yang disampaikan melalui lisan, yang bertujuan untuk menghibur lawan bicara atau pendengar.
2. Pada awal dakwahnya, Ustadz Hannan memilih untuk berdakwah kepada orang yang memang sudah shaleh, namun setelah melihat bahwa negara yang masuk merupakan tugas dan tanggung jawab anak-anak muda saat ini,

maka mulai dari situlah Ustadz Hannan Attaki memulai untuk mengajak anak-anak muda untuk berhijrah, dengan cara yang baik pula yang sesuai dengan kepribadian anak muda. Ustadz Hannan tidak segan untuk ikut masuk dalam kehidupan anak muda, mulai dari mengikuti kebiasaan anak muda, mencari tahu lagu favorit anak muda saat ini, mencari tahu tempat nongkrong yang saat ini sering menjadi tempat berkumpul anak-anak muda hingga mencari tahu fashion anak muda dengan tujuan dapat membaaur dan mengerti watak anak muda saat ini, sehingga dapat dengan muda masuk kedalam *circle* anak muda tanpa terkesan *nyebelin*.

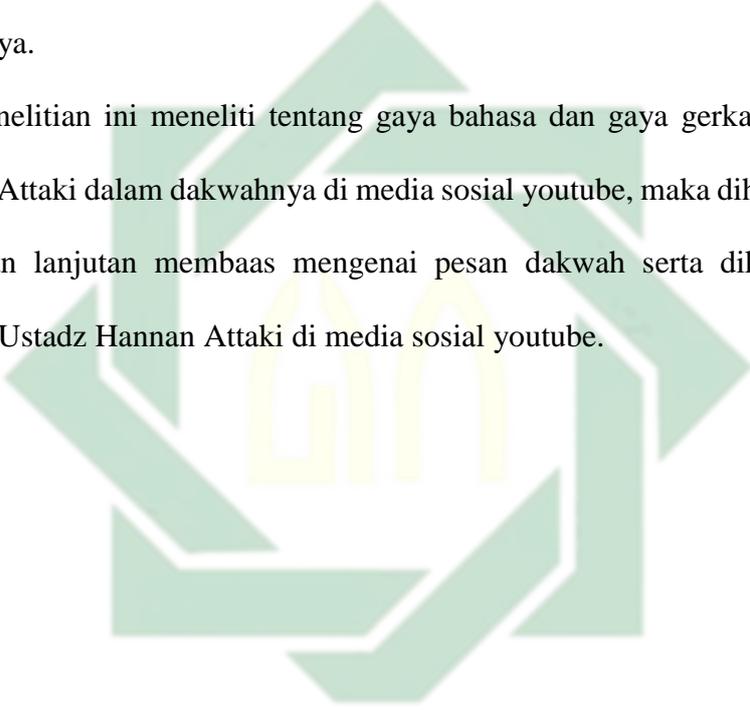
3. Gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube episode “Cerita Setan Nge-Distrack Manusia” menunjukkan gaya gerak tubuh dengan penampilan fisik menggunakan kemeja batik berwarna cerah yang di kombinasikan dengan topi hitam. Ekspresi wajah menunjukkan ketenangan, sesekali tersenyum dan mengerutkan alis untuk menegaskan pesan dakwahnya. Selain itu juga memberikan gestur yang meliputi gerakan tangan dan gerakan badan serta kontak mata untuk mempertegas dan menekankan komunikasi verbalnya.

B. Saran

1. Gaya gerak tubuh merupakan hal yang harus di perhatikan dalam berdakwah. Ketika dakwah menggunakan terlalu banyak gerak tubuh dapat memberikan efek buruk pada respon dari maad'u dan sebaliknya jika gerak tubuh seorang *da'i* sangat minim atau sedikit, dapat memberikan efek bosan bagi para pendengarnya,

oleh sebab itu keseimbangan dalam gaya gerak tubuh dalam dakwah sangat diperlukan bagi seorang *da'i*. Selain itu ekspresi wajah juga menjadi salah satu hal yang perlu di perhatikan, sama halnya dengan gaya gerak tubuh, jika ekspresi wajah minim dan belum dapat menggambarkan apa yang disampaikan, maka pesan yang di sampaikan terasa biasa saja dan tidak mengena pada *mad'u* serta sebaliknya.

2. Pada penelitian ini meneliti tentang gaya bahasa dan gaya gerak tubuh Ustadz Hannan Attaki dalam dakwahnya di media sosial youtube, maka diharapkan untuk penelitian lanjutan membahas mengenai pesan dakwah serta diksi yang pada dakwah Ustadz Hannan Attaki di media sosial youtube.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. Dinar Annisa. "Peran Hannan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video 'Kangen' Di Youtube)." *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* 07 (2018).
- Ahmad, Nur. "TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI DAN INFORMASI: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi di Jalan Dakwah." *ADDIN Media Dialektika Ilmu Islam* 08 (2014).
- Al-Juburi, Noor Othman Adday, dan Riyadh Tariq Kadhim Al-Ameed. "A Contrastive Rhetoric Analysis of Morality in Religious Contexts of Jesus Christ and Imam Ali." *Review of International Geographical Education* 11 (2021).
- Alyusi, Shiefti Dyah. *Media Sosial Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Jakarta: KENCANA, 2016.
- Amin, Wahidin Saputra. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Aamzah, t.t.
- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Ardiansyah, Moch. Ferdy. "Analisis Retorika Basuki Tjahaja Purnama Dalam Kampanye Rakyat Pemilihan Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta Di Rumah Lembang 2017(Kajian Retorika Aristoteles)" 01 (2012). <https://media.neliti.com/media/publications/243606-analisis-retorika-basuki-tjahaja-purnama-fcd5cbbd.pdf>.
- Asiyah, Siti. "Public Speaking an Kontribusinya Terhadap Kompetensi Dai." *Jurnal Ilmu Dakwah* 37 (Juli 2017).
- As-Suyuthi, Jalaluddin. *Al-Fathul Kabri*. Vol. 2. Beirut: Darul Fikr, 2003.
- As-Syaibani, Nashrullah bin Muhammad. *Al-Jami' Al-Kabir fi Shina'atill Mandzum minal Kalam wal Mantsur*. Ma'ma' ilmi, 1375.
- Attaki, Hannan. *Cerita etan Nge-Distrack Manusia*, 2022.
- Aziz, Ali. *Ilmu Ddakwah Edisi Rrevisi*. 6 ed. Jakarta: Kencana, 2017.
- . *Public Speaking Gaya dan Teknik Pidato Dakwah Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Carter, Pippa, dan Norman Jackson. "For The Sake of Argument: Towards an Understanding of Rhetoric as Poces." *Journal of Management Studies* 14 (t.t.).
- Darmawan, Andi. *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Lesfi, 2002.
- Dewi, Fitriana Utami. *Public Speaking kunci Sukses Bicara Didepan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Fikry, Ali. *Respresentasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia*. Vol. 5. 3. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora, 2020.
- Goman, Carol Kinsey. *The silent language of leaders: how body language can help-or hurt-how you lead*. 1st ed. San Francisco: Jossey-Bass, 2011.
- Hajjaj, Muslim bin. *Sahih Muslim*. Vol. 2. Turki: Dar al-Amiroh, 1334.
- Hakim, Hariri. Wawancara melalui media virtual. Media Virtual, Agustus 2022.
- Hasanah, Umdatul. *Retorika Dakwah Kontemporer*. Banten: Media Madani, 2020.
- Hendrikus, Dori Wuwur. *Retorika*. Yogyakarta: Kanisius, 1991.

- Hermawan, Agus. *Retorika Dakwah*. Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus, 2018.
- . *Retorika Dakwah*. Kudus: An-Nuur, 2018.
- HP, Achmad, dan Alek Abdullah. *Linguistik Umum*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2010.
- Ishaq, Ropingi el. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Malang: Madani, 2016.
- Kang Inong. Wawancara melalui media virtual. *Media Virtual*, Agustus 2022.
- Keraf, Gorys. *Diksi Dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- . *Diksi dan gaya bahasa: komposisi lanjutan I*. Jakarta, Indonesia: Gramedia, 2009.
- Kismindar, Fani. Wawancara Pada Tim Sekertaris. Wawancara Media Virtual, Agustus 2022.
- Littlejohn, Stephen W, dan Keren A Foss. *The Theories of Human Communication Thent Edition*. America: Waveland Press, 2011.
- Luhukay, Marsefio. S. “Presiden SBY dan Politik Pencitraan : Analisis Teks Pidato Presiden SBY dengan Pendekatan Retorika Aristoteles.” *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA* 01 (2007).
- Millah, Asep Saeful, and, Solahudin, Dindin, and Bahrudin. “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 3 (2018).
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Morissan. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group, 2013.
- Mulyanto, Agus. “E-Dakwah Sebagai Alternatif Media Dakwah.” *Kaunia* II (2006).
- Nanda, Lydia. “Interpretasi Khalayak Terhadap Retorika Politisi Dalam Televisi, Studi Kasus Narasumber ‘Apa Kabar Indonesia’ TV One.” Universitas Indonesia, 2012.
- Natanael, Edward, dan Cosmas Gatot. “Konstruksi Gaya Retorika Fredrich Yunadi (Analisis Retorika Aristoteles Program Televisi Catatan Najwa Edisi ‘Setia Pengacara Setya’).” *Jurnal Semiotika* 12 (2018).
- Nelson, Paul E., Scott Titsworth, Judy C. Pearson, dan Paul E. Nelson. *iSpeak: public speaking for contemporary life*. 2nd ed. Boston: McGraw-Hill Higher Education, 2009.
- Nikitina, Arina. “Successful Public Speaking.” *bookboon.com*, 2011.
- Pardianto. “Meneguhkan Dakwah Melalui New Media.” *Jurnal Komunikasi Islam* 03 (2013).
- Pernot, Laurent. “The Rhetoric of Religion.” *California Press* XXIV, no. 3 (2006).
- Rahman, Regi Raisa, Atjep Mukhlis, dan Acep Aripudin. “Retorika DakwahUstadz Evie Effendi di Video Youtube.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 04 (2019).
- Rakhmat, Jalalludin. *Retorika Modern*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, t.t.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika modern pendekatan praktis*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2000.

- . *Retorika Modern Pendekatan Praktis Berbicara di Depan Publik Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2021.
- Rozita, dan Charlina. “Rhetoric Ustadz Abdul Somad.” *JOM FKIP* 05 (2018).
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Perss, 2012.
- Siswa, Muh. “Penggunaan YouTube sebagai Electronic Public Relation Untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara.” *eJournal Ilmu Komunikas FISIP UNMUL* 03 (2015).
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media, 2015.
- Sulistiyarini, Dhanik, dan Anna Gustina Zainal. *Buku Ajar Retorika*. Banten: CV. AA Rizky, 2020.
- Sunarto, A. *Dakwah Networking*. Surabaya: Jaudar Press, 2018.
- . *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Penigkatan Kemampuan Berpidato)*. Surabaya: Jaudar Press, 2014.
- Susilowati. “TEKNIK RETORIKA DALAM NASKAH PIDATO NADIEM MAKARIM PADA HARI GURU NASIONAL 2019.” *Jurnal Trias Politika* 04 (2019).
- Syamsiyani. “Pemaknaan Hadis Oleh Hanan Attaki Dalam Dakwahnya di Youtube.” *Jurnal Living Hadis* 04 (2019).
- Tarigan, Henry Guntur. *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa, 2009.
- Teddy. Wawancara melalui media virtual. *Media Virtual*, Agustus 2022.
- Tim Penyempurnaan Terjemahan Al-Qur’an (2016-2019). *Al-Qur’an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019, 1--10*. Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur’an, Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur’an.
- . *Al-Qur’an dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan 2019, 11--20*. Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur’an, 2019.
- Umroh, Ulil Azmi. “Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attai Melalui ‘Shift’ Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein).” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019.
- Venus, Antar, Andi Pratama, Dadang Sugiana, dan Firdaus Noor. “Rhetoric Analysis and Intolerance Post in Social Media.” *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 6 (Februari 2019).
- Zaimami, Silvia, dan Charlina. “Gaya Bahasa Perbandingan Fahri Hamzah Dalam Acara Indonesia Lawyers Club.” *JURNAL TUAH Pendidikan dan Pengajaran Bahasa* 01 (2020).
- Zaini, Ahmad. “Dakwah Melalui Internet.” *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 01 (2013).