

**RETORIKA DAKWAH AFIV FATUR ROHMANIA
FINALIS AKSI INDOSIAR 2014 DALAM MEDIA YOUTUBE**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

OLEH :

**VENDY ROMADHONA
NIM. 1323102016**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

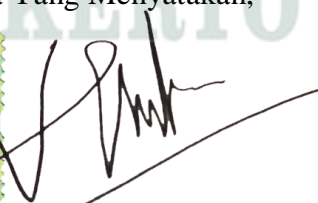
Nama : Vendy Romadhona
NIM : 1323102016
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul skripsi : “Retorika Dakwah Afiv Fatur Rohmania Finalis Aksi
Indosiar 2014 Dalam Media Youtube”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini, apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Desember 2020
Saya Yang Menyatakan,




Vendy Romadhona
Nim. 1323102016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**RETORIKA DAKWAH AFIV FATUR ROHMANIA FINALIS AKSI 2014
DALAM MEDIA YOUTUBE**

yang disusun oleh Saudara: **Vendy Romadhona**, NIM. **1323102016**, Program Studi **Komunikasi Penyiaran Islam** Jurusan **Penyiaran Islam**, Fakultas **Dakwah**, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: 14 Januari 2021, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,

Uus Uswatolah, S.Ag. MA.
NIP 197703042003122001

Sekretaris Sidang/Penguji II,

Siti Nurmahyati, S.Sos.I., M.S.I
NIP DOS-036

Penguji Utama,

Arsam, M.S.I.

NIP 197806122009011011

Mengesahkan,

Tanggal 14 Januari 2021

Dekan,

Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP 19691219 199803 1 001



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

IAIN Purwokerto

Di-

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari :

Nama : Vendy Romadhona

NIM : 1323102016

Jenjang : S-1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Judul Skripsi : “ **Retorika Dakwah Afiv Fatur Rohmania Finalis Aksi Indosiar 2014 Dalam Media Youtube**”

saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). demikian atas perhatiannya, kami sampaikan terimakasih

wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 25 Desember 2020

Pembimbing



Uus Uswatusolihah, MA

NIP.19770304 200312 2 001

RETORIKA DAKWAH AFIV FATUR ROHMANIA FINALIS AKSI INDOSIAR 2014 DALAM MEDIA YOUTUBE

Vendy Romadhona
Nim. 1323102016

ABSTRAK

Retorika sering disamakan dengan public speaking, yaitu suatu bentuk komunikasi lisan yang disampaikan kepada sekelompok orang banyak, tetapi sebenarnya retorika itu tidak hanya sekedar berbicara dihadapan umum, melainkan merupakan suatu gabungan antara seni berbicara dan pengetahuan suatu masalah tertentu untuk meyakinkan pihak orang yang banyak melalui pendekatan persuasif.

Pemahaman pelaku dakwah tentang retorika menjadi perkara yang penting disamping penguasaan konsepsi Islam dan pengamalannya, keberhasilan dakwah juga sangat ditentukan oleh kemampuan komunikasi sang muballigh atau da'i terhadap jamaah yang menjadi objek dakwah.

Penelitian ini mengangkat masalah bagaimana retorika dakwah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania finalis aksi Indosiar 2014 yang meliputi gaya bahasa dan bahasa tubuh ketika berdakwah di video youtube. Untuk mengetahui persoalan tersebut secara mendalam digunakan metode kualitatif teks melalui audio visual yang diteliti di youtube.

Adapun kesimpulan atau hasil dari penelitian ini yaitu Penerapan retorika dakwah dalam tausyiah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania adalah: (1) Retorika Ustadzah Afiv Fatur Rohmania Olah Verbal, Ustadzah Afiv menggunakan Bahasa yang bervariasi yakni: bahasa tidak resmi terutama bahasa Jawa ngapak Banyumasan dan bahasa percakapan. Olah Vocal Afiv Fatur Rohmania pengucapan dan pelafalannya jelas. Hampir tidak bergumam. (2) Olah Visual atau Bahasa tubuh dari Ustadzah Afiv Fatur Rohmania tidak banyak dan cenderung sangat sederhana. Hanya menoleh ke kanan, ke kiri, mengangkat tangannya, dan menutup tangannya kedepan. Gaya bicaranya menyesuaikan dengan jamaahnya.

Kata Kunci : Retorika, Ustadzah Afiv Fatur Rohmania,

MOTTO

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”¹



¹ Qs. An-nahl : 125

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan rasa syukur ini, penulis haturkan kepada kehadiran Allah SWT yang selalu menyertai penulis dalam setiap langkah kebaikan, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan, dengan hati yang tulus buah karya yang sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua bpk. Wagimin dan ibu Supini terimakasih sudah sabar dan terus mau membiayai.
2. Kakak pertamaku Kukuh Budi Anto terimakasih sudah mendukung doa dan mau mengalah untuk pembagian ekonomi keluarga.
3. Adik terakhirku Anisa Tri Rahayu trimakasih pasti kamu bantu berdoa.
4. Almamaterku IAIN Purwokerto tempat bersejarah bagiku.
5. Keluarga PMII IAIN Purokerto khususnya rayon dakwah dan senior-seniorku dan sahabat/i yang tidak bisa aku tulis satu persatu.
6. Kelompok belajar bersama tuntas study (Wildan, Mufid, Fudin, Nasib, Burhan, Zairin, Awal, Ridho, Azis, laeli M.)
7. Teman teman KPI Angkatan 2013
8. Afiv Fatur Rohmania terimakasih sudah mau menjadi narasumber.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah pada setiap pencipta-Nya, sehingga dengan bekal kemampuan yang minim penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa sholawat dan salam penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mendidik manusia dari jaman jahiliyah menuju jaman islamiyah. Berkenaan dengan selesainya skripsi yang berjudul : **“Retorika Dakwah Afiv Fatur Rohmania Finalis Aksi Indosiar 2014 Dalam Media Youtube”**

Penulis menyadari banyak pihak yang terlibat dan telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. K.H. Moh Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Prof. Dr. K.H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. Hj. Khusul Khotimah, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. Mustain, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Arsam, M.S.I., Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Uus Uswatusolihah, MA, ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahnya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik
8. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Tak ada kata lain yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terimakasih, melainkan do'a semoga amal baik dan segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalann yang lebih dari Allah SWT. Amin.

Purwokerto, 25 Desember 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vandy Romadhona', written over a horizontal line.

Vandy Romadhona
Nim. 1323102016

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Kajian Pustaka.....	7
G. Kerangka Teori	10
H. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Retorika	13
1. Pengertian Retorika	13
B. Macam-macam retorika.....	15
1. Gaya Bahasa.....	15
a. Gaya Bahasa berdasarkan pilihan kata	16
b. Gaya Bahasa berdasarkan nada.....	17
c. Gaya Bahasa berdasarkan struktur kalimat	19
2. Olah Vocal	23

C. Teori Retorika Komunikasi	25
1. Pengertian Retorika Komunikasi.....	25
D. Perkembangan Retorika komunikasi.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Pendekatan Penelitian	37
C. Subyek dan Obyek Penelitian	38
D. Sumber Data Penlitian	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data	42
BAB IV PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN	
A. GambaranUmum Subjek Penelitian	
1. Profil Ustadzah Afiv Fatur Rohmania	45
2. Deskripsi Video Ceramah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania	45
3. Teks Tausiyah Ustadzah Afiv	46
B. Analisis Data	
1. Gaya Bahasa Ustadzah Afiv fatur Rohmania	53
a. Bahasa Tubuh Ustadzah Afiv di Youtube.....	55
2. Interpretasi Teori	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
C. Penutup	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Panduan Wawancara
2. Hasil Wawancara
3. Foto Kegiatan Penelitian
4. Surat Keterangan Lulus Ujian Proposal
5. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
6. Blangko Bimbingan Skripsi
7. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
8. Surat Keterangan Wakaf
9. Sertifikat



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Retorika berasal dari Bahasa Inggris *rethoric* yang berarti "ilmu bicara" dalam perkembangannya, retorika disebut dengan seni berbicara dihadapan umum atau ucapan untuk menciptakan kesan yang diinginkan². Di tinjau dari segi Bahasa "Da'wah" berarti panggilan, ajakan atau seruan. Bentuk perkataan tersebut dalam Bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (fi'il)nya adalah berarti; memanggil, menyeru atau mengajak (*Da'a, Yad'u, Da'watan*)³ Sering kali retorika disamakan dengan *public speaking*, yaitu suatu bentuk komunikasi lisan yang disampaikan kelompok orang banyak. Tetapi sebenarnya retorika itu bukan sekedar berbicara di hadapan umum, melainkan suatu gabungan antara seni berbicara dan pengetahuan atau masalah tertentu untuk menyakinkan pihak orang banyak melalui pendekatan *persuasive*⁴.

Dalam Bahasa Arab disebut *Fannul Khitobah* yaitu seni pidato atau berbicara⁵. Seorang da'I akan diterima dakwahnya apabila penda'i dapat memilih kata atau kalimat dalam berdakwah agar rapih dan tidak menyinggung dan nantinya dapat dimengerti dan juga dapat di terima oleh

²Ahmad Warson Munawir. *Kamus al-munawir*. (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), hlm. 406-407

³Ahmad Warson Munawir. "Kamus..." hlm. 406-407

⁴ Jalaludin Rakhmat, *Retorika modern; Pendekatan Praktis*, (Bandung PT. Remaja Rosda Karya, 1999)

⁵Busrah Lubis, *Metodologi Dan Retorika Dakwah: Petunjuk Praktis Khutbah dan Pidato*, (Jakarta: PT. Tursina, 1999), hal.59

masyarakat, akan tetapi tidak semua penda'i akan dapat di terima oleh masyarakat umum. Oleh karena itu retorika di gunakan sebagai ilmu untuk memandu dan membimbing seorang da'i agar dapat merancang dan menampilkan kata dengan baik memiliki sopan santun dan pesannya mampu tersampaikan dan dapat diingat secara pokok supaya bisa di terapkan dalam kehidupan bermasyarakat, karna keberhasilan seorang penda'I dapat di lihat dari perubahan kehidupan masyarakat dari perilaku buruk menjadi perilaku yang lebih baik.

Pesan dakwah akan terdengar monoton dan kaku apabila hanya menggunakan kata-kata baku dalam penyampaianya., masyarakat pun cenderung acuh dan kurang antusias dalam mendengarkan karena ceramahnya terdengar membosankan dan susah untuk di pahami. Dakwah seharusnya di sampaikan dengan metode yang menarik, intonasi suara yang lantang dan selalu membuat mad'unya tertarik untuk mendengarkan. Dakwah bisa dilakukan oleh siapapun setiap kaum muslim yang memiliki pengetahuan lebih di bidang keagamaan. Setiap pendakwah memiliki ciri khas masing-masing, mulai dari berpakaian, Bahasa yang digunakan, serta gaya retorika yang berbeda dari masing-masing pendakwah. Gaya seorang pendakwah akan sangat berpengaruh besar dalam penyampaian pesan dakwah. Suatu proses dakwah tentunya memiliki strategi. Strategi dakwah merupakan rencana atau tindakan (rangkaiian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan sumber daya atau kekuatan. Dengan itu dakwah akan efektif dan materi yang tersampaikan dapat dipahami oleh mad'u.

Menyampaikan dakwah dengan diwarnai oleh karakteristik berbicara yang menggunakan retorika yang sempurna, sehingga mampu mempengaruhi para pendengar untuk memahami isi dakwah dan mengikuti ajaran yang disampaikan. Kesemuanya ini menuntut agar para penda'i untuk lebih arif dan bijaksana mengetahui mengetahui siapa yang dihadapinya sehingga apa yang disampaikan dapat meningkatkan wawasannya. Pendakwah sebagai salah satu unsur dari proses dakwah memiliki peran yang sangat penting. Karena pendakwah telah menjalankan kewajibannya untuk saling mengingatkan dan menggerakkan insan lain untuk menuju kebaikan dengan cara mempengaruhi sikap dan perilaku mereka.

Dijelaskan oleh Prof. Moh.Ali Aziz dalam pengantar ilmu dakwah bahwa dakwah merupakan kewajiban yang harus dikerjakan dengan penuh kesungguhan oleh setiap umat islam atau segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran islam kepada orang lain dengan berbagai cara bijaksana untuk tercapainya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran islam dalam semua lapangan kehidupan⁶.

Dari sekian banyak pendakwah, yang mampu membuat mad'u terkesima dan juga terhibur akan retorika saat menyampaikan materi dakwahnya adalah ustadzah Afivaturrohmania, ustadzah muda asal Kaliori Banyumas, pendakwah kelahiran asli Banyumas tepatnya 14 Juli 1996, beralamat di Desa Kaliori RT 12 RW 04 Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas setelah menjadi finalis perlombaan dakwah tingkat nasional pada

⁶Moch. Ali Aziz, *Diklat Mata Kuliah Dakwah*, (Surabaya:Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel), hal 3

tahun 2014 (AKSI INDOSIAR) sekarang Ustadzah Afiv Fatur Rohmania menjadi sosok panutan bagi para jamaahnya.

Cara penyampaian materi dakwah yang di kemas secara ringan dan menghibur namun tetap mengandung pesan yang baik dan mampu di terima oleh masyarakat dari berbagai kalangan gaya bicara pemilihan Bahasa yang terkesan lucu, membuat mad'u tetap bersemangat dalam mendengarkan materi dakwahnya, seperti apa yang terekam di laman youtube <https://youtu.be/Qooz93rE82s> dalam rangka Tasyakuran Walimatul Khitan Dan Aqiqah Ananda Firman Maulana dean Malik Leksmana Putra Bapak Turahman bertempat di Desa Bungkanel Kecamatan Karanganyar Kabupaten Purbalingga pada 17 Agustus 2019 ceramahnya yang menggunakan bahasa Jawa Ngapak khas Banyumasan yang sederhana dan mudah dimengerti oleh mad'unya.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan pahaman dalam penafsiran judul maka perlu sekali adanya penegasan istilah yang menjadi pokok bahasan istilah sebagai berikut:

1. Retorika

Pengertian retorika yang lebih dalam ialah pendapat dari plato. Menurut plato, retorika ialah seni meebut jiwa massa melalui kata-kata.⁷ Retorika juga bisa disebut dengan cara penggunaan bahasa atau seni pengolahan kata untuk menyampaikan sebuah informasi, motivasi atau

⁷Yani Mulyadi, *Tanya Jawab Dasar-Dasar Pidato* (Bandung: Pioner Jya, 1981). hlm 10.

juga persuasif yang dilakukan oleh individu terhadap individu, atau individu kepada individu.

2. Dakwah

Dakwah adalah proses mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁸ Dalam proses penyampaian dakwah bisa dilakukan melalui dua cara, yaitu cara konvensional dan dakwah melalui media sosial. Dakwah secara konvensional adalah dakwah yang dilakukan dengan melibatkan mad'u secara langsung bertatap muka dengan mad'u dan bisa berupa komunikasi satu arah atau dua arah. Contoh, menasehati teman, dakwah di panggung/mimbar dan pengajian-pengajian umum di masjid.

Sedangkan dakwah melalui media sosial adalah dakwah yang dilakukan dimana mad'u tidak terlibat secara langsung dan disampaikan melalui media sosial modern. Misalkan rekaman dakwah yang diunggah di laman youtube, facebook, Instagram. Dakwah melalui media sosial berlangsung secara satu arah, dimana mad'u tidak bertatap muka langsung dengan pendakwah. Menurut Toha Yahya Omar mendefinisikan dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar

⁸Sri Astutik, "Kreatifitas Dan Dakwah Islamiyah," jurnal ilmu dakwah. Vol. 3 No. 2 Oktober 2000, 40

sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.⁹

3. Youtube

Youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim.¹⁰

Menurut Budiargo, Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke segala penjuru dunia melalui suatu web.¹¹

Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2006 Youtube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis.¹²

C. Rumusan masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan mengingat pentingnya ilmu dan penerapan retorika bagi mahasiswa fakultas dakwah di zaman modern seperti saat ini dengan berkembangnya berbagai media untuk menyampaikan pesan kebaikan kepada sesama umat manusia maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana retorika dakwah ustadzah Afiv fatur rohmania?

⁹Anis Fitriani, *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*. Skripsi. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Jakarta, 2018). hlm.15

¹⁰Acmad Hilmi Muzaqi, *Pesan Dakwah Adi Hidayat Tentang Generasi Rabbani Masa Kini Di Media Sosial Youtube (Analisi Framing Gamson dan Modigliani)*. Skripsi. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). hlm.31

¹¹ Acmad, Hilmi Muzaqi,....,Skripsi. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). hlm.32

¹² Acmad, Hilmi Muzaqi,...., Skripsi. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). hlm.32

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui cara beretorika Ustadzah Afiv Fathurokhmania dalam menyampaikan dakwahnya. Penelitian ini memiliki manfaat yang terbagi atas manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan khususnya dalam ilmu retorika dakwah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini selain memiliki manfaat teoritis, di harapkan mampu bermanfaat bagi mahasiswa fakultas dakwah terutama jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dan juga para pelaku dakwah pada umumnya.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis yang berjudul “Retorika Dakwah Ustadzah Afiv Fathur Rokhmania”, penulis menemukan beberapa penelitian tentang retorika dakwah, yaitu ;

Pertama Achmad Fauzi, 2018 “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Masjid Ulul Azmi, Unair Kampus C” Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan

dokumentasi. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan teknis analisis data model Miles dan Huberman.¹³

Dari penelitian itu dapat diketahui gaya retorika Ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa gaya Bahasa, yakni gaya Bahasa berdasarkan pilihan kata yaitu gaya Bahasa percakapan, gaya Bahasa berdasarkan nada yaitu, gaya menengah, gaya Bahasa berdasarkan struktur kalimat yaitu gaya Bahasa paralelisme, anaphora, episfora, dan gaya Bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yakni gaya Bahasa ironi, personifikasi, hiperbola, sinepsis, erotesis. Kemudian gaya suara Ustadz Abdul Somad sangat bervariasi, mulai dari nada rendah tingkat satu sampai nada tinggi tingkat empat, dengan tempo yang tidak lambat dan tidak cepat. Sedangkan gaya gerak tubuh yang meliputi sikap badan dengan berdiri tegak, pandangan mata yang tegas menatap mad'u, kemudian untuk pakaian yang digunakan sangat sopan dan rapi.

Kedua, Leiza Sixmansyah “Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat” Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam skripsi ini terdapat beberapa pertanyaan yaitu A. Bagaimana konsep dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat? B. Bagaimana penerapan retorika K.H. Muchammad Syarif Hidayat dalam berdakwah?

¹³Achmad Fauzi “*Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Masjid Ulul Azmi, Unair Kampus C*” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya 2018

Dalam melakukan penelitian ini untuk memperoleh hasil yang objektif, maka penulis menggunakan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati. Dengan menggunakan metodologi deskriptif analisis bahwa data yang dikumpulkan berupa kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dan yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dengan narasumber dan dokumentasi yang akan menafsirkan penulis.¹⁴

Ketiga, Fatimatu Zahro “Retorika Dakwah KH. Faturrohman” Fakultas Dakwah dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto, tahun 2017. Berdasarkan hasil penelitian dalam ceramah KH. Faturrohman, beliau menggunakan semua unsur-unsur retorika pada dakwahnya yang terdiri dari ethos, pathos dan logos. Ethos berarti berpengetahuan luas dan mudah di percaya, kemudian pathos adalah menyampaikan materi yang memotivasi dan yang terakhir adalah logos atau menyampaikan materi dengan apa adanya tanpa rekayasa apapun.¹⁵ Dalam penelitian sebelumnya memenag banyak membahas masalah retorika dakwah yang disampaikan. Walaupun mengandung retorika dakwah namun cara penyampaian dari para mubaligh tersebut berbeda dalam retorika berdakwahnya.

¹⁴Leiza Sixmansyah “*Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat*” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta 2004

¹⁵Fatimatu Zahro “*Retorika Dakwah KH. Faturrohman*” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negri Purwokerto 2017

Namun dari sekian banyak skripsi yang ada, peneliti belum menemukan skripsi yang membahas retorika dakwah ustadzah Afiv fatur rohmania. Seorang pendakwah yang terkenal karna berhasil menjadi finalis kompetisi dakwah tingkat nasional (AKSI INDOSIAR 2014) sudah barang tentu beliau mempunyai skill retorika yang berbeda dan memiliki wawasan yang luas di bidang retorika dakwah.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berfikirnya dalam menyusun secara sistematis permasalahan penelitian. Retorika berkembang di Indonesia sejak abad ke-16 di masa penjajahan belanda terdapat tokoh-tokoh retorika yang menjadi delegasi-delegasi pada konferensi. Sebagai wakil bagi Indonesia, tentu para delegasi ini memiliki kemampuan retorika yang baik dan digunakan pada saat berunding.

Ada beberapa tokoh terkenal memiliki kemampuan retorika yang baik. Tokoh itu bernama H. Agus Salim yang berasal dari Sumatra Barat. Beliau dikenal sebagai ahli penerjemah, penyair, sastrawan, diplomat dan ulama, dan pada masanya H. Agus Salim sangat menggegerkan Belanda dengan kemampuan berbahasa asingnya namun tetap menunjukkan kecintaanya terhadap bahasa Indonesia.

Selain H. Agus Salim, ada juga seorang orator yang mampu membakar semangat rakyat Surabaya yang diserang oleh NICA dengan ketegasan kata-katanya. Seorang yang akrab dipanggil Bung Tomo lahir di

tahun 1920 terkenal lewat seruan-seruannya di radio bahkan berani menyerang pemerintah orde baru di tahun 1970 dan akhirnya wafat di tahun 1981. Untuk memberi kejelasan pada penelitian ini, penulis mengacu pada teori retorika Aristoteles retorika sebagai alat persuasi yang tersedia (West & Turner). Atau retorika tidak lain daripada kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu, metode persuasi yang ada.¹⁶

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi pada halaman awal terdiri dari halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, motto, kata pengantar, pedoman translitansi, daftar isi, daftar gambar dan abstrak skripsi. Pada bagian selanjutnya akan dibahas per bab yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab pertama berisi pendahuluan. Pada bab pendahuluan akan dibahas mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penyusunan skripsi.

Bab kedua membahas tinjauan umum tentang berbagai macam teori-teori pendukung, meliputi ; Teori Retorika, teori dakwah dan teori komunikasi massa.

Bab ketiga membahas tentang metode penelitian. Dalam bab ini akan dibahas mengenai alur pemikiran penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data. Metode dan

¹⁶Rakhmat, *Retorika modern*, hlm 7.

alat ukur yang digunakan penyusun untuk penelitian dan menerjemahkan hasil penelitian.

Bab keempat merupakan pembahasan inti dari skripsi. Bab ini membahas tentang gambaran retorika dakwah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania, penyajian data hasil wawancara dengan Ustadzah Afiv Fatur Rohmania, hasil dokumentasi dan analisis data hasil penelitian yang dilakukan di beberapa tempat ceramah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania dan Pada bab kelima berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran-saran.



BAB II

RETORIKA DAKWAH

A. Pengertian Retorika

Gaya khususnya gaya bahasa dalam ilmu retorika dikenal dengan istilah style yang berakar dari kata stillus yang mempunyai arti alat yang digunakan untuk menulis pada lempeng lilin. Alat ini dipergunakan untuk mempengaruhi jelas tidaknya tulisan pada lempeng tersebut, sehingga dalam ilmu retorika style bermakna sebagai sebuah kemampuan dan keahlian untuk dapat menulis dengan menggunakan kata-kata dengan indah.¹⁷

Dalam bahasa Indonesia istilah retorika diartikan sebagai seni berbicara.¹⁸ Retorika (rethoric) secara harfiah artinya berpidato atau kepandaian berbicara. Kini lebih dikenal dengan nama public speaking. Dewasa ini retorika cenderung dipahami sebagai permainan kata-kata (word games), juga bermakna propaganda (mempengaruhi atau mengendalikan pemikiran perilaku orang lain. Menurut aristoteles, dalam retorika terdapat 3 bagian inti yaitu: Ethos (ethical) Yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi, Pathos (emotional) Yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan “psikologi massa”, Logos (logical) Yaitu pemilihan kata atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara.¹⁹

¹⁷ Keraf , Goris, *Baya Bahasa* (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000) hlm. 112

¹⁸ Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: Liberty, 1989, hlm 132.

¹⁹ Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, Tias Satrio Adhitama, 2013. *Komunikasi Dakwah* (Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara), hlm 142.

Retorika sering disamakan dengan public speaking, yaitu suatu bentuk komunikasi lisan yang disampaikan kepada sekelompok orang banyak, tetapi sebenarnya retorika itu tidak hanya sekedar berbicara dihadapan umum, melainkan merupakan suatu gabungan antara seni berbicara dan pengetahuan suatu masalah tertentu untuk meyakinkan pihak orang yang banyak melalui pendekatan persuasif²⁰

Pengertian retorika menurut para ahli, Corax mengartikan retorika dalam hal ini lebih ditekankan pada kecakapan seseorang untuk menyampaikan untaian kalimatnya di depan khalayak. Dengan demikian maka kefasihan lidah dan kepandaian untuk mengucapkan kata-kata dalam kalimat di saat seseorang melaksanakan retorika adalah merupakan prinsip utama.²¹Plato mengartikan retorika adalah ilmu yang mempelajari kepandaian merbut jiwa massa melalui kata-kata.²² Plato lebih menekankan pada unsur psikologis dalam penyampaiannya. Hal ini dikarenakan upaya untuk merebut jiwa massa adalah unsur terpenting dalam pengaplikasian retorika model ini. Dan Jalaluddin mengartikan bahwa retorika adalah ilmu tentang kepandaian menitipkan pesan kepada audience.²³

Dalam hal tersebut retorika didefinisikan sebagai “*the art constructing arguments and apeechmaking*” (seni membangun argumentasi dan seni berbicara). Perkembangan retorika juga mencangkup tentang proses untuk menyesuaikan ide dengan orang atau menyesuaikan orang dengan ide melalui

²⁰ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: PT. Rosda Karya, 1999), hlm 9.

²¹ Syahroni Ahmad Jaswadi, *Retorika* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014), hlm 11

²² Yani Mulyani, *Tanya Jawab Dasar-dasar Pidato* (Bandung: Pioner Jaya, 1981), hlm 10

²³ Syahroni Ahmad Jaswadi, *Retorika* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII, 2014), hlm 11.

berbagai macam pesan. Jalaludin Rahmat mengatakan bahwa retorika adalah ilmu yang mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang dikehendaki pada diri khalayak.²⁴

Pemahaman pelaku dakwah tentang retorika menjadi perkara yang penting disamping penguasaan konsepsi Islam dan pengamalannya, keberhasilan dakwah juga sangat ditentukan oleh kemampuan komunikasi sang muballigh atau da'i terhadap jamaah yang menjadi objek dakwah.²⁵

B. Macam-Macam Retorika

1. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara seseorang dalam menggunakan bahasa untuk mengungkapkan suatu kalimat. Dari gaya bahasa seseorang dapat dinilai dari berbagai aspek baik dari segi pendidikan, daerah, lingkungan maupun sifatnya. Gaya merupakan sebuah ciri khas yang menempel pada diri seseorang, sehingga seorang penceramah harus memilih gaya bahasa yang tepat agar dapat dengan mudah menarik perhatian dari komunikan. Penggunaan gaya retorika yang baik akan membuat penilaian audiens terhadap da'i tersebut semakin baik pula.²⁶

Gaya bahasa dan kosa kata mempunyai hubungan yang saling berkesinambungan. Jika semakin banyak kosa kata yang digunakan, maka akan semakin beragam pula gaya bahasa yang dipakai. Leech & Short

²⁴ Suardi, *Urgensi Retorika Dalam Perspektif Islam Dan Persepsi Masyarakat*, Vol.41, No.2, Desember 2017.

²⁵ Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, Tias Satrio Adhitama, 2013. *Komunikasi Dakwah* (Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara), hlm 148.

²⁶ Kholid Noviyanto, *Gaya Retorika Da'i dan Prilaku Memilih Penceramah*. Vol. 01, No. 01, Juni 2014.

mengemukakan bahwa gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu, oleh orang tertentu dan untuk tujuan tertentu. Dalam menggunakan bahasa yang baik, maka harus mengandung tiga unsur, yaitu kesopanan, kejujuran dan menarik. Gaya bahasa mempunyai beberapa jenis diantaranya:

A. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapat dibedakan menjadi tiga antara lain: gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi dan gaya bahasa percakapan.

1. Gaya Bahasa Resmi.

Gaya bahasa resmi adalah gaya yang bentuknya lengkap, menggunakan bahasa baku, menggunakan EYD lengkap serta nada bicara cenderung datar. Biasanya bahasa ini digunakan dalam berbagai kesempatan-kesempatan yang bersifat resmi.

Gaya ini dipergunakan oleh orang-orang yang dapat menggunakan bahasa dengan baik dan terpelihara. Bahasa resmi biasanya digunakan dalam berbagai acara resmi. Seperti acara kepresidenan, khutbah, pidato-pidato penting dan juga di jadikan sebagai bahasa tulisan. Seperti artikel atau esai yang bersifat serius.

2. Gaya bahasa tak resmi.

Gaya bahasa tidak resmi adalah gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa standar. Biasanya bahasa ini dipergunakan pada acara-acara yang tidak formal, sehingga bersifat konservatif. Gaya

ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, dan juga artikel-artikel mingguan atau bulanan. Dalam indikatornya gaya bahasa tak resmi antara lain. Menggunakan bahasa tidak baku, tidak menggunakan EYD dengan lengkap, kalimat cenderung

3. Gaya bahasa percakapan.

Sejalan dengan kata percakapan, terdapat juga gaya bahasa percakapan, namun dalam gaya bahasa ini lebih bersifat populer dan menggunakan bahasa percakapan. Bahasa disini harus ditambahkan dari segi-segi morfologis dan sintaksis. Dengan begitu secara bersama-sama akan membentuk gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa ini mempunyai indikator antara lain: menggunakan bahasa tidak baku, banyak menggunakan istilah asing, bahasanya cenderung singkat, banyak menggunakan kata seru, dan menggunakan kalimat langsung.²⁷

B. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

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

²⁷ I Nengah Martha, *Retorika dan Penggunaanya Dalam Berbagai Bidang*, Vol.6, No.12, Desember 2012.

1. Gaya bahasa sederhana

Gaya sederhana ini biasanya sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan intruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab untuk dapat menggunakan bahasa ini dengan efektif, maka seorang penulis harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup. Oleh karena itu gaya ini sangat cocok untuk digunakan sebagai pembuktian atau untuk mengungkapkan fakta suatu hal. Dengan begitu untuk membuktikan sesuatu kita tidak perlu memancing emosi dengan menggunakan gaya mulia yang bertenaga.

2. Gaya mulia dan bertenaga

Sesuai dengan namanya, gaya ini dipenuhi dengan vitalitas dan energi. Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas pembicara, namun juga dapat menggunakan nada keagungan dan kemuliaan. Dalam kenyataannya, nada agung dan mulia juga sanggup dalam menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam mencapai tujuan tertentu, komunikator dapat meyakinkan pendengar dengan menggunakan bahasa keagungan. Dalam bahasa tersebut terselubung sebuah tenaga yang halus tetapi secara aktif ia dapat meyakinkan pendengar. Nada agung dan mulia ini biasanya digunakan untuk menyampaikan Khotbah, pidato keagamaan, kesusilaan dan ketuhanan. Bahasa keagungan dan kemuliaan ini merupakan gaya bahasa yang

mempunyai tenaga penggerak yang luar biasa, sehingga mampu menggerakkan emosi para pendengar atau pembaca.²⁸

C. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat.

Berdasarkan struktur kalimat yang di kemukakan di atas, maka dapat diperoleh gaya-gaya sebagai berikut:

1. Gaya bahasa klimaks.

Gaya bahasa klimaks dihasilkan dari kalimat yang berstruktur menggendur. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya. Klimaks disebut juga gradasi. Istilah ini dipakai sebagai istilah umum yang sebenarnya merujuk pada tingkat gagasan yang paling tinggi. Klimaks ini terbentuk dari beberapa gagasan yang berturut-turut. Semakin tinggi kepentingannya, maka itu disebut anabasis.

2. Paralelisme.

Paralelisme adalah gaya bahasa yang berusaha untuk mencapai keseimbangan kata-kata atau frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk grametikal yang sama. Kesamaan tersebut dapat berbentuk anak kalimat yang bergantung pada induk kalimat. Gaya ini lahir dari struktur kalimat yang berimbang. Prulalisme adalah sebuah bentuk yang baik untuk menonjolkan kata yang sama fungsinya,

²⁸ 1 Masrun, Skripsi: "Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah (*Keluarga Yang Dirindukan Rasulullah Saw*)" Pada Media Youtube" (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018) hal. 30

namun jika kalimatnya terlalu banyak di gunakan maka kalimat akan cenderung kaku dan mati.

3. Antitesis.

Antitesis adalah sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan. Menggunakan kata atau kalimat yang berlawanan. Gaya ini timbul dari kalimat berimbang.

4. Repetisi.

Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, atau kalimat yang dianggap penting untuk memberikan tekanan pada sebuah konteks yang sesuai. Dalam hal ini akan dibicarakan repetisi yang berbentuk kata, frasa atau klausa. Karena nilainya dianggap tinggi, maka dalam oratori timbullah berbagai macam reperisi antara lain: (Epizeusis) merupakan kata penting yang diulang-ulang pada satu kalimat. (Tautotes) sebuah kata di ulang-ulang dalam bentuk lain di suatu kalimat. (Anafora) pengulangan kata pertama diawal baris atau kata berikutnya. (Epistrofa) pengulangan kata akhir atau baris berikutnya. (Simploke) pengulangan awal dan akhir kata di beberapa kalimat beruntut. (Mosodiplosis) pengulangan kata ditengah beberapa kalimat tersebut. (Epanalepsis) kata diawal kalimat di diulang diakhir kalimat. (Anadiplosis) kata terakhir kalimat di awal dikalimat berikutnya.²⁹

²⁹ Ahmad Fauzi, Skripsi :”Gaya Retorika Ustad Abdul Shomat” (Surabaya, UIN Sunan Ampel, 2018 hal. 38.

5. Gaya Suara.

Gaya ini merupakan seni dalam berkomunikasi untuk memikat perhatian audiens. Hal ini dapat dilakukan dengan berbicara menggunakan irama yang berubah-ubah sambil memberikan penekanan tertentu pada kata yang memerlukan perhatian khusus.³⁰ T.A Lathif Rousydy mengatakan bahwa audiens umumnya tertarik kepada pidato atau ceramah seseorang jika pembicara mempunyai suara yang empuk, enak didengar dan yang sesuai dengan keinginan jiwa pendengar. Ada beberapa hal yang mempengaruhi gaya suara:

a. Pitch

Pitch adalah tinggi rendahnya suara seseorang pembicara. Dalam ilmu musik, pitch disebut dengan tangga nada. Biasanya ada suara pembicara yang terlalu tinggi dan ada juga yang terlalu rendah ataupun bervariasi (rendah, sedang dan tinggi), sesuai dengan penghayatan terhadap materi pembicaraan. Dalam berbicara *pitch* suara tidak boleh terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Tetapi yang enak di gunakan, sehingga di setiap pembicaraan harus mempelajari berbagai variasi dalam *pitch* untuk menghasilkan irama yang menarik. Seseorang menggunakan *pitch* dalam suaranya cenderung untuk menekankan arti dalam pesan atau untuk menunjukkan

³⁰ Kholid Noviyanto, *Gaya Retorika Da'i dan Prilaku Memilih Penceramah*. Vol. 01, No. 01, Juni 2014.

sesuatu yang bermakna. Dalam bahasa-bahasa tonal terdapat lima macam *pitch* antara lain:

- a. Nada naik atau tinggi yang diberi tanda naik keatas (/)
- b. Nada datar yang biasanya diberi tanda (-)
- c. Nada urun atau rendah yang biasanya diberi tanda garis menurun (\)
- d. Nada turun naik yakni nada yang merendah lalu meninggi (v)
- e. Nada naik turun yaitu nada yang meninggi lalu merendah biasanya ditandai dengan (^). Nada yang menyertai bunyi segmental didalam kalimat disebut intonasi. Dalam hal ini dibedakan menjadi empat macam:
 - 1) Nada yang paling tinggi diberi tanda dengan nomer (keterangan: suara yang keluar keras dan sangat tinggi).
 - 2) Nada tinggi yang diberi tanda 3 (suara yang keluar seperti tegas ketegasan)
 - 3) Nada sedang atau biasa yang diberi tanda dengan angka 2 (keterangan: suara yang keluar seperti orang bicara datar tapi agak keluar otot leher).
 - 4) Nada rendah yang diberi tanda angka 1 (keterangan: suara yang keluar seperti orang bicara biasa, namun tidak keluar otot leher).³¹

³¹ Masrun, Skripsi: "Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah (*Keluarga Yang Dirindukan Rasulullah Saw*)" Pada Media Youtube" (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018) hal. 30

b. Loudness

Loudness merupakan nada suara yang menyangkut keras atau tidaknya suara. Dalam berpidato hal ini perlu menjadi perhatian. Kita harus mampu mengatur dan melunakkan suara yang kita keluarkan, namun hal tersebut tergantung pada situasi dan kondisi yang kita hadapi. Tingkat kerasnya suara memiliki satu fungsi mendasar dan vital dalam berkomunikasi. Variasi keras lembutnya suara akan menambah tekan dengan menonjolkan ide tertentu dalam pesan yang disampaikan. Seseorang dapat menekankan suaranya pada suatu hal yang penting dengan memperkeras atau memperlembut suaranya, sehingga tidak sama dengan tingkat suara yang normal.

c. *Rate* dan *Rhythm*

Rate dan *rhythm* adalah kecepatan yang mengukur cepat lambatnya irama suara. Hal tersebut selalu berkaitan dengan *Rhythm* dan irama. Seorang pembicara harus memperhatikan masalah ini dengan baik. Mereka harus mengatur kecepatan dan menyelaraskan suara dengan irama. Suara yang disampaikan terlalu cepat atau terlalu lambat akan menyulitkan pendengar dalam menangkap isi pesan.

2. Olah Visual

Dalam *public speaking*. Keseluruhan tubuh kita merupakan perangkat efektif untuk membantu presentasi kita. Bahasa tubuh dapat mengklarifikasi pesan atau perhatian yang disampaikan dan meyakinkan ketulusan hati kita serta antusiasme kita kepada audiens. Jika kita

menggunakan bahasa tubuh dengan tepat dalam presentasi kita, kita akan sukses menyampaikan pesan verbal kita. Ingatlah bahwa sebagai seorang pembicara, kita adalah bintang diatas podium atau panggung (walau hanya beberapa menit). Sekecil apapun kita melakukan gerakan tubuh yang tak perlu, para audiens akan akan memerhatikan hla tersebut. Belajar bahasa tubuh dalam *public speaking* tak kalah pentingnya. Albert Mehrabiah dalam buku *Earnesthy Speaking An Excellent Book On Speach Communication* menyebutkan bahwa persepsi audiens terhadap seseorang pembicara terbentuk melalui tiga cara: visual-penampilan (55%), vocal-bunyi pesan (38%), dan verbal-pesan yang disampaikan (7%). Dampak penampilan visual lebih penting dibandingkan efek efek audio (suara). Alasannya sederhana, saat ini kita hidup dalam masyarakat yang menginginkan penampilan visual yang bagus dan hidup. Itu sebabnya, para audiens menjadi begitu mudah memberikan penilaian terhadap apa yang mereka lihat sebelum mereka dengarkan.³² Konon, seorang artis dari Denmark diminta untuk membacakan nama-nama dalam buku telepon di negerinya. Ia membacanya seperti membacakan kisah tragis yang memilukan. Suaranya menggetar, merintih, memelas. Tubuhnya menggigil.

³² Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik Teori & Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm 80-83.

C. Teori Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan suatu kegiatan untuk mengajak, menyeru dan memanggil orang untuk beriman dan bertaat atau berbuat kebaikan. Dakwah juga merupakan suatu profesi dimana harus mempunyai skill, planning dan manajemen waktu yang baik.

Dakwah juga merupakan aktifitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi.³³

Dakwah secara etimologis, berasal dari bahasa arab da'a-yada'u-da'watan yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah SWT, para Nabi dan Rosul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal sholeh, terkadang juga diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah syetan, orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya.³⁴

Secara istilah, para ahli memiliki tafsiran yang berbeda-beda sesuai dengan sudut pandang mereka didalam memberikan pengertian dakwah.

Berikut diantaranya :

³³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004) hal 37.

³⁴ Muhammad Qodarudin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (CVPenerbit Qiara Media : 2019) hal 2.

- a. M. Abu al Fath al Bayanuni, dakwah merupakan menyampaikan dan mengajarkan islam kepada manusia serta menerapkan kedalam kehidupan manusia.
- b. Taufiq Al Wa'I, dakwah merupakan mengajak kepada pengesaan Allah dengan menyatakan dua kalimat syahadat dan mengikuti manhaj Allah SWT dimuka bumi baik perkataan maupun perbuatan, sebagaimana yang terdapat didalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, agar memperoleh agama yang diridho'i Nya dan manusia memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.³⁵
- c. Menurut Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah, dakwah merupakan mengajak seseorang agar beriman kepada Allah SWT dan kepada apa yang dibawa oleh para rasul-Nya dengan cara membenarkan apa yang mereka berikan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan.³⁶
- d. Pendapat A. Hasjmy, dakwah merupakan mengajak orang lain untuk menyakini dan mengamalkan aqidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.
- e. Pendapat Prof Toha Jahja Omar MA, dakwah merupakan mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.³⁷

³⁵ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017) hal 44.

³⁶ Sayid Muhammad Nuh, *Dakwah Fardiyah: Pendekatan Personal dalam Dakwah*, (Solo: Era Intermedia, 2004) hal 14.

³⁷ Hassanudin, *Hukum Dakwah: Tinjauan Aspek Hukum dalam Berdakwah di Indonesia*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya) hal 3.

Dari beberapa pengertian dakwah diatas, dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan ajakan, seruan, memanggil atau menyampaikan pesan kepada manusia di jalan Allah SWT, untuk melaksanakan apa yang telah menjadi perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya dalam mencapai kehidupan yang bahagia di dunia dan di akhirat.

2. Unsur-Unsur Dakwah

Dakwah merupakan system agar suatu aktivitas mencapai sasarannya dengan tepat, yang terkait dengan berbagai unsure dakwah. Berikut unsur-unsur dakwah yaitu :

a. Subjek Dakwah (Da'i)

Dai merupakan seseorang yang melakukan aktivitas dalam berdakwah atau seseorang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain (mad'u).³⁸ Setiap muslim yang mukallaf dapat dikatakan sebagai da'i atau mubaligh/komunikator yang mempunyai kewajiban untuk menyampaikan pesan atau ajaran islam kepada seluruh umat manusia. Setiap muslim yang hendak menyampaikan dakwah hendaknya harus mempunyai kepribadian yang baik dan menarik agar berhasil dalam menyampaikan dakwahnya, baik kepribadian secara psikologis maupun kepribadian secara fisik.

Subjek dakwah merupakan unsure terpenting dalam pelaksanaan dakwah, karena manusia sebagai pelaku yang paling

³⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada) hal 261.

penting dan menentukan. Suksesnya usaha dakwah tergantung juga kepada kepribadian da'i yang bersangkutan.

Seorang muslim baik laki-laki dan perempuan yang telah baliq dan berakal dan memahami ajaran agama bisa melakukan aktivitas menyampaikan pesan atau mengamalkan ajaran-ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun syarat atau kemampuan yang harus dimiliki seorang da'I, yaitu :

- a) Memiliki pemahaman Islam secara tepat.
 - b) Memiliki hakekat tentang pemahaman tentang tujuan berdakwah.
 - c) Mengetahui perkembangan atau pengetahuan yang relatif.
 - d) Memiliki akhlakul kharimah.
 - e) Mengenal mad'u dan audiens.
 - f) Mengetahui kondisi dengan baik.³⁹
- b. Objek Dakwah (Mad'u atau Penerima Dakwah)

Objek dakwah atau mad'u ini merupakan penerima dakwah dan menjadi sasaran dalam berdakwah. Objek dakwah juga merupakan orang atau kelompok yang disebut dengan jama'ah yang sedang belajar ilmu agama dari seorang da'i.⁴⁰ Dengan adanya penerima dakwah atau sasaran dalam berdakwah, maka kegiatan dakwah ini semakin terarah dan mempunyai tujuan yang tepat, dan seorang mad'u yang menerima

³⁹Abdul Munir Mulkham, *Idiologi Gerakan Dakwah*, (Yogyakarta: Sippres. 1996) hal 237 .

⁴⁰Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah...*hal 279.

Da'i dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, perlu mengetahui klarifikasi dan karakteristik objek dakwah, hal ini penting agar pesan-pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh mad'u.

Mad'u terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Golongan mad'u tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Dari segi sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil maupun kota besar.
2. Dari segi struktur kelembagaan, ada golongan priyai, remaja, santri dan masyarakat jawa.
3. Dari segi tingkatan sosial ekonomis, ada golongan kaya, menengah dan miskin.
4. Dari segi jenis kelamin, golongan pria dan wanita.
5. Dari segi khusus, golongan tunawisma, tunakarya, narapidana dan sebagainya.

c. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi-materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran islam atau materi dakwah kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai media dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah.

Adapun beberapa media dakwah sebagai berikut :

1. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, bimbingan dan sebagainya.
 2. Tulisan, dakwah menggunakan tulisan ini seperti buku, koran, surat kabar dan sebagainya.
 3. Lukisan, dakwah menggunakan lukisan ini seperti, gambar dan karikatur.
 4. Audio visual adalah alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan keduanya. Seperti televisi, film, internet dan sebagainya.
 5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh mad'u.⁴¹
- d. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan (*message*) yang dibawakan oleh subjek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada objek dakwah. Materi dakwah yang biasa disebut sebagai ideologi dakwah, yaitu ajaran islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist.

Ajaran-ajaran yang dibawa dan diajarkan oleh Rasulullah SAW, kepada umatnya ini meliputi aspek duniawi dan ukhrawi, yang tentunya materi yang harus diserukan dalam dakwah pun menjadi luas sekali. Adapun diantaranya materi-materi dakwah tersebut, kiranya dapat kita ringkas menjadi beberapa pokok pembahasan :

⁴¹ Lilik Malihah, *Metode Dakwah KH. Munif Muhammad Zuhri dalam meningkatkan keberagaman dilingkungan masyarakat Girikusumo Mranggen Demak*, 2014, hal 32, diakses pada 13 April 2020, pukul 11:58 WIB.

- 1) Akidah islam, yang meliputi tauhid dan keimanan.
- 2) Pembentukan pribadi yang sempurna, dengan berpondasikan pada nilai-nilai akhlakul karimah.
- 3) Pembangunan masyarakat yang adil dan makmur.
- 4) Kemakmuran dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat.
- 5) Dan berbagai pembahasan lainnya.

Keseluruhan ajaran islam yang ada di Kitabullah maupun Sunnah-Nya yang pada pokoknya mengandung tiga prinsip yaitu:

1. Aqidah

Aqidah yang menyangkut system keimanan atau kepercayaan terhadap Allah SWT. Dan ini menjadi landasan yang fundamental dalam keseluruhan aktivitas seorang muslim.

2. Syariat

Syariat yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas manusia muslim didalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, mana yang haram dan mana yang halal. Ini juga sehubungan manusia dengan Allah SWT dan manusia dengan manusia lainnya.

3. Akhlaq

Akhlaq yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertical dengan Allah SWT, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah SWT.

Pembentukan pribadi yang sempurna, dengan berpondasikan pada nilai-nilai akhlakul karimah. Ilmu akhlak bagi al-Farabi tidak lain dari bahasan tentang keutamaan-keutamaan yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan dan tentang berbagai kejahatan dan kekurangan yang dapat merintangai usaha pencapaian tujuan tersebut.

e. Metode Dakwah

Metode dakwah yaitu cara-cara menyampaikan dakwah, baik individu, kelompok maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah itu mudah diterima dan dipahami. Metode dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima pesan dakwah.⁴²

Metode dakwah juga biasanya dikenal sebagai *approach*, yaitu cara-cara yang dilakukan seorang da'i atau komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau dasar hikmah dan kasih sayang.

f. Efek dakwah

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan materi dakwah, metode dakwah, dan media dakwah maka akan timbul respond an efek pada mad'u. Efek dakwah (*Atsar*) sering disebut dengan *feed back*(umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali tidak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka setelah selesai melakukan

⁴²Lilik Malihah, *Metode Dakwah KH. Munif Muhammad Zuhri dalam meningkatkan keberagaman dilingkungan masyarakat Girikusumo Mranggen Demak*, 2014, hal 33, diakses pada 13 April 2020, pukul 11:58 WIB.

dakwah maka selesailah dakwah tersebut. Padahal atsar sangat besar dalam penentuan-penentuan dakwah berikutnya.⁴³

Adapun efek dapat dibagi menjadi tiga, yaitu :

g. Efek Kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, mitra dakwah akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berpikir. Efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mitra dakwah tentang isi pesan yang diterimanya.

h. Efek Afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan setiap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Pada tahap ini penerima dakwah mengerti terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah yang telah disampaikan.

i. Efek Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif, dan afektif. Dapat diambil pemahaman bahwa seseorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahuinya itu, kemudian masuk kedalam

⁴³Lilik Malihah, *Metode Dakwah KH. Munif Muhammad Zuhri dalam meningkatkan keberagaman dilingkungan masyarakat Girikusumo Mranggen Demak*, 2014, hal 32, diakses pada 13 April 2020, pukul 11:58 WIB.

perasaannya, kemudian timbullah keinginan untuk bertindak dan bertingkah laku.⁴⁴

1. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan serangkaian kegiatan atau proses dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Dakwah merupakan aktivitas *nubuwwah* dalam proses penyampaian wahyu Allah SWT kepada manusia, dengan tujuan utamanya berkaitan erat dengan tujuan wahyu (Al-Qur'an) bagi kehidupan umat manusia.⁴⁵

Tujuan dilaksanakannya dakwah yaitu untuk mengajak manusia ke jalan Tuhan, jalan yang benar, yaitu Islam. Dismaping itu, dakwah juga bertujuan untuk mengubah cara berfikir manusia, cara merasa, cara bersikap dan bertindak, agar manusia bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁴⁶

Dalam usaha menyakinkan seseorang dengan kata-kata bahwa yang dikatakan adalah benar, menurut Aristoteles ada tiga cara yang bisa dilakukan, yaitu:

- a. Harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang baik dan terpercaya.
- b. Anda harus bisa menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan dan kasih sayang.

⁴⁴ Usman Jasad & Abdul Malik, *Bentuk Dakwah di Facebook*, Vol. 04, No.01, 2016, diakses pada 14 April 2020, pukul 12:30 WIB.

⁴⁵ Aminudin Sanwar, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Semarang : Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1992) hal 49.

⁴⁶ Rafi'udin, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung : CV Pustaka Sejati, 1997) hal 24.

- c. Anda harus meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti, disini anda bisa mendekati khalayak lewat otaknya.⁴⁷

Adapun tujuan dakwah pada umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu :

- a. Tujuan umum dakwah adalah sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Ini berarti tujuan dakwah yang bersifat utama atau umum, dimana seluruh gerak dan prosesnya harus ditunjukkan dan diarahkan ke jalan Allah SWT. Tujuan utama dakwah adalah nilai-nilai atau hasil akhir yang ingin dicapai atau diperoleh oleh keseluruhan aktivitas dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah, maka semua penyusunan rencana dan tindakan dakwah harus mengarah kesana.⁴⁸
- b. Tujuan khusus dakwah adalah tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam seluruh pelaksanaan aktivitas dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang akan dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa, bagaimana, dan sebagainya secara terperinci. Sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan yang lainnya hanya karena masih umunya tujuan yang hendak dicapai.⁴⁹

⁴⁷ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2009) hal 33.

⁴⁸ Munir Amin Samsul, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Amzah, 2009) hal 62.

⁴⁹ Munir Amin Samsul, *Ilmu Dakwah...* hal 60.

3. Bentuk-Bentuk Dakwah

Secara umum dakwah islam ini dapat dikategorikan kedalam tiga macam bentuk, yaitu :

a. Dakwah bi Al-Lisan

Yaitu dakwah yang dilakukan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain. Metode atau bentuk dakwah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah dimajelis taklim, khutbah Jum'at dimasjid atau ceramah-ceramah pengajian.

b. Dakwah bi Al-Hal

Yaitu dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya dapat dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.

c. Dakwah bi Al-Qalam

Yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan oleh keahlian menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh *dakwah bi Al-qalam* ini lebih luas daripada meliputi media atau bentuk dakwah lisan, demikian pula dengan metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya, kapan saja mad;u dapat menikmati sajian *dakwah bi Al-qalam*.⁵⁰

⁵⁰ Munir Amin Samsul, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Amzah, 2009) hal 11.

Sementara menurut M.Mansyur Amin, membagi dakwah islam ke dalam tiga macam bentuk dakwah, yaitu :

a. Dakwah bi al-lisan al-maqal

Seperti selama ini yang dipahami, melalui pengajian, kelompok majlis taklim, dimana ajaran Islam disampaikan oleh da'i secara langsung. Biasanya dakwah yang demikian ini dikaitkan dengan perayaan hari-hari Islam, seperti mauled Nabi Muhammad SAW, Nuzulul Qur'an, Isra' Mi'raj, Kultum menjelang shalat tarawih dan sebagainya.

b. Dakwah bi al-lisan al-hal

Melalui proyek-proyek pengembangan masyarakat atau pengabdian masyarakat.

c. Dakwah melalui social reconstruction

Dakwah ini bersifat multidimensional. Contoh dakwah ini dakwah Rasulullah SAW, yang membangun kembali masyarakat Arab, dari masyarakat jahiliyah (syirik, diskriminatif, perbudakan, permusuhan dan kedzaliman) menjadi masyarakat yang Islami (tauhid, egalitarian, merdeka, persaudaraan dan adil).⁵¹

⁵¹ M.Mansyur Amin, *Dinamika Islam Sejarah Transformasi dan Kebangkitan*, (Yogyakarta : LKPSM, 1995) hal 187-188.

D. Teori Retorika Komunikasi

1. Pengertian Retorika Komunikasi

Tradisi retorika menjelaskan baik dalam konteks komunikasi antar personal maupun komunikasi massa. Sepanjang dalam proses penyampaian dapat merancang isi pesan yang baik maka proses komunikasi dapat berlangsung secara efektif. Dalam teori-teori tradisi ini melihat bahwa komunikasi merupakan seni praktis yang memandang bahwa aktivitas seorang komunikator diatur oleh seni dan metode. Maka muncul anggapan bahwa seorang komunikator merupakan makhluk yang kuat dan berkuasa.⁵²

Ekspresi wajahnya sayu. Dan orang melihat butir-butir air mata jatuh membasahi pipinya. Sekali-sekali ia menggigit bibirnya. Kepiluan menyebar ke seluruh ruangan. Sebelum arti itu selesai, hampir semua orang di ruangan itu menangis.

Ini bukan cerita rekaan. Para ahli komunikasi sedang melakukan eksperimen tentang pengaruh komunikasi nonverbal. Para pendengar jelas tidak memahami nama-nama itu (dan tidak tahu bahwa ia sedang membacakan buku telepon). Orang-orang terharu hanya karena pengaruh olah vokal dan olah visual artis itu.

Sebenarnya ketika kita berbicara yang wajar, ketika kita bercakap-cakap, kita menggunakan olah visual itu dengan sendirinya. Secara alamiah, anak-anak belajar berbicara dengan tangan, wajah, dan seluruh

⁵² Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, *Kajian Retorika Untuk Membangun Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato*, Vol, 12, Nomer, 1, Januari-April 2014.

tubuhnya. Tetapi, begitu kita tampil di muka orang banyak, kita berbicara hanya dengan kata-kata lisan saja. Kita menjadi “mesin suara”, yang mengeluarkan bunyi saja.⁵³

Ada sejumlah alasan yang mendasari mengapa kita harus menggerakkan tubuh. Pertama, cara ini menghilangkan ketegangan yang dapat mengakibatkan kegugupan. Menggerakkan tubuh dapat membunuh kebosanan. Dan terakhir, gerakan memiliki tujuan, kita bergerak ke muka untuk menunjukkan perhatian kita kepada audiens atau memberi poin penting.⁵⁴

Peribahasa Arab mengatakan, “*Lisanul hal aqwa min lisanil maqal*” (Lisan keadaan lebih kuat dari lisan ucapan). Bila anda menceritakan peristiwa duka dengan wajah ceria, orang tidak akan mempercayai anda. Anda datang ke rumah kawan anda, ia berkata “Silahkan duduk!”. Tetapi anda melihat mukanya masam, tubuhnya kaku, dan tangannya dilipat diatas dadanya. Ucapannya sopan (silahkan duduk!), tetapi keadaannya “buas”. Kata orang Arab, anda akan lebih percaya pada lisan keadaan, daripada lisan ucapan.

Para sarjana komunikasi membagi lisan keadaan kepada dua hal: gerakan fisik (physical action) atau tubuh (bodily action) dan alat-alat visual (visual aids). *Fungsi gerak fisik*. Dalam komunikasi, gerak fisik digunakan paling tidak untuk tiga hal: (1) menyampaikan makna, (2)

⁵³ Jalaluddin Rakhmat, 1996, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja RosdakaryaOffset), hlm 85

⁵⁴ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik Teori & Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm 89.

menarik perhatian, dan (3) menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat. Gerak fisik dapat digunakan untuk menggambarkan ukuran atau bentuk sesuatu. Misalnya, kedua tangan anda disusun secara vertikal – telapak tangan kanan diatas dan telapak tangan kiri dibawah.

Kemudian anda berkata “tubuhnya tinggi!”, sambil menarik tangan kanan anda keatas lagi. Lazimnya gerakan seperti itu disebut isyarat deskriptif (*descriptive gestures*). Anda juga dapat menggerakkan bagian-bagian tubuh anda untuk menegaskan sikap dan perasaan anda.

Misalnya, anda mengepalkan tinju anda dan membuka mata anda untuk menegaskan tekad anda untuk melawan. Gerak seperti itu disebut *isyarat emfatik* (*emphatic gestures*). Atau anda dapat menggunakan isyarat-isyarat yang lazim dalam kebudayaan kita. Memperllihatkan ibu jari untuk menunjukkan “hebat”. Menghadapkan kedua telapak tangan ke atas untuk memohon atau berdoa. Menggelengkan kepala untuk menyatakan “tidak”, dan sebagainya. Isyarat seperti itu disebut isyarat tradisional (*traditional gestures*).

Saya tidak menyebut “kebudayaan kita”. Ternyata isyarat-isyarat itu tidak selalu universal. Di Srilanka, orang menggelengkan kepala untuk menyatakan “ya”. Huruf “O” yang dibentuk dengan mempertemukan ibu jari dengan telunjuk berarti “okey” di Amerika Serikat dan bermakna kurang baik di Amerika latin. Begitu pula, ibu jari (jempol) jangan sekali-

kali dipergunakan untuk memberi isyarat di Iran (Di sana artinya . . . tidak berani saya katakan!).⁵⁵

E. Perkembangan Retorika

Retorika sudah ada sejak manusia dilahirkan. Namun, retorika dianggap sebagai sebuah seni bermula pada abad ke 5 sebelum masehi. Ketika kaum shophis di Yunani mengembara dari satu tempat ketempat lain untuk mengajarkan ilmu politik dan pemerintahan dengan penekanan terutama pada kemampuan dalam berpidato. Hal tersebut dilakukan untuk membujuk rakyat demi mencapai kemenangan politik.⁵⁶

kondisi tersebut membuktikan bahwa secara sistematis retorika dikembangkan pertama kali di Yunani, sehingga membeberkan istilah yang pertama tentang kepandaian dalam berbicara atau dalam bahasa Yunani disebut *techne rhetorike* yang berarti ilmu tentang seni dalam berbicara. Berikut perkembangan ilmu retorika secara garis besar yang bermula dari era klasik hingga dewasa ini. Pertama, Era Klasik. Dimana saat itu terjadi pertarungan antara dua aliran yaitu aliran *Shophis* dan Filsuf. Aliran *Shophis* beranggapan tentang bagaimana cara kita dapat berargumen untuk dapat memenangkan perkara melalui retorika dengan tidak memandang apakah itu benar ataupun tidak.

Hal tersebut berlawanan dengan aliran Filosof yang menganggap bahwa retorika hanya digunakan untuk berdialog sehingga mendapatkan sebuah kebenaran. Kedua, era abad pertengahan dimana pelajaran tentang retorika

⁵⁵Jalaluddin Rakhmat, 1996, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset), hlm 86

⁵⁶ Rajiyem, *Sejarah dan Perkembangan Retorika*, vol.17, No.2. Juni 2005.

hanya berfokus pada gaya, sehingga pada kondisi tersebut dianggap sebagai ilmu kaum penyembah berhala dan tidak perlu dipelajari karena agama kristen dapat memperlihatkan kebenarannya sendiri. Ketiga, era renaissance yang menyatakan bahwa era ini merupakan lahirnya kembali retorika sebagai suatu seni. Keempat, masa pencerahan dimana retorika menjadi sarana untuk menyampaikan suatu kebenaran. Hal ini menjadikan retorika memiliki citra yang baik seperti saat ini. Kelima, era kontemporer dimana era ini ditandai dengan pemanfaatan media massa untuk menyiarkan suatu pesan baik secara verbal maupun secara visual. Keenam, postmodernisme, dimana era ini merupakan sebuah alternatif yang diawali dengan asumsi dan nilai-nilai dari acuan yang berbeda, untuk dapat mendapatkan retorika yang berbeda pula.⁵⁷

Di samping menyampaikan makna, gerak fisik dapat memelihara dan menarik perhatian. Gerak (motion), kata para psikolog, adalah unsur penarik perhatian. Kita tertarik pada hal-hal yang bergerak (itulah sebabnya anda terpaksa memperhatikan huruf-huruf yang bergerak pada iklan di pinggir jalan). Pada diri manusia ada kecenderungan untuk meniru gerak yang dilihatnya. Lihatlah bagaimana otot-otot anda menegang ketika menyaksikan pertandingan sepak bola. Semuanya mengikuti gerak pemain. Boleh jadi anda ikut mendorong memasukkan bola dari jauh. Para psikolog menyebutnya *respon empatik* – dengan P (bukan empatik – dengan f).

Jadi, gerak – gerak tubuh anda dalam berpidato akan melibatkan pendengar untuk bergerak juga. Mereka akan ikut merasakan apa yang anda

⁵⁷ Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika* (Yogyakarta: Kanisius, 1991). hlm 9

rasakan. Bagi komunikator, gerak fisik dapat menyalurkan energi tambah dalam tubuhnya. Dengan demikian, ia mengurangi kecemasan komunikator dan meningkatkan kepercayaan diri.

Sampai disini kita berbicara tentang gerak tubuh secara umum. Ada macam-macam gerak tubuh: (1) gerak seluruh torso – misalnya anda berjalan dari satu tempat ke tempat lai, (2) gerak sebagian tubuh anda – misalnya gerak tangan, kaki, bahu, (3) ekspresi wajah, dan (4) *posture* – posisi pembicara ketika duduk atau berdiri. Diantara semua itu, yang paling efektif untuk mempengaruhi emosi

pendengar, tetapi yang paling sulit untuk dipelajari adalah ekspresi wajah. Nasihat kita mungkin sederhana saja: Berbicaralah langsung dari hati anda. Ekspresi wajah akan muncul dengan sendirinya. Mudah diucapkan, memang. Paling tidak, biasakanlah menggunakan *isyarat yang baik*.

Karakteristik isyarat yang baik. Kita mengutip lagi tulisan Glenn. R. Capp dan anaknya dalam *Basic Oral Communication* tentang ciri-ciri isyarat yang baik.

- Isyarat yang baik bersifat spontan dan alamiah. Jangan membuat-buat isyarat, anda akan kelihatan lucu. Isyarat harus lahir karena dorongan untuk mengungkapkan gagasan atau untuk menjelaskan berbagai pengertian.
- Isyarat yang baik mengkoordinasikan seluruh gerak tubuh. Bila anda mengungkapkan kebencian dengan mata yang terbuka dan tangan yang

mengepal, janganlah mulut anda tersenyum. Seluruh tubuh anda harus “terkordinasi” mengungkapkan hal yang sama.

- Isyarat yang baik dilakukan pada waktu yang tepat. Bila anda menggeleng-gelengkan kepala terlalu cepat (atau terlalu lambat) dari ucapan “tidak”, anda membuat lelucon. Gelengkan kepala tepat pada waktu menyebut “tidak”. Anggukkan kepala tepat pada saat mengucapkan “ya”. Angkat bahu anda sedikit pada waktu menyatakan “mungkin”.
- Isyarat yang baik dilakukan penuh, tidak sepotong-sepotong. Isyarat yang tidak penuh terjadi ketika pembicara ragu: bermaksud menggerakkan gerak, tetapi menahannya. Anggaplah isyarat yang penuh melewati tiga tahap – awal, klimaks, dan turun. Pada prakteknya, anda tidak boleh terlalu memperhatikan tahap-tahap ini. Konsentrasi anda harus pada gagasan yang anda sampaikan.⁵⁸
- Kekuatan isyarat itu harus sesuai dengan gagasan yang dikemukakan. Anda memukul meja dengan maksud menggebrak lawan. Anda gerakkan tangan anda yang satu secara cepat dan pukulkan pada tangan yang lain untuk menceritakan tabrakan yang keras.
- - Isyarat yang baik harus sesuai dengan besar dan jenis khalayak. Isyarat deskriptif, misalnya, lebih cepat dilakukan di hadapan khalayak yang kecil. Gerak tubuh yang “lebih hidup” harus dilakukan di hadapan anak-anak muda. Sebaliknya, dalam upacara kematian sebagai komunikator tidak terlalu banyak menggunakan isyarat atau gerak tubuh.

⁵⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan.....*, hlm 87

- Isyarat yang baik bervariasi. Janganlah terlalu banyak menggunakan satu atau dua isyarat saja. Misalnya, isyarat yang sama digunakan untuk menegaskan, menolak, menerima, atau membenci. Gunakan seluruh “repertoar” isyarat dan letakkan pada tempat dan waktu yang tepat.

Sebagai kesimpulan, ada tiga P (atau P tiga) yaitu: *poise*, *pause*, dan *pose*. *Poise* artinya kepercayaan diri, ketenangan, dan kredibilitas. *Pause* artinya hentian yang tepat – menunjukkan penggunaan suara (olah vokal) yang baik. *Pose* – seperti dalam ucapan anak muda “berpose” – adalah penampilan anda dihadapan khalayak. Jadi kapan saja anda berpidato, ingat P-3.⁵⁹ Bahasa tubuh yang kuat dan efektif dapat membantu menciptakan hubungan yang cepat dengan para pendengar, memperlihatkan rasa percaya diri pada pesan yang anda sampaikan.

Selain karakteristik isyarat yang baik berikut ini adalah sikap dan bahasa tubuh yang harus anda perhatikan ketika menjadi pembicara di depan publik:

1. **Pandangan mata.** Setiap orang ingin merasa istimewa. Setiap orang ingin merasa anda berbicara dengannya secara langsung atau bahwa mereka merupakan orang paling penting selama berbicara dengannya. Mengalihkan kontak mata merupakan cara yang paling ampuh untuk memutuskan pembicaraan.
2. **Bagi jadi tiga pada saat presentasi.** tunjukkan komentar anda pada 3 titik secara bergantian dan pilih salah satu orang yang anda tatap di

⁵⁹ Jalaluddin Rakhmat, 1996, *Retorika Modern Pendekatan Praktis.....*, hlm 88

setiap titik itu agar orang disekitarnya akan merasa anda memberikan kontak mata kepada mereka.

3. **Lakukan persiapan.** Anda harus ingat garis besar dari materi yang anda sampaikan, karena bila tidak anda akan terpeka pada membaca dan tidak menciptakan hubungan dengan pendengar anda.
4. **Jangan terpengaruh.** Jangan biarkan apapun mengganggu anda dan pendengar. Contohnya: melipat tangan, berdiri di belakang podium atau kursi, dan sebagainya.
5. **Gerakan tangan anda.** Pembicara yang hebat menggunakan lebih banyak gerakan tangan. Seorang pengajar yang mempelajari bahasa tubuh mengatakan bahwa gerakan kompleks dari dua tangan diatas pinggang merefleksikan pemikiran yang kompleks. Gerakan memberikan keyakinan pada pendengar terhadap pembicara.
6. **Lihat contoh.** Perhatikan orang-orang penting. Anda pun akan melihat dan menyadari, hampir semua kalimat yang diucapkan disertai dengan gerakan tangan. Gerakan pula anggota tubuh lainnya. Posisi agak tinggi. Tegakkan kepala dan punggung. Dengan demikian anda tampak lebih berminat, penuh perhatian, dan bersemangat.

Ciri Pidato Yang Baik

Untuk menjadi seorang *public speaker*, terutama saat berpidato, perlu juga diperhatikan apa saja 10 ciri pidato yang baik, yaitu:⁶⁰

⁶⁰ Kaisar Hamdani, *Panduan Sukses Public Speaking Dahsyat Memukau* (Yogyakarta: Araska, 2012), hlm 49-50

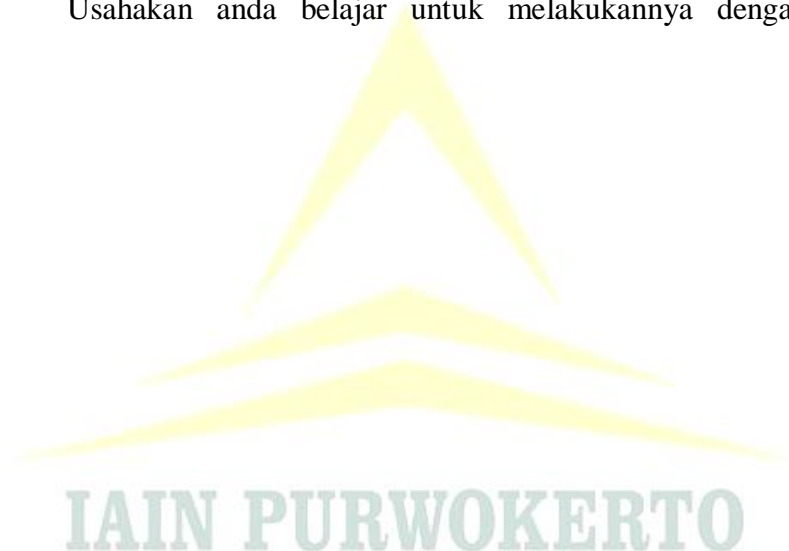
- 1) **Pidato yang saklik:** Memiliki objektivitas dan unsur-unsur yang mengandung kebenaran. Saklik juga bisa diartikan ada hubungan serasi antara isi pidato dan formulasinya. Atau ada hubungan yang jelas antara pembeberan masalah dengan fakta dan pendapat pribadi.
- 2) **Pidato yang jelas:** pembicara harus pandai memilih ungkapan dan susunan kalimat yang tepat dan jelas untuk menghindari salah pengertian. Intinya, komtor harus paham masalah yang dibicarakan.
- 3) **Pidato yang hidup:** untuk menghidupkan pidato bisa menggunakan gambar, cerita pendek atau kejadian-kejadian yang relevan dengan permasalahan yang dibicarakan sehingga memancing perhatian pendengar.
- 4) **Pidato yang memiliki tujuan:** dalam membawakan pidato, tujuan juga harus sering diulang dalam rumusan yang berbeda kalimat-kalimat yang merumuskan tujuan dan pada bagian penutup harus dirumuskan secara singkat, jelas dan padat. Lebih baik disodorkan satu pikiran dan tujuan yang jelas. Jangan terlalu banyak tujuan agar bisa diingat pendengar.
- 5) **Pidato yang memiliki klimaks:** berusaha mencapai titik puncak dalam pidato untuk memperbesar rasa ingin tahu pendengar.

- 6) **Pidato yang memiliki pengulangan:** pengulangan itu penting karena dapat memperkuat isi pidato dan memperjelas pengertian pendengar. Isi dan arti tetap sama namun dirumuskan dengan bahasa yang berbeda.
- 7) **Pidato yang berisi hal-hal yang mengejutkan:** bukan sebagai sensasi, tetapi mengejutkan yang dapat menimbulkan ketegangan yang menarik.
- 8) **Pidato yang dibatasi:** Voltaire mengatakan “rahasia membuat pendengar bosan ialah menyampaikan segala sesuatu dalam satu pidato”. Marthin luther: naiklah ke mimbar, bukalah mulutmu dan berhentilah segera! Maksudnya, supaya orang berbicara singkat tetapi padat; berarti harus membatasi diri.
- 9) **Pidato yang mengandung humor:** humor dalam pidato itu perlu hanya saja tidak boleh terlalu banyak.
- 10) **Pidato yang singkat:** menurut Tantowi Yahya, salah satu kesalahan terburuk saat anda menjadi pembicara adalah berbicara terlalu panjang. Anda tidak hanya akan membuat beberapa orang menjadi bingung, tetapi juga bisa membuat beberapa dari mereka bosan.

Oleh karena itu, pidato yang baik adalah pidato yang singkat, padat dan bermakna. Hal terakhir yang anda katakan mungkin yang paling diingat. Anda harus memiliki banyak waktu

dalam memilih dan berlatih melakukan penutupan yang dimasukkan dalam presentasi anda.

Berikan penutup yang dapat dapat memotivasi dan menginspirasi audiens, atau anda bisa melakukan dengan cara yang benar-benar berbeda dengan orang lain sesuai dengan pengalaman. Segmen terakhir (penutup) akan memiliki pengaruh kuat pada audiens hingga mereka membawanya pulang. Jangan takut untuk menggunakan humor ketika anda berbicara di depan umum. Usahakan anda belajar untuk melakukannya dengan benar.⁶¹



⁶¹ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik Teori & Praktik*.....hlm 153-156.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode memiliki dua pengertian, yaitu ilmu mengenai metode dan proses yang dilakukan sejak awal hingga akhir penelitian. Metodologi yang dimaksudkan dalam bab ini adalah prosedur ilmiah, di dalamnya termasuk pembentukan konsep, proposisi, model, hipotesis dan teori, termasuk metode itu sendiri⁶².

Metode penelitian merupakan seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan jalan keluarnya. Muhammad Nazir dalam bukunya “*metode penelitian*” menyatakan bahwa penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sangat hati-hati, secara teratur dan terus menerus untuk memecahkan suatu masalah.⁶³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian teks media dengan pendekatan kualitatif yakni, penelitian yang tidak menggunakan statistik dalam mengumpulkan data dan memberikan penafsiran terhadap hasilnya.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan peristiwa yang terjadi saat ini tanpa melakukan hipotesis atau membuat prediksi, tidak mencari hubungan atau

⁶²Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 41.

⁶³ Muhammad Nazir, *Metode Penelitian (Jakarta: Ghalia Aksara, 1989)*, hlm 15.

menjelaskan hubungan⁶⁴. Pendekatan ini menggunakan data yang diperoleh dari pengamatan dan wawancara serta dokumentasi, yang kemudian dianalisis untuk mengetahui hasil penelitian hal ini merupakan suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan jenis penelitian studi kasus menggunakan pendekatan kualitatif.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Ustadzah Afiv Fathurokhmania dalam menyampaikan dakwah.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah retorika dakwah Ustadzah Afiv Fathurohmania dalam penyampaian isi dakwahnya.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder⁶⁵.

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini dibagi dalam bentuk kata-kata dan tindakan serta sumber yang tertulis. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini disesuaikan dengan apa yang dikonsepsikan oleh Lofland, bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata

⁶⁴Jalaludin Rakhmat. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya) hlm 24

⁶⁵Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hlm. 137

atau tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁶⁶

Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara kepada subjek penelitian sebagai sumber pertama untuk mendapatkan data primer yakni Ustadzah Afiv Fathurokhmania.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta media sosial youtube yang memposting ceramah Ustadzah Afiv Fathurokhmania dan situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

⁶⁶Suharsimi Arikunto *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT Bina Aksara 1989) hlm 157

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperoleh data detail dengan waktu yang relatif lama⁶⁷. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah metode riset dimana periset melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden.⁶⁸

Sedangkan teknik wawancara yang akan digunakan yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu peneliti menyiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan diajukan sebelum melakukan wawancara agar wawancara bersifat sistematis. Sedangkan wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara spontan tanpa perencanaan terlebih dahulu. Wawancara tidak terstruktur dilakukan agar memberi kebebasan terhadap narasumber untuk menjawab pertanyaan. Wawancara yang akan peneliti lakukan adalah wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, dengan tujuan memperoleh informasi yang terkait dengan rumusan masalah.

⁶⁷Maryadi, dkk., *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010), hlm. 14

⁶⁸Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006) Hal. 65.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian, yang mencakup interaksi dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diteliti. Dalam metode ini ada dua jenis metode observasi, yaitu observasi partisipan dan non partisipan⁶⁹

Observasi yang akan peneliti lakukan adalah metode observasi partisipan terbuka, atau nampak dimana peneliti merupakan partisipan sebagai mad'u, peneliti akan mengikuti ceramah secara langsung dan melakukan pengamatan saat Ustadzah Afiv Fatur Rohmania sedang ceramah di kanal youtube.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik atau dokumen privat.⁷⁰ Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data berupa foto proses penyampaian dakwah ustadzah Afiv Fathurokhmania.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat

⁶⁹Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis...* hlm.106-107

⁷⁰Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis...* hlm. 116

ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Riset kualitatif adalah riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep)⁷¹

Ada 3 tahapan analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, display, dan conclusion/ verification.⁷²

1. Reduksi Data

Maksud dari reduksi data adalah kita sebagai peneliti merangkum, memilah dan memilih, dan melakukan kategorisasi dari data-data yang kita dapatkan dari sumber data melalui beragam teknik pengumpulan data yang kita lakukan. Dalam penelitian kualitatif, data utamanya berupa kata-kata dan tindakan. Data yang akan direduksi adalah hasil dari pengumpulan data terhadap subjek dan objek penelitian yang dalam hal ini data yang masuk dalam proses dakwah ustadzah Afiv Fathurokhmania, yaitu berupa data-data yang tidak menunjang penelitian yang dilaksanakan.

2. Display Data

Display data adalah menyajikan data kualitatif menurut bentuk/pola tertentu yang dapat dilakukan dalam bentuk bagan, grafik, uraian singkat, matrik, chart, dan network. Ketika pola-pola yang ditemukan oleh peneliti telah dilengkapi dan didukung oleh data, maka pola itu menjadi pola baku yang selanjutnya dapat disajikan dalam

⁷¹Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis...* hlm. 192.

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 63

penelitian. Data utama dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan melalui proses wawancara dan pengamatan, direkam melalui pencatatan secara tertulis dan pengambilan gambar berupa foto

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Proses data selanjutnya yang harus dilakukan adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menorganisir data, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain⁷³. Metode analisis data ini penulis gunakan untuk menganalisis data-data yang telah penulis peroleh, baik melalui wawancara, observasi maupun dekumnetasi.

Untuk melakukan analisis data tersebut, peneliti menggunakan teknik atau cara berfikir induktif. Teknik induktif proses logika yang berangkat dari data empirik lewat observasi menuju kepada suatu teori. Dengan kata lain, teknik induktif adalah proses mengorganisasikan fakta-fakta atau hasil-hasil pengamatan yang terpisah-pisah menjadi suatu rangkaian hubungan atau suatu generalisasi⁷⁴.

⁷³Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ..., hlm. 248

⁷⁴Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, ..., hlm. 47

Teknik ini peneliti gunakan untuk mengorganisasikan data atau hasil-hasil pengamatan tentang retorika dakwah Ustadzah Afiv Fathurohmania dalam media youtube.



BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian data

1. Profil Ustadzah Afiv Fatur Rohmania

Ustadzah Afiv Fatur Rohmania dilahirkan di Banyumas 14 Juli 1996, Sejak tahun 2003 usia 8 tahun kls 3 SD sudah mempunyai kemampuan berbicara yang baik atau biasa menjadi Da'i pada acara pengajian, rutin, dan acara majelis yang diselenggarakan oleh masyarakat di sekitar daerahnya. Selain itu Beliau juga aktif berorganisasi pada saat masih nyantri di Ponpes Asyariah Wonosobo pernah menjadi Sekrertaris IPPNU PAC Selomerto Wonosobo tahun 2012- 2013. Setelah itu juga menjadi ketua PAC IPPNU KALIBAGOR sampai dengan tahun 2017 dan pada tahun 2018 sampai sekarang masih aktif menjadi pengurus PC Fatayat Kabupaten Banyumas.

Adapun kegiatan Ustadzah Afiv Fatur Rohmania yakni memenuhi jadwal undangan pengajian di dalam kota luar kota dalam dan luar negeri, melaksanakan pengajian rutin di yayasan sendiri setiap satu bulan sekali dan rutin dibawah naungan yaysan sendiri yang bernama Rumah Dakwah Nusantara memiliki jamaah di beberapa kabupaten se-Barlingmascakeb yang totalnya ada lima majelis adapun majelis tersebut yaitu rolikuran, pitulikuran, wolulasan, sawelasan, dan pitulasan. Kegiatan yang dilakukan di dalam yayasan Rumah dakwah Nusantara adalah menulis, membuat lagu, dan belajar membuat teks ceramah dan juga

terdapat kegiatan yang melibatkan dai-dai'yah se-nusantara untuk memiliki rumah dakwah sendiri.⁷⁵

Strategi dakwah yang digunakan Ustadzah Afiv Fatur Rohmania dalam berdakwah adalah membuat lagu untuk nantinya menjadi salah satu gaya dakwahnya yang semangat tapi menenangkan hati para jamaah.

Dalam bab 4 ini peneliti akan menyajikan dan melakukan analisis data. Mendeskripsikan video yang diteliti, mentranskrip isi ceramah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania dan yang terakhir adalah menganalisis isi video sesuai dengan rumusan masalah dengan metode yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini penyajian data akan dilakukan dengan mendeskripsikan objek yang akan diteliti, sehingga dalam penelitian ini penulis akan menyajikan sebuah data dengan mendeskripsikan video dan juga menuliskan isi ceramah Ustadzah Afif yang diunggah melalui media *youtube*.

1. Deskripsi Video Ceramah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania Pada Media *Youtube*. Audiens yang hadir pada kajian tersebut didominasi oleh para bapak-bapak dan ibu-ibu mereka antusias saat mendengarkan ceramah dari Ustadzah Afiv Fatur Rohman. Bahasa yang digunakan oleh Ustadzah Afiv yang terkesan luwes dan tidak kaku menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi audience. Model ceramahnya dia juga sangat bagus yakni dengan bercerita pengalaman pribadi, mengambil kisah

⁷⁵ Wawancara dengan Afiv Fatur Rohmania. Pada tanggal 10 Desember 2020.

teladan para sahabat nabi dan menggunakan bahasa daerah yakni bahasa Jawa ngapak Banyumasan.

Disetiap dakwahnya juga selalu diselingi nyanyian sholawat yang diaransemen oleh Ustadzah Afiv sendiri guna menyampaikan pesan dakwahnya. Model yang seperti ini banyak diminati oleh audience karena terkesan tidak membosankan, audience merasa terhibur dan pesan yang ingin disampaikan tercapai.

2. Teks Tausiyah Ustadzah Afiv

“Modal masuk surga” yang disampaikan dalam rangka Tasyakuran Walimatul Khitan Dan Aqiqah Ananda Firman Maulana dean Malik Leksmata Putra Bapak Turahman bertempat di Desa Bungkanel Kecamatan Karanganyar Kabupaten Purbalingga pada 17 Agustus 2019.

Part 1

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.
Bismilahirrahminarrahim. Wabihinastain waalaumuridunya wadzin wala alihi washohbihi ajmain.

Hadrotal mukhtaromin, poro alim ulama, poro kyai, ustadza dan Ustadzah yang ingkang kawulu hormati boten kesupen sohibul hajat bapak Turahman dan juga pengantin khitan firman maulana dan malik lekmana. dan sedoyo panitia pengajian. Ndaluniki kulo lan panjenengan sampun ngeliwati dinten sing pundi 74 tahun yang lalu negara kita berjuang mati-matian pahlawan kita berjuang mati-matian untuk memerdekakan negara Indonesia. ngantos sepriki Aman. Damai, sejahtera. Cuman sayang sing merdeka negarane moral akhlake dreng merdeka ngibadahe dereng merdeka iman takwakne dereng merdeka. Mugi-mugi. Lantaran pengajian ndalu menika sing wau tindak, insyallah kondur pengajian merdeka ngibadahe, iman takwane lan merdeka lahir batine

Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan nabi kita nabi Muhammad SAW. Bapak ibu hadirin hadirat roikhimaumullah Wau sonten, pihak kulo telpon kalih pak Turahman niku acara npo terose acara aqiqah kalih walimatul khitan. Kulo wau

mireng acarane khitan kalih aqiqah rasanae kulo seneng bangga, kening npo kulo bangga ? katah tiyang nyepiti anake tapi dereng diaqiqah nopo luput mba Afivah ? luput tah mboten tapi kirang pas. Ind (Sebab khitan itu sunah yang diharuskan aqiqah niku hukumnya wajib. “ngga boleh meninggalkan yang wajib untuk melanjutkan yang sunah).

Mulane wong tua ngadahi tanggaung jawab gangsal bapak ibu sing kudu disempurnaken. Sapa wong tua sing mati ninggalna limang kewajib niki mangka wong tua niki tidak bisa masuk surga walaupun ibadahe sampun sempurna. Jenengan niku pirsane npo mbten teng akhirat wonten pinten panggenan ? onten tigo pertama nerka kapingh kalih ashabul a'raf kaping tigone surga. Npo niku ashabul a'raf ? niku panggenan kange Tiyang sing ngibadahe sampun cukup mlebet surga cuman siji ninggalna utang kalih tiyang sing dereng nge-qahi anake. Jembreg kupinge ! Nek masalah utang mandan gampang masalahe setiap tiyang mati gadahi ahli waris, kae sing ndue sangkutan karo kaki Turahman.⁷⁶

Part 2

Mulane nek utang aja meneng-meneg, kie biasane ibu-ibu aku utang disitlah aja ngomong sapa-sapa ngko tak sahuri ikih aja ngmnong bojoku ya ngko tak cicil ikih bojoku cerewet apa-apa diomong. Lah terus nek njenengan seda bojone sampean ora ngerti ? maka selamanya njenengan teng ngriki ashabul a'raf karena selamanya tidak ada ahli waris sing nayur utang . “yang sulit adalah aqiqah sebab sing namine aqiqah niku tidak bisa diwakilkan aqiqah mboten saged diwakilaken aqiqah harus berdasarkan adab akad akal yang benar. Mulane mba afivah aku aku durung diaqiqah kie anake aku ya durung aqiqah terus aku ndisit kanggo sapa ? karena wajib wont tua mbayar aqiqah kanggo anake, ora bisa diwakilna kakine ora bisa diwakilna ninine.Sampai kapanpun menjadi kewajiban orang tua. Tapi kie aong tuane wis mati apa ora bisa ngeaqiqahi awake dwek ?

Jumhur ulama mengatakan, sebagian bahwa aqiqah dibayarkan sendiri hukumnya tidak sah kenapa? Sahnya aqiqah berdasarkan akad syariat yang berlaku. Onten ulama sing mengatakan bahwa aqiqah bisa dilakukan pribadi dengan syarat hewan yang untuk aqiqah diberikan kepada anak yatim untuk menghapuskan dosa-dosa orang tua yang dulu pernah lupa khilaf tidak membayarkan aqiqah. Kenapa harus ke anak yatim ? karena nek dibagi maring wong liya urnung kinaruan aqiqah niki ditampa sebab belum tentu menggunakan akad syariat yang benar.

⁷⁶“Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020. <https://youtu.be/Qooz93rE82s>

Niku nk wes mati apa maning nk esih urip, kadang katah wong tuane esih urip tapi dewek maring pasar tuku wedus dewek disembeleh dewek nggo ngeqahi awake dewek, sah npo mboten ? mboten harus dengan akad jenengan kedah matur maring tiyang sepuh. “kie pa ma aku ndue duit telung juta nggo tuku wedus 2 nggo ngeqahi aku ma” terus biyunge ngomong mana koe bae aku tah ora mudenong mumet ngurusi kaya kue wes nganah koe bae tuli ora papa” Nek mpun wonten akad kados ngoten nembea ngsal tapi nek ujug- ujug tuku wedus dewek sembeleh dwek nggo aqiqah dewek niku mboten saged karena orang tuanya masih hidup. Itupun dengan syarat anake wes diaqiqah kabeh.

Sesungguhnya bayaran qurban yang bukan termasuk nadzar karena hewan qurban disembeleh hukumnya sunah muakad kecuali kalo nadzar kalo nadzar masuknya wajib.

Siapapun yang membayar qurban ning anake durung diaqiqah maka qurban yang mereka sembeleh hanya mendapatkan pahala shadaqah daging, mboten angsal pahala qurban. benten mboten pahala shadaqah daging dengan pahala qurban ? pahala shadaqah daging sing mangan wong sedesa pahala shadaqah niku tetep siji karena njenengan melakukan itu satu kali setahun ning pahala qurban dinilai setiap wulu setiap wulu teng wedus niku setiap wulu teng sapi niku dinilai satu kebaikan berarti nek teng wedus niku wonten sewu wulu njenengan sepotongan kambing angsal sewu ganjaran dikali 10 x dikali 700 x lipat karena satu kebaikan hewan qurban dinilai sebagai 10 pahala dan setiap 10 pahala x dikali 700 x lipat.⁷⁷

Part 3

Dadi aja ngango wudele dewek Ibu ibu dadi kulo merasa seneng nang Bungkanel ana wong pinter Akeh wong berilmu buktine wonten tiyang ngewontenaken khitan kalihatan aqiqoh secara bersamaan mugi-mugi saged kangge kibrat saged ngge contohe ngge panjenengan nk ngewontenaken khitan aja klalen sisan karo ngeqahi , syukur-syukur karo jenengi sisan ngeqahi sebab limang tingkatan sing kudu disempurnaaken wong tuwa. Lima tingkat Kewajiban orang tua terhadap anaknya

1. Memberi nama anak sing apik-apik
2. Membayar aqiqah,
3. Mendidik anak
4. Mengkhitankan

Menikahkan anaknya Aqiqah kue nomer loro mergane nk ngasi dinikahaken tapi aqiqah urung dilakuoni biasan nganti mati aqiqah ora dibayari Naudzubilah mindzalik, mugi-mugi oparing istiqomah “Jembngreng kupinge” tiyang sing ngeqahi anake, nghitana

⁷⁷Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020. <https://youtu.be/Qooz93rE82s>.

anake, nikahna anake niku disebut ngislami ngislamaken kenging npo ? setiap anak sing mbyari aqiqah, nyepiti anake sing nikahna putra putrine disebut tambahing bobot sempurna iman Islame. Dasare npo al-quran dan assunah dan jumhur para ulama.

Ibu –ibu, Kenapa hal niku kedah disampaiaken secara mendetail meski jawabane pada, Njnengan tak takoni nk kon milih melebu surga apa neraka milih pundi ? Njenegan islam sholat, ngaji ? Kulo taken kalih tiyang sing mboten islam milih surga apa neraka, kulo taken kalih sing mboten ngaji arep milih surga apa neraka jawabane pada milih surga, Kie masalahe kenagapa dewek kon nglakoni adab syariat sing bener sebab sampena kulo ora gelem susah, Ora nana wong sing cita-citane mlebu neraka Gemblug apa ! Ora nana Ora tahu ngaji bhe pengine mlebu surga Karena tidak ada satupun orang yang kepengin hidup susah atau rekasa Lan sing namimne surga niku mboten gratis surga niku mboten gratis, kulo tak taken kalih jenengan ? Dong riyin wonten raskin beras miskin sing saking pemerintah nek njenegan tumbas raskin niku mbyar sekilo pinten ? sewu rupiah padahal sing jenege raskin kue mambune apek, dipangan ora enak , didol ora payu diempakna entong entoge mendem, nggo kondangan bhe kadang sing nampani ngresulah Ngeh mboten ? beten kalih sing saniki namine rastra berasnya lebih bagus Ngeh bten ? enak dimaem dienggo kondangan ora ngisin-ngisina didol mandan payu larang.

Sing lagi tak ceritakna raskin, kayang apa kie dewek pengin olih beras raskin kepengin mangan beras sing beda kaya nang warung ning kondisi beras apik berase ora enak bhe kudu mbyar. Apa maning kie surga pak? Surga low sing npo-npo wonten Saniki mungkin pak lurah mboten kemecer engin due bojo kaya nyong tapi ora bisa diwujudkanna karena aku wes due bojo pak lurah juga wes semono uga.⁷⁸

Part 4

Jadilah manusia yang hidup dengan hati yang tenang
Menyanyikan sholawat yang diaransemen sendiri sebagai penutup

Tobo siji mongso

Mongso kang banget banget mulyane

Marang kang wong kang ngamalke

Firman mulyo npangerane

Monggo ngaji kondur diamalke ben no slamet dunyo akhirate

Monggo ngaji kondur diamalke ben slamet dunyo akhirate

Sluku-sluku batok batoke ela elo

Sliramu menyang solo

Le elohe payung mutho

Majentiti lo lo lobah

⁷⁸Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020.
<https://youtu.be/Qooz93rE82s>

Wong mati ora obah yen obah medeni bocah
 Nk urip ngolek ow duit
 Ojo podo ningalno mulyo syarat utama
 ben paringan tenang batine munggo klawan ibadahe
 Sijio tingalno limo dosa gedene
 kang mbangkruti mulyo ganjarane
 Ngati-ngati gede waspadane
 Ben slamet dunia akhirate
 Allahuma sholi wa shalim alla sayidni wamaulana muhamadzin
 Adzadama fiili mila hisholatan bidzawami mulki lakhi
 sholatan dzaimatan bidawami mulkhi lahi.⁷⁹

Bismilahirahmanirahim

“Yauama tajidu kullu nafsin ma amilat min syui min khoyir mukhdoro
 wa ma amilat min syui tawadzu lau ana baynaha wabanayhu amadzam
 baita wayukhadirukumu wallahu nafsah wallahu ruufum bil ibad”

يَوْمَ تَجِدُ كُلُّ نَفْسٍ مَّا عَمِلَتْ مِنْ خَيْرٍ مُّحَضَّرًا وَمَا عَمِلَتْ مِنْ سُوءٍ تَوَدُّ لَوْ أَنَّ
 بَيْنَهُ أَمَدًا بَعْدًا وَيُحَذِّرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَاللَّهُ رَءُوفٌ بِالْعِبَادِ

Surat Ali-imran 03 ayat 30

Pada hari ketika tiap-tiap diri mendapati segala kebajikan
 dihadapkan (dimukanya), begitu (juga) kejahatan yang Telah
 dikerjakannya; ia ingin kalau kiranya antara ia dengan hari itu ada masa
 yang jauh; dan Allah memperingatkan kamu terhadap siksa-Nya. dan
 Allah sangat Penyayang kepada hamba-hamba-Nya.

B. Analisis Data

Data primer yang disajikan oleh peneliti adalah video Dakwah
 Ustadzah Afiv Fatur Rohmania dalam tausiyahnya dalam rangka Tasyakuran
 Walimatul Khitan Dan Aqiqah Ananda Firman Maulana dean Malik
 Leksmna Putra Bapak Turahman bertempat di Desa Bungkanel Kecamatan
 Karanganyar Kabupaten Purbalingga pada 17 Agustus 2019 dan
 dipublikasikan oleh pemilik akun bernama Pojok Tradisi pada 20 Agustus
 2019.

⁷⁹Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020.
<https://youtu.be/Qooz93rE82s>

Retorika dakwah Ustadzah Afiv lebih didominasi penggunaan bahasa daerah Jawa yaitu bahasa khas ngapak Banyumasan karena beliau lebih sering berdakwah di wilayah Bralingmascakeb atau karesidenan Banyumas yang meliputi Kabupaten, Banyumas sendiri, Cilacap, Banjarnegara, Kebumen dan Purbalingga. Meski sering berdakwah di daerah sendiri Ustadzah Afiv juga tidak menutup diri untuk berdakwah selain di wilayah Bralingmascakeb.

Dalam penyajian data ini akan dijelaskan bagaimana retorika dakwah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania di Youtube. Untuk mengungkapkan retorika dakwah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania dengan judul modal masuk surga, Youtube adalah salah satu media bagi umat Muslim untuk melakukan dakwah di zaman teknologi. Youtube berpotensi sebagai media yang diakses hampir semua orang di Indonesia. Tercatat tahun 2020 Indonesia menjadi salah satu Negara pengakses Youtube terbesar We Are Social menemukan ada peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di medsos Adapun medsos yang paling banyak 'ditongkrongi' oleh pengguna internet Indonesia dari paling teratas adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, Sina Weibo.⁸⁰ Hasil analisis data Ustadzah Afiv lebih sering menggunakan bahasa Jawa ngapak Banyumasan seperti : penggunaan kata “jembreng kupinge”, kalimat “Ora tahu ngaji bhe pengine mlebu surga” .

⁸⁰ Agus Tri Haryanto. *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Detik.com

bahasa percakapan seperti : “Benten mboten pahala shadaqah daging kalih pahala qurban”. dan bahasa tidak resmi seperti : kalimat “Sebab khitan itu sunah yang diharuskan aqiqah niku hukumnya wajib”.

1. Gaya bahasa dan makna kata dakwah Ustadzah Afiv Fatur Rohmania di youtube.

Gaya bahasa yang digunakan oleh Ustadzah Afiv lebih didominasi penggunaan bahasa ngapak khas Banyumasan yang sering digunakan dalam setiap dakwahnya.⁸¹

Gaya bahasa yang digunakan	Signifer	Signified
Bahasa tidak resmi	Siapapun yang membayar qurban ning anake durung diaqiqah maka qurban yang mereka sembelih hanya mendapatkan pahala shadaqah daging, mboten angsal pahala qurban.	Makna dari kalimat di samping yakni pesan agar jama'ah lebih mendahulukan aqiqah dari pada qurban.
	Lima tingkat Kewajiban orang tua terhadap anaknya: 5. Memberi nama anak sing apik-apik 6. Membayar aqiqah, 7. Mendidik anak 8. Mengkhitan 9. Menikahkan anaknya	Maknanya adalah sebagai orang tua harus melaksanakan kewajibannya terhadap anak.

⁸¹ Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020. <https://youtu.be/Qooz93rE82s>.

	Onten ulama sing mengatakan bahwa aqiqah bisa dilakukan pribadi dengan syarat hewan yang untuk aqiqah diberikan kepada anak yatim untuk menghapuskan dosa-dosa orang tua yang dulu pernah lupa khilaf	Maknanya boleh melaksanakan aqiqah secara pribadi asalkan sesuai syarat dan ketentuan dalam fiqih.
Bahasa percakapan	Kenapa masalah aqiqah niku kedah disampaiken secara mendetail?	Makna kalimat di samping merupakan penekakan terhadap tatacara aqiqah yang sesuai ketentuan dan syarat yang berlaku dalam hukum Islam
	Jumhur ulama mengatakan, sebagian bahwa aqiqah dibayarkan sendiri hukumnya tidak sah kenapa? Sahnya aqiqah berdasarkan akad syariat yang berlaku.	Maknanya adalah Ustadzah Afiv menjelaskan tentang ketentuan para ulama dalam mengatur hukum aqiqah.
	Niku nk wes mati apa maning nk esih urip, kadang katah wong tuane esih urip tapi dewek maring pasar tuku wedus dewek disembeleh dewek nggo ngeqahi awake dewek, sah npo mboten ?	Kalimat disamping dimaknai tidak boleh melaksanakan aqiqah menurut ketentuan sendiri.
	Sing lagi tak ceritakna raskin, kayang apa kie dewek pengin	Makna kalimat bermakna bahwa

	<p>olih beras raskin kepingin mangan beras sing beda kayang warung ning kondisi beras apik berase ora enak bhe kudu mbyar. Apa maning kie surga pak?</p>	<p>segala sesuatu dapat terwujud dibutuhkan sebuah usaha dan modal.</p>
--	--	---

a. Bahasa Tubuh Ustadzah Afiv di Youtube

Dalam penyajian data ini akan dijelaskan bagaimana gaya retorika dakwah Afiv Fatur Rohmania dalam tausyiahnya dengan tema.⁸²

Untuk mengetahui gaya retorika tersebut maka peneliti menggunakan analisis semiotic model Ferdinand De Saussure. menurut Saussure tanda mempunyai dua entitas, yaitu *Signifire* dan *Signified* atau “Tanda dan Makna” atau bisa disebut juga “Penanda dan Petanda”. *Signifire* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang dituliskan atau dibaca. *Signified* adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dan bahasa. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mentaltersebut dinamakan *Signification*. Dengan kata lain *Signification* adalah upaya dalam member makna terhadap dunia.

⁸²Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020. <https://youtu.be/Qooz93rE82s>.

Berdasarkan pengertian diatas. Peneliti akan menganalisis tanda yang berupa audio visual dengan analisis bentuk gambar dan bunyinya terhadap objek yang menjadi penelitian. Ceramah ustadzah Afiv yang diupload di akun youtube pojok tradisi ini sudah dianalisis sebagai berikut :⁸³


Gambar 1

Signifier (penanda)	Signified (Petanda)
	<p>Ustadzah Afiv Fatur Rohmania senyum dengan posisi badan duduk dikursi. Ustadzah Afiv menggunakan gaya berpakaian syar'i dengan kerudung panjangnya yang hampir seluruh badan tanpa corak dengan ciput didalamnya. Baju lengan panjang dengan bahan kaos ini menandakan bahwa menunjukkan kepribadian Ustadzah Afiv yang ramah dan easy going. Juga menyesuaikan dengan tema dan suasana.</p>

IAIN PURWOKERTO

⁸³Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020. <https://youtu.be/Qooz93rE82s>.


Gambar 2

Signifier (penanda)	Signified (Petanda)
	<p>Ustadzah Afiv Fatur Rohmania sedikit senyum dengan posisi badan duduk di kursi sambil menoleh kearah Jama'ah. Hal ini menunjukkan kehangatan dalam penyampaian materi yang disampaikan kepada audiens atau jama'ah pengajian</p>

Pada *Signifier* (Penanda) ekspresi wajah Ustadzah Afiv sedang bercerita dan *Signified* (Petanda) Ekspresi wajah Ustadzah Afiv yang senyum dan tatapan kedepan.

Signification atau makna yang disampaikan oleh gambar diatas adalah Ekspresi wajah Ustadzah Afiv yang tersenyum dan tatapan kedepan ini menandakan penyesuaian ekspresi wajah terhadap materi. Wajah senyum menurut Psikologi berarti apa yang disampaikan ini bernuansa humor dan biasanya humor yang disisipkan dalam sebuah materi dakwah lebih mengena. Kerudung panjang coklat polosnya ini memberi kesan bahwa penampilan yang sederhana namun elegan. sebagai seorang dai sebaiknya tidak berhias yang berlebihan atau dalam Islam disebut *Tabarruj*.

Signifier (penanda)	Signified (Petanda)
	<p>Ustadzah Afiv Fatur Rohmania sedikit membungkukan kepala dengan posisi badan duduk di kursi sambil membaca ayat Al-Quran. Hal ini menunjukkan kehusyuan dalam penyampaian materi yang disampaikan kepada audiens atau jama'ah pengajian agar didengarkan dengan hikmat dan seksama.</p>

Signifier (penanda)	Signified (Petanda)
	<p>Ustadzah Afiv Fatur Rohmania sedikit menghadap ke kanan dengan posisi badan duduk di kursi sambil menyanyikan sholawat yang biasanya sudah di aransemen sendiri. Hal ini menunjukkan variasi dalam penyampaian materi yang disampaikan kepada audiens atau jama'ah pengajian agar jama'ah tidak merasa bosan.</p>

Pada *Signifier* (Penanda) terlihat Ustadzah Afiv menoleh ke arah kanannya sambil tersenyum. *Signification* atau makna yang disampaikan oleh gambar di atas adalah Ustadzah Afiv senyum sambil menoleh ke kanan ini menunjukkan ciri-ciri sikap berpidato yang baik yakni dengan menatap audiens dan membagi menjadi 3 titik, yakni kanan, tengah, dan kiri. Agar semua audiens dapat memandang dan menyimak dengan baik taustyahnya.

2. Interpretasi Teori

Dari segi Olah Verbal Menurut teori retorika ada 3 bahasa yang dapat digunakan untuk berdakwah. Pertama gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi dan gaya bahasa percakapan. Ustadzah Afiv menerapkan gaya bahasa ngapak Banyumsan yang tidak resmi dan gaya bahasa percakapan dalam dakwahnya.

Contoh penggunaan bahasa tidak resmi:

- Kata tidak berubah menjadi ngga seperti dalam kutipan kalimat
“Ngga boleh meninggalkan yang wajib untuk melanjutkan yang sunah”

Karakteristik gaya bahasa yang tidak resmi bernada lebih santai kata yang digunakan cenderung sederhana dan lebih didominasi pengguna bahasa jawa ngapak khas Banyumasan. penggunaan bahasa percakapan terutama dalam dialek Banyumasan memang sangat efektif jika audience juga merupakan warga yang masih dalam lingkup Jawa terutama Jawa Tengah.

Karakteristik gaya bahasa percakapan adalah kalimatnya yang singkat dan cenderung seperti bahasa tutur. Bahasa ini cocok digunakan ketika berdakwah dengan bercerita.

Dari segi Olah Vokal Menurut teori Retorika Jalaludin Rahmat Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam olah vokal: *Kejelasan* (intelligibility), *keragaman* (Variety), dan *ritma* (rhythm).

Pelafalan Ustadzah Afiv ketika berdakwah jelas. Memiliki ciri khas serak-serak basah, Artikulasinya terdengar dan hampir tidak ada yang menggumam. Huruf vocal dan konsonannya juga terdengar jelas. Kosa kata yang digunakan juga kaya, bukan hanya Bahasa Jawa Banyumasan saja tapi juga Bahasa Indonesia dan bahasa asing seperti bahasa Arab juga sering kali digunakan dalam berdakwah.⁸⁴

Contohnya:

- Dalam bahasa Arab kata tawadzu

Bahkan lantunan ayat suci Al-quran yang dibacaknya terdengar sangat fasih dan tartil seperti yang Ustadzah Afiv bacakan adalah surah Ali-imran ayat 30.

Ritma yang dipakai oleh Ustadzah Afiv juga sesuai dengan kata yang diucapkan. Apabila sedih maka ritma suaranya mendayu-dayu dan perlahan. Apabila bahagia maka suaranya agak naik nadanya. Apabila marah dan jengkel maka ada nada menggerutunya yaitu nada rendah. Agar pesan tersampaikan Ustadzah Afiv juga memperhatikan tanda berhenti (*pause*).

Dengan menggunakan kata-kata yang seperti itu Ustadzah Afiv memiliki keuntungan yakni beliau dapat menarik anak muda untuk selalu memperhatikan tausyiahnya. Anak muda juga lebih mudah untuk memahami apa yang dimaksud Ustadzah Afiv dalam materinya.

⁸⁴Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020. <https://youtu.be/Qooz93rE82s>.

Dari Segi Olah Visual atau Bahasa Tubuh Ekspresi yang ditunjukkan Ustadzah Afiv juga bervariasi, beliau berekspresi sesuai dengan kata yang diucapkannya.

Seperti:

- Ketika menyanyikan sholawat yang diaransemen sendiri beliau menunjukkan raut wajah yang bahagia dan menjiwai sholawat yang dibawakannya.
- Ketika sedang membaca ayat suci Al-quran beliau menunjukkan mimik wajah yang khsyu dan meresapi bacaanya.
- Ketika bercerita tentang hukum aqiqah menurut jumhur ulama beliau serius karena berkaitan dengan pemahaman jam'ah mengenai aqiqah.

Gaya berbusana Ustadzah Afiv juga tergolong sederhana namun elegan. Ini mendukung performancenya diatas panggung, beliau terlihat sangat anggun dengan balutan kerudung panjang. Make up yang digunakan juga *flawless*. Bahasa tubuhnya sederhana dan tidak berlebihan. Menurut teori Retorika, berpidato yang baik itu adalah pidato yang pembicaranya dapat memandang seluruh audiens dengan 3 titik, yakni: kanan, tengah, dan kiri.⁸⁵

Ustadzah Afiv sudah menerapkannya dalam retorika dakwahnya. Sikap posisi berdiri dan melihat kearah audience ini menandakan Ustadzah Afiv menghargai keberadaan dari audience dan menghargainya

⁸⁵Modal masuk surga” Youtube. Youtube, 8 Desember 2020. <https://youtu.be/Qooz93rE82s>.

Performance Ustadzah Afiv saat berdakwah sangat cocok untuk anak muda, bisa dikatakan lengkap.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitan skripsi ini dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Retorika Ustadzah Afiv dan Olah Verbal, Ustadzah Afiv menggunakan Bahasa yang bervariasi yakni: bahasa tidak resmi terutama penggunaan bahasa jawa ngapak Banyumasan dan bahasa percakapan.
2. Olah Vocal Ustadzah Afiv pengucapan dan pelafalannya jelas. Hampir tidak bergumam dan serak-serak basah merupakan ciri khas beliau.
3. Olah Visual atau Bahasa tubuh dari Ustadzah Afiv tidak banyak dan cenderung sangat sederhana. Hanya menoleh ke kanan, ke kiri, mengangkat tangannya, dan menutup tangannya kedepan. Gaya bicaranya menyesuaikan dengan jamaahnya.

B. Saran

Ada beberapa saran yang peneliti ajukan dalam pengembangan retorika bdakwah di youtube. Sarannya yakni:

- 1) Sebaiknya ketika berdakwah Ustadzah Afiv kadang-kadang berpindah-pindah tempat agar jamaah tidak bosan melihat da'i nya berdiri di tempat saja.
- 2) Karena menggunakan media youtube sebaiknya ketika merekam video nya menggunakan teknik shoting dan editing yang sesuai agar hasil videonya maksimal. Angle yang diambil juga harus diperhatikan, agar videonya tidak monoton.

- 3) Ketika menyampaikan dakwahnya seringkali ustadzah Afiv sedikit sekali mengambil kutipatan ayat Quran dan hadist sebaiknya ini ditambah lagi agar materi dakwah yang disampaikan lebih komprehensif.

C. Penutup

Puji syukur atas rahmat dan ridho Allah SWT, yang senantiasa membimbing dan memberikan kekuatan kepada umat yang dikehendaki-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu proses penelitian ini. Penulis menyadari pada penelitian ini banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, baik dalam segi penulisan maupun kata-kata yang kurang sesuai, hal itu dikarenakan karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan penulis. Oleh karenanya, penulis sangat mengharapkan bimbingan, kritik dan saran yang membangun guna perbaikan dan peningkatan kualitas skripsi ini. Dengan do'a dan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTKA

Buku

- Abdullah, Muhammad Qodarudin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah*. CV Penerbit Qiara Media.
- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Basit, Abdul. 2017. *Filsafat Dakwah*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Dewi Fitriana Utami, 2013. *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik Teori & Praktik* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Goris Keraf, 2000. *Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).
- Hendrikus Dori Wuwur, 1991. *Retorika* (Yogyakarta: Kanisius).
- Hamdani Kaisar, 2012. *Panduan Sukses Public Speaking Dahsyat Memukau* (Yogyakarta: Araska)
- Jaswadi Ahmad Syahroni, 2014. *Retorika* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII).
- Kriyantono Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana,)
- Lubis Busrah, 1999. *Metodologi dan Retorika Dakwah: Petunjuk Praktis Khutbah dan Pidato*, (Jakarta: PT. Tursina).
- Maryadi, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi FKIP*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2010).
- Mulyadi Yani, 1981, *Tanya Jawab Dasar-Dasar Pidato* (Bandung: Pioner Jaya).
- Munawir. Ahmad Warson, 1997. *Kamus al-munawir*. (Surabaya: Pustaka Progresif).
- Purwadarminta, 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: Liberty.
- Rahmat Jalaludin, 1999. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: PT. Rosda Karya).
- Rakhmat Jalaludin, 1999. *Retorika modern; Pendekatan Praktis*, (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya).
- Nazir Muhammad, 1989. *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Aksara)

- Rakhmat Jalaludin, 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Ratna Nyoman Kutha, 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Suardi, *Urgensi Retorika Dalam Perspektif Islam Dan Persepsi Masyarakat*, Vol.41, No.2, Desember 2017.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta)
- Wahyu Ilaihi, Lukman Hakim, Yusuf Amrozi, Tias Satrio Adhitama, 2013. *Komunikiasi Dakwah* (Sidoarjo: CV. Mitra Media Nusantara).

Skripsi

- Fauzi Achmad, 2018. “*Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Masjid Ulul Azmi, Unair Kampus C*” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya
- Muzaqi Acmad Hilmi, 2019. *Pesan Dakwah Adi Hidayat Tentang Generasi Rabbani Masa Kini Di Media Sosial Youtube (Analisi Framing Gamson dan Modigliani)*. Skripsi. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya).
- Fatimatuzahro, 2017. “*Retorika Dakwah KH. Faturrohman*” Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
- Fitriani Anis, 2018. *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah*. Skripsi. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Jakarta).
- Sixmansyah Leiza, 2004. “*Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat*” Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta
- Masrun, 2018. Skripsi:”*Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah (Keluarga Yang Dirindukan Rasulallah Saw)*” Pada Media Youtube” (Surabaya: UIN Sunan Ampel).

Jurnal

Astutik Sri, "*Kreatifitas Dan Dakwah Islamiyah,*" jurnal ilmu dakwah. Vol. 3 No. 2 Oktober 2000.

Aziz, Moch Ali, *Diklat Mata Kuliah Dakwah,* (Surabaya:Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel).

Rajiyem, *Sejarah dan Perkembangan Retorika,* vol.17, No.2. Juni 2005.

I Nengah Martha, *Retorika dan Penggunaanya Dalam Berbagai Bidang,* Vol.6, No.12, Desember 2012.

Kholid Noviyanto, *Gaya Retorika Da'i dan Prilaku Memilih Penceramah.* Vol. 01, No. 01, Juni 2014.

Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, *Kajian Retorika Untuk Membangun Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato,* Vol, 12, Nomer, 1, Januari-April 2014.

Internet

Agus Tri Haryanto. *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia.* Detik.com



IAIN PURWOKERTO