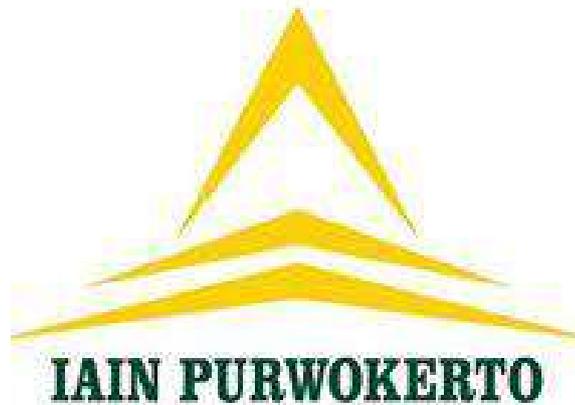


**RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI DALAM MEDIA  
SOSIAL *YOUTUBE* VIDEO TENTANG “IMAN” PADA *CHANNEL ONE*  
*MINUTE BOOSTER***



**SKRIPSI**

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

**Oleh:**  
**NOVIANA RAHMAWATI**  
**1617102029**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
2020**

# RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI DALAM MEDIA SOSIAL YOUTUBE VIDEO TENTANG IMAN PADA CHANNEL ONE MINUTE BOOSTER

NOVIANA RAHMAWATI  
NIM. 1617102029

## ABSTRAK

Dakwah pada dasarnya adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh umat Islam untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam. Berdakwah merupakan aktifitas lisan maupun tulisan yang dilakukan untuk mengajak seseorang ke jalan Allah SWT. Mengingat betapa pentingnya aktifitas dakwah, maka dakwah haruslah dilakukan dengan baik dan tepat sasaran. Hal tersebut harus diperhatikan oleh seorang *da'i* agar penyampaian dakwah benar-benar sampai ke *mad'u*. Maka dengan ilmu retorika dakwah akan bisa mengajak umat dalam kebaikan. Seperti halnya dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki yang mulai terkenal di media sosial *youtube* melalui dakwahnya. Berbeda dengan ustadz lainnya, Hanan Attaki memiliki keunikan tersendiri. Hal itu terlihat dari penyampaian dakwah, gaya bahasa yang mudah di pahami oleh semua kalangan, terutama remaja.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya retorika yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki, sehingga peneliti melihat masalah bagaimana gaya bahasa Ustadz Hanan Attaki dalam media sosial *youtube*, kemudian menganalisis video yang berjumlah 10 video yang berjudul iman pada akun *channel one minute booster*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teori Retorika dari Aristoteles. Dalam penelitian ini peneliti lebih menekankan pada sebuah tanda yang terdapat pada gaya bahasa yang digunakan Ustadz Hanan Attaki. Hasil penelitian yang didapat dari menganalisis gaya retorika Ustadz Hanan Attaki dalam ceramah yang berjudul "iman" sangat bervariasi. Seperti penggunaan gaya bahasa, UHA menggunakan gaya bahasa antara lain: bahasa tidak resmi, bahasa percakapan, bahasa sederhana, gaya mulia bertenaga, gaya bahasa menengah. Pakaian yang digunakan juga terlihat santai dan kekinian namun masih terlihat sopan. Hal tersebut dilakukan untuk mengimbangi kondisi *mad'u* yang banyak didominasi oleh kalangan para pemuda.

**Kata Kunci:** Retorika Dakwah, Iman, Ustadz Hanan Attaki, *Youtube*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b>	
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Definisi Operasional.....	7
3. Rumusan Masalah .....	9
4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
5. Kajian Pustaka .....	10
6. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II</b> <b>LANDASAN TEORI DAN RETORIKA DAKWAH</b>	
<b>A. Retorika</b>	
1. Pengertian Retorika .....	20
2. Macam-macam Retorika.....	23
3. Unsur Dasar Retorika .....	27
4. Tujuan Retorika .....	27
5. Fungsi Retorika.....	28
<b>B. Dakwah</b>	
1. Pengertian Dakwah.....	31
2. Prinsip-prinsip Dakwah .....	32

	3. Subjek dan Objek Dakwah .....	33
	4. Unsur-unsur Dakwah .....	33
	C. Retorika Dakwah	
	1. Pengertian Retorika Dakwah .....	35
	2. Penerapan Retorika dalam Dakwah.....	36
	3. Pentingnya Retorika dalam Dakwah .....	39
	D. Iman	
	1. Pengertian Iman .....	40
	2. Konsep Iman .....	41
	E. Media Sosial	
	1. Pengertian Media Sosial.....	42
	F. Youtube	
	1. Pengertian Youtube .....	43
	2. Macam-macam Konten yang ada dalam Youtube.....	44
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	47
	1. Subyek Penelitian.....	48
	2. Obyek Penelitian .....	48
	B. Sumber Data	
	1. Sumber Data Primer .....	49
	2. Sumber Data Sekunder.....	49
	C. Metode Pengumpulan Data	
	1. Observasi .....	49
	2. Dokumentasi.....	50
	3. Analisis Data .....	50
BAB IV	DESKRIPSI DATA	
	A. Biografi Ustadz Hanan Attaki .....	51
	B. Penyajian Data Konten Dakwah Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial Youtube Video Tentang Iman pada Channel One Minute Booster .....	54
	C. Channel Youtube <i>One Minute Booster</i> .....	56

	D. Pembahasan Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial Youtube video tentang “iman” .....	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan .....	87
	B. Saran-saran .....	87
	C. Penutup .....	88
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		



IAIN PURWOKERTO

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah. Artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Berkembang tidaknya Islam tergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya, karena itu di dalam Al-Qur'an menyebutkan bahwa dakwah menempati posisi yang tinggi dan mulia dalam berkembangnya agama Islam. Tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan, yang disebabkan beberapa faktor yang terjadi pada era *globalisasi* ini. Informasi tersebar luas secara instan maka umat Islam harus menyaring terlebih dahulu ketika mendapat sebuah informasi, sehingga tidak bertentangan dengan nilai-nilai ajaran agama Islam. Karena suatu kebenaran, maka Islam harus tersebar secara luas, penyampaian kebenaran tersebut merupakan tanggung jawab seluruh umat Islam. Sesuai dengan misinya "*Rahmatan Lil 'Alamin*", Islam harus ditampilkan dengan model yang menarik supaya umat lain beranggapan bahwa kehadiran Islam bukan sebagai ancaman eksistensi mereka, melainkan pembawa kedamaian dan ketentraman dalam kehidupan mereka, sekaligus sebagai pengantar menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>1</sup>

Setiap manusia secara fitrah memiliki kemampuan berbahasa. Dengan bahasa, manusia dapat mengekspresikan perasaan dan pikirannya. Bahasa adalah penemuan manusia yang paling menakjubkan.

Sejak lahir, manusia tumbuh dalam buaian serta pelukan bahasa. Berbahasa ibarat menghirup udara, setiap saat dikonsumsi tanpa mempertanyakan asal-usulnya. Manusia mulai resah ketika memasuki komunitas asing yang tidak dipahami. Ketika kata-kata dan informasi tidak lagi dapat dipahami bahkan membingungkan, manusia mulai kritis untuk

---

<sup>1</sup>Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure). *Skripsi*. (Surabaya : Uin Sunan Ampel, 2018). Hlm.1

mempertanyakan bahasa dan fungsinya. Bahasa merupakan media retorika, sedangkan retorika sering digunakan sebagai ilmu bicara yang diperlukan setiap orang.<sup>2</sup>

Ketika berbicara di depan umum, seseorang membutuhkan ilmu retorika untuk menunjang kualitas pembicaraannya. Selain itu, retorika digunakan untuk meyakinkan pendengar akan kebenaran gagasan/topik yang dibicarakan. Akan tetapi, tidak banyak orang yang mampu menggunakan retorika dengan baik dan efektif.

Setiap bentuk komunikasi adalah sebuah drama. Oleh karena itu, seorang pembicara hendaknya mampu mendramatisasi (membuat jamaah merasa menarik) terhadap pembicara. Menurut Walter Fisher dalam buku Yusuf Zaenal Abidin, setiap komunikasi adalah bentuk dari cerita (*story telling*).<sup>3</sup> Jika seseorang mampu bercerita, sesungguhnya ia mempunyai potensi untuk berceramah dan menjadi *mubaligh*. Dalam berdakwah, dibutuhkan retorika-retorika yang dapat membuat dakwah seseorang lebih mengena, efisien, dan efektif, terutama dalam mensosialisasikan ajaran-ajaran Islam sehingga retorika yang baik harus dikuasai oleh seseorang yang hendak berdakwah.<sup>4</sup>

Dalam kegiatan dakwah, setidaknya ada tiga komponen, yaitu pelaku dakwah, pesan dakwah, dan sasaran dakwah. Pendakwah adalah orang yang melakukan dakwah. Ia disebut juga *da'i*. Dalam ilmu komunikasi pendakwah adalah komunikator yaitu orang yang menyampaikan komunikasi kepada orang lain.

Dakwah juga dapat dipahami sebagai kegiatan mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula. Seperti yang tercantum dalam Q.S. An-Nahl ayat 125

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

<sup>2</sup>Yusuf Zainal Abidin, *Pengantar Retorika* (Bandung:CV Pustaka Setia, 2013), hlm.61

<sup>3</sup>Yusuf Zainal Abidin.... hlm.132

<sup>4</sup>Yusuf Zainal Abidin.... hlm.132

*Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*

Dilihat dari segi kemampuan retorika para *da'i* di Indonesia ini, masih harus diperhatikan. Terkadang seorang *da'i* kurang terampil dalam menggunakan bahasa yang akan mereka gunakan dalam menyampaikan pesan kepada *mad'u* yang bertujuan untuk menyebarluaskan agama Islam di dunia ini. Oleh karena itu, para *da'i* harus menguasai ilmu retorika agar mampu menghipnotis para *mad'u*, untuk memahami apa yang disampaikan oleh para *da'i* dan mampu mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Di era ini sudah banyak kejadian bahwa seorang *da'i* jika tidak memahami ilmu retorika yang baik akan mempengaruhi *da'i* ketika memberikan pesan. Sejauh ini masih banyak *mad'u* yang kurang memperhatikan *da'i* ketika berceramah karena kurang suka dengan gaya bahasa *da'i* tersebut.<sup>5</sup>

Untuk mengaplikasikan dakwah, maka dalam dunia dakwah kita mengenal salah satu cara agar dakwah kita diterima *mad'u*, maka caranya adalah menyampaikan dakwah tersebut dengan cara baru dan yang berbeda dengan para *da'i* lainnya. Cara yang bisa digunakan ialah berdakwah dengan media *Youtube*. Jadi, para *mad'u* dapat mendapatkan ilmu dengan melihat dan mendengar (*audio visual*). Hal ini akan semakin membuat para *mad'u* lebih tertarik untuk mendengarkan ceramah yang disampaikan, terutama para remaja.<sup>6</sup>

Pada zaman sekarang, banyak sekali para pendakwah yang memodifikasi metode dakwahnya dan menggunakan media sosial sebagai media dakwah. Ustadz Hanan Attaki misalnya, dia salah satu *da'i* Indonesia

---

<sup>5</sup>Masrun Billah. Gaya Retorika Ustadz Adi Hidayat Dalam Ceramah “Keluarga yang dirindukan Rosulullah Saw”. *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018). Hlm.11

<sup>6</sup>Aisatul Cholifah. Retorika Dakwah Ustadz Haneen Akira di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”). *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018). Hlm.4

yang menggunakan *Channel Youtube* sebagai dalam berdakwah.<sup>7</sup> Dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki yang memadukan antara bahasa, *background*, dan gambar yang disatukan dalam satu video merupakan pembaruan yang dapat ditemukan dalam dunia dakwah. Pendakwah ini mampu menciptakan suasana baru dalam kajiannya, sehingga berdampak pada setiap orang agar tidak bosan ataupun jenuh.<sup>8</sup> Selain itu, dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki tidak terpaut oleh waktu dan tempat. Jadi, kapan saja dan dimana saja seseorang dapat melihat penyampaian dakwahnya melalui akun media *Youtube* yang diunggah secara mudah dan bebas.

Tidak dapat dipungkiri bahwa banyak juga pendakwah lain yang memadukan antara gambar, video dan suara. Misalnya Muhammad Zulfikar Ali, dia juga berdakwah di media sosial *Youtube* dengan memanfaatkan video sebagai perantara pesan dakwahnya.<sup>9</sup> Pesan-pesan keagamaan yang disampaikannya tentang fenomena akhir zaman, Seperti Ustadz Abdul Somad yang berasal dari Sumatera Utara yang sering mengulas berbagai macam persoalan agama, khususnya kajian ilmu hadis dan ilmu fiqih. Ustad Adi Hidayat yang khas adalah cara menyampaikan pesan dakwahnya dengan membawa papan tulis layaknya seorang guru. Berbeda dengan Ustadz Hanan Attaki, dia lebih mendekati diri kepada *mad'u* para remaja, melalui materi dakwah yang disampaikan berupa hal-hal kecil yang sering dialami oleh para remaja saat ini. Dengan demikian, dakwah yang dilakukan oleh Hanan Attaki bersifat memotivasi para remaja, mudah untuk diterima, dan mampu membangun persepsi publik, khususnya generasi milenial.

Dakwah Ustadz Hanan Attaki dimulai dari terbentuknya Gerakan Pemuda Hijrah di daerah Bandung, tepatnya pada bulan Maret 2016. Gerakan Pemuda Hijrah yang awalnya dikenal dengan SHIFT ini dia bentuk atas dasar keprihatinannya terhadap kaum muda yang cenderung tidak rendah dalam

---

<sup>7</sup>Aisatul Cholifah. Retorika Dakwah Ustadz Haneen Akira di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”).....,Hlm.4

<sup>8</sup>Elen Inderasari, Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. *Skripsi*. (Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019). Hlm.3

<sup>9</sup>Elen Inderasari, Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram.....,Hlm.4

bidang dakwah. Gerakan dakwah pemuda hijrah ingin menanamkan nilai-nilai religius kepada anak-anak remaja, khususnya bagi generasi milenial. Menariknya di Bandung bukan hanya terdapat Komunitas SHIFT, Tetapi ada beberapa komunitas yang bergerak di bidang dakwah Islam namun komunitas SHIFT telah memiliki jumlah pengikut yang banyak, baik di media sosial maupun saat kajian yang biasa di adakan di Masjid Al-Lathif Bandung di banding komunitas-komunitas lainnya.<sup>10</sup>

Komunitas SHIFT di akun *Youtube* mempunyai *channel One Minute Booster*, di mana channel tersebut berisi video-video yang ditujukan kepada para pemuda dengan *visualisasi* yang disesuaikan dengan kehidupan para pemuda.<sup>11</sup> Dalam video ini, tema yang diambil peneliti adalah tentang iman. Pakaian yang dikenakan Ustadz Hanan Attaki dalam video ini seperti yang biasa dikenakan oleh para pemuda yang memiliki model gaya, sehingga para penonton lebih menikmati video tersebut karena penonton merasa bahwa subyek yang terdapat dalam video itu mirip dirinya.



Gambar 4.1 Video tentang iman

Ideologi dalam video *One Minute Booster* tentang “Iman” adalah ideologi agama. Bahwa ketika kita diciptakan oleh Allah, kemudian dilahirkan oleh seorang ibu, kita sudah mempunyai *Tauhidullah* (mengEsakan Allah), taat kepada Allah. Berdasarkan pesan dakwah yang di sampaikan dalam video

<sup>10</sup>Ghassani Nur Sabrina, Strategi Dakwah Partisipatif Pada Komunitas SHIFT Bandung. *Skripsi*. (Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2018). Hlm.4

<sup>11</sup>Ghassani Nur Sabrina, Strategi Dakwah Partisipatif Pada Komunitas SHIFT Bandung.....Hlm.4

Ustadz Hanan Attaki, menekankan bahwa iman adalah salah satu kebutuhan yang sangat penting untuk hidup kita.<sup>12</sup>

Ustadz Hanan Attaki ini sangat terkenal dengan sebutan Ustadz muda kekinian. Hal ini dapat di lihat dari karakteristik penggunaan bahasa yang lebih mengarah pada ragam bahasa gaul agar lebih dekat dengan anak muda zaman sekarang.<sup>13</sup> Usaha yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki tersebut bertujuan agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dan diaplikasikan oleh anak muda saat ini. Fenomena bahasa gaul yang sedang menjamah kalangan remaja dijadikan sebagai strategi Ustadz Hanan Attaki dalam menyiarkan agama islam. Bahasa ini cenderung menggunakan bahasa sehari-hari ketika berkumpul dengan teman sebaya, jadi bahasa yang digunakan tidak terlalu baku. Dengan menggunakan bahasa gaul, kedekatan antara *da'i* dengan *mad'u* menjadi lebih terasa.

Beberapa hal yang membuat Ustadz Hanan Attaki berbeda dengan pendakwah lainnya, dia juga memiliki tema-tema kekinian dan ceramah terbaru setiap harinya ketika berdakwah. Kajian-kajian dakwah yang disampaikan sasarannya adalah kaum remaja (pemuda). Kajian yang ringan, tapi berbobot ini sangat mudah diterima oleh para remaja. Dengan sedikit pengalaman hidup dan literasi gaya bahasa yang enak menjadikan Ustadz Hanan Attaki (UHA) selalu dinantikan kajian-kajian berikutnya.<sup>14</sup> Hal inilah yang membuat para remaja terinspirasi dengan Ustadz Hanan Attaki (UHA), dan tak heran jika jumlah *subscriber* dia sekarang mencapai 346 ribu *Subscriber* dengan 140 video.

## B. Definisi Operasional

---

<sup>12</sup>Alta Indah kaloka, Komunikasi Dakwah Di Media Sosial (Analisis Semiotik John Fiske Tentang Video One Minute Booster “Sabar” pada akun Instagram @pemudahijrah). *Skripsi*. Bandung : Universitas Telkom, 2019). Hlm.7

<sup>13</sup>Elen Inderasari, Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. *Skripsi*. (Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019). Hlm.5

<sup>14</sup>Eko Sumadi, Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Journal*. (Kudus : Stain Kudus, 2016). Hlm.176

## 1. Retorika

Retorika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keterampilan berbahasa secara efektif dalam karang mengarang atau seni berpidato yang muluk-muluk dan *bombastis*.<sup>15</sup>

Menurut Abdullah, arti retorika adalah seni berpidato atau mengarang/membuat naskah dengan baik. Dalam *webster's world college dictionary* disebutkan bahwa retorika adalah "*the art of speaking or writing with correctness, clearness and strength*", yakni seni berpidato atau mengarang dengan benar, teliti, jelas, dan kuat.<sup>16</sup>

Menggunakan bahasa yang indah dalam menyampaikan dakwah merupakan sesuatu hal yang sangat pokok yang harus dimiliki *mubaligh* dalam menyampaikan dakwahnya, agar pesan dakwah yang disampaikan dapat mampu diterima dengan sangat baik oleh *mad'u*.<sup>17</sup>

Seseorang yang ingin menjadi pembicara yang handal harus mampu memahami situasi dan kondisi mitra tuturnya serta mampu beradaptasi di mana dan dalam situasi bagaimana ia sedang berbicara. Untuk dapat menjadi pembicara yang demikian itu, maka pemahaman tentang retorika menjadi penting.

Jadi, retorika merupakan kegiatan untuk menarik perhatian orang lewat kepandaian berbicara, khususnya berbicara di depan umum. Dengan demikian, peran retorika sangat besar dalam menyampaikan pesan Islam, agar apa yang di sampaikan mendapat perhatian oleh pendengar, pesan-pesan tersebut harus menarik perhatian masyarakat dan penyampaiannya pun harus aktual.

## 2. Dakwah

---

<sup>15</sup>Ari Pratama Putra, Retorika KH.Ahmad Damanhuri di Depok. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011). Hlm.18

<sup>16</sup>Siti Dewi Wulandari, Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abadul Somad Di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung). *Skripsi*. (Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018). Hlm.34

<sup>17</sup>Elen Inderasari, Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. *Skripsi*. (Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019). Hlm.4

Secara bahasa (etimologi) kata dakwah berasal dari Bahasa Arab yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Kata dakwah berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan*, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil atau mengundang.<sup>18</sup>

Sedangkan pengertian dakwah menurut istilah (terminologi) sangat beragam, karena setiap ahli dakwah memberi pengertian dan sudut pandang yang berbeda-beda sehingga istilah dari suatu ahli dakwah dengan ahli yang lainnya seringkali terdapat beberapa kesamaan.<sup>19</sup>

Menurut Toha Yahya Omar mendefinisikan dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.<sup>20</sup>

### 3. Media Sosial 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.<sup>21</sup>

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.<sup>22</sup>

Contoh dari acara atau tayangan audio visual yang merupakan *new media*. Konten yang ada pada *Youtube* bisa diakses kapan saja dan di mana saja, serta memungkinkan sesama pengguna berinteraksi. Materi *audio*

---

<sup>18</sup>Nurul Fauziah, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Video Klip Demi Matahari Karya Snada. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015). Hlm.23

<sup>19</sup>Nurul Fauziah, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Video Klip Demi Matahari Karya Snada.....,Hlm.23

<sup>20</sup>Anis Fitriani, Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Jakarta, 2018). Hlm.15

<sup>21</sup>Acmad 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

<sup>22</sup>Acmad Hilmi Muzaqi, Pesan Dakwah Adi Hidayat Tentang Generasi Rabbani Masa Kini Di Media Sosial Youtube (Analisi Framing Gamson dan Modigliani). ...Hlm.31

*visual* meleburkan diri dalam *digitalisasi* dan materi tersebut hanya diakses melalui jalur internet.<sup>23</sup>

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.<sup>24</sup>

#### 4. Iman

Iman secara bahasa merupakan pengakuan hati. Sedangkan pengertian iman menurut istilah ialah “mengucapkan dengan lidah, membenarkan dengan hati dan mengerjakan dengan anggota tubuh”. Tegasnya adalah adanya perpaduan antara ucapan dengan pengakuan hati dan perilaku. Dengan kata lain pernyataan mengikrarkan dengan lidah akan kebenaran islam, membenarkan yang diikrarkan itu dengan hati dan tercermin dalam perilaku kehidupan sehari-hari dalam bentuk amal perbuatan.<sup>25</sup>

### C. Rumusan Masalah

Bagaimana Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial *Youtube* tentang “Iman” pada Chanel *One Minute Booster*?

### D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Retorika Dakwah Ustad Hanan Attaki dalam video tentang “Iman” melalui Media Sosial *Youtube* pada Chanel *One Minute Booster*.

---

<sup>23</sup>Ulfa Zulfi Pariska, Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube). *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018). Hlm.31

<sup>24</sup>Acmad, 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.32

<sup>25</sup>Amien Wahyudi, Iman dan Taqwa Bagi Guru Bimbingan Konseling. *Jurnal*. (Yogyakarta : Universitas Ahmad Dahlan, 2016). Hlm.91

## E. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis
  - a. Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pedakwah, yaitu bagaimana cara mengemas pesan yang disampaikan dakwah dalam dakwahnya.
  - b. Menambah wawasan Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah keilmuan serta wawasan baru terhadap pengembangan ilmu terutama di bidang penelitian Ilmu Dakwah, khususnya di bidang kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan tambahan bagi *da'i-da'i* untuk menyampaikan dakwahnya secara yang praktis dan mudah dipahami, agar dakwahnya dapat diterima oleh *mad'u*.

## F. Kajian Pustaka

1. Telaah Pustaka

*Skripsi* dari Leiza Sixmansyah yang berjudul *Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat* tahun 2014. Dari Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah tahun 2014. Penelitian ini menyimpulkan bahwa retorika merupakan suatu cara atau suatu metode dan suatu taktik bagaimana seseorang bisa menyampaikan dakwahnya agar sampai, kemudian ada visi misi dari dakwah itu sendiri, yaitu retorika. Jadi dalam retorika sangat dibutuhkan untuk menjadi penambah daya tarik yang disampaikan.<sup>26</sup>

Persamaan dengan penelitian ini adalah obyeknya sama-sama menggunakan retorika dakwah. Adapun perbedaannya terletak pada subyeknya, kemudian jenis penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Leiza Sixmansyah menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data teknik wawancara dan analisis dokumentasi,

---

<sup>26</sup>Leiza Sixmansyah, *Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat. Skripsi.* (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,2014). Hlm.45

sedangkan peneliti pengumpulan datanya dengan observasi dan dokumentasi.

*Skripsi* dari Elen Inderasari yang berjudul *Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram 2019*. Dari fakultas Tadris Bahasa Indonesia, Institut Agama Islam Negeri Surakarta tahun 2019. Penelitian ini menyimpulkan bahwa beberapa bentuk campur kode yang digunakan dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki yaitu pada penggunaan bahasa dakwah Ustadz Hanan Attaki ditemukan peristiwa campur kode yang meliputi penyisipan bahasa Arab dalam bahasa Indonesia dan penyisipan bahasa Inggris, dalam bahasa Indonesia.<sup>27</sup> Kemudian, dalam penelitian ini juga ditemukan berbagai bentuk ragam bahasa gaul yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki. Penggunaan bahasa gaul ketika ia berdakwah merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki agar mudah menarik *mad'u*, terutama para remaja.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama subyeknya yaitu Ustadz Hanan Attaki. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Elen Inderasari ini terletak pada media sosialnya. Peneliti menggunakan media sosial *Youtube*, sedangkan Elen Inderasari menggunakan media sosial Instagram.

*Skripsi* dari Alta Indah Kaloka yang berjudul *Komunikasi Dakwah Di Media Sosial (Analisis Semiotika John Fiske Tentang Video One Minute Booster "Sabar" pada Akun Instagram @pemudahijrah) tahun 2019*. Dari Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom tahun 2019. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dan bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang membantu dalam proses penerapan suatu peristiwa atau fenomena yang terjadi, serta bagaimana komunikasi dakwah di media sosial Instagram tentang Video

---

<sup>27</sup>Elen Inderasari, *Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. Skripsi*. (Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019). Hlm.7

*One Minute Booster* “Sabar” yang dilakukan oleh Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah.<sup>28</sup>

Persamaan dengan penelitian ini adalah subyeknya sama. Adapun perbedaannya terletak pada jenis penelitian yang digunakan. Alta Indah Kaloka menggunakan paradigma konstruktivisme sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif.

*Skripsi* dari Siti Dewi Wulandari yang berjudul *Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Youtube* (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung). Dari Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi Mahasiswa terhadap Retorika Dakwah yang digunakan oleh Ustadz Abdul Somad dalam dakwahnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara (*interview*) dan dokumentasi.<sup>29</sup>

Persamaan skripsi dari Siti Dewi Wulandari dengan peneliti adalah obyeknya sama. Adapun perbedaannya terletak pada subyek dan metode penelitiannya. Siti Dewi Wulandari menggunakan metode penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data, teknik wawancara dan analisis dokumentasi. Adapun peneliti menggunakan penelitian kualitatif, pengumpulan datanya dengan observasi dan dokumentasi.

Skripsi yang disusun oleh Nadiatan Al Ma’rufah yang berjudul *Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung* (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure) tahun 2018. Dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Sunan Ampel Surabaya. Penelitian Bertujuan untuk mengetahui

---

<sup>28</sup>Alta Indah kaloka, *Komunikasi Dakwah Di Media Sosial (Analisis Semiotik John Fiske Tentang Video One Minute Booster “Sabar” pada akun Instagram @pemudahijrah)*. *Skripsi*. (Bandung : Universitas Telkom, 2019). Hlm.3

<sup>29</sup>Siti Dewi Wulandari, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)*. *Skripsi*. (Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018). Hlm.12

bagaimana *retorika* Ustadz Hanan Attaki dalam berceramah di Masjid Agung Bandung dengan menggunakan *analisis semiotika* Model Ferdinand De Saussure, dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif.<sup>30</sup>

Persamaan dalam penelitian Nadiatan Al-Ma'rufah dengan peneliti adalah subyeknya sama-sama Ustadz Hanan Attaki, kemudian obyeknya juga sama-sama retorika dakwah. Dalam penelitian Nadiatan Al-Ma'rufah dan peneliti, sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan hasil penelitian skripsi dari Nadiatan Al-Ma'rufah menggunakan Analisis Semiotik Model Ferdinand de Saussure, sedangkan peneliti menggunakan analisis media dan teknik pengumpulan dengan observasi dan dokumentasi.

Skripsi yang disusun oleh Zulfa Pariska pada tahun 2018 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Sunan Ampel Surabaya dengan judul *Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki: Analisis Isi Kajian Fathi "Pegang Janji Allah"* eps 27 via youtube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki yang bertema Pegang Janji Allah melalui media *Youtube*. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian analisis isi (*content analysis*) melalui pendekatan kuantitatif deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi.<sup>31</sup>

Persamaan dalam penelitian Ulfa Zulfa Pariska dengan peneliti adalah subyeknya sama-sama Ustadz Hanan Attaki, kemudian media sosialnya juga sama, *Youtube*. Perbedaan penelitian yang dilakukan Ulfa Zulfa Pariska dengan peneliti adalah obyeknya yaitu pesan dakwah pada kajian fathi dengan judul Pegang Janji Allah, sedangkan peneliti meneliti Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial *Youtube*. Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif, sedangkan Ulfa Zulfa menggunakan Kuantitatif Deskriptif.

---

<sup>30</sup>Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure). *Skripsi*. (Surabaya : Uin Sunan Ampel, 2018). Hlm.35

<sup>31</sup>Ulfa Zulfi Pariska, Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi "Pegang Janji Allah" Episode 27 September 2017 Via Youtube). *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018). Hlm.11

Skripsi yang disusun oleh Aisatul Cholifah pada tahun 2018 dengan judul *Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video Youtube*. Dari fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Gaya Retorika dakwah Ustadzah Haneen Akira di *Video Youtube*.<sup>32</sup>

Persamaan hasil skripsi dari Aisatul Cholifah dengan peneliti adalah obyeknya sama-sama retorika dakwah. Perbedaannya terletak pada subyeknya. Aisatul Cholifah subyeknya Ustadzah Haneen Akira, sedangkan peneliti subyeknya Ustadz Hanan Attaki.

Skripsi yang disusun dari Masrun Billah pada tahun 2018 dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul *Gaya Retorika Ustadz Adi Hidayat dalam Ceramah “Keluarga yang Dirindukan Rosulullah Saw”* pada *Media Youtube*. Dari Hasil penelitian dari Masrun Billah bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh Ustadz Adi Hidayat dalam Ceramah Keluarga yang Dirindukan Rasulullah Saw. Dalam penelitian ini, Masrun Billah menggunakan model kualitatif non kancas. Kemudian data yang diperoleh dari hasil observasi dan dokumentasi.<sup>33</sup>

Persamaan penelitian dari Masrun Billah dengan peneliti sama-sama Obyeknya, yaitu Retorika Dakwah. Data yang digunakan Masrun Billah dengan peneliti juga sama, hasil observasi dan dokumentasi. Kemudian, Media Sosial yang digunakan untuk penelitian juga sama-sama menggunakan *Youtube*. Adapun perbedaannya terletak pada subyek dan metode penelitiannya. Masrun Billah subyeknya Ustadz Adi Hidayat, peneliti subyeknya Ustadz Hanan Attaki. Kemudian metode penelitian

---

<sup>32</sup>Aisatul Cholifah. *Retorika Dakwah Ustadz Haneen Akira di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”)*. *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018). Hlm.8

<sup>33</sup>Masrun Billah. *Gaya Retorika Ustadz Adi Hidayat Dalam Ceramah “Keluarga yang dirindukan Rosulullah Saw”*. *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018). Hlm.1

yang digunakan Masrun Billah menggunakan model kualitatif non kancan, sedangkan peneliti menggunakan model kualitatif.

Skripsi yang disusun oleh Mida Al-Kusani pada tahun 2019 dengan judul *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @Hanan\_Attaki* dari Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Penelitian dari Mida Al-Kusani bertujuan untuk mengetahui bagaimana hasil analisis konten dakwah dalam akun instagram @hanan\_attaki.<sup>34</sup>

Persamaan hasil penelitian dari Mida Al-Kusani dengan peneliti yaitu subyeknya sama-sama Ustadz Hanan Attaki, kemudian metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada obyek dan media media sosialnya.

Skripsi yang disusun oleh Aulia Mas'ula pada tahun 2019 dengan judul *Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Kajian Let's Move pada Situs Berbagi Video Youtube* dari fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Penelitian dari Aulia Mas'ula bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya retorika yang digunakan dalam berceramah melalui media sosial *youtube*. Alasan dalam mengambil video ceramah yang berjudul *let's move* dikarenakan peneliti tertarik dengan isi pesan yang disampaikan dan juga berdasarkan pada berdasarkan pada banyaknya jumlah penonton dalam video tersebut.<sup>35</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis analisis semiotik model Ferdinand De Saussure. Dimana Ferdinand De Saussure menganalisis dengan melihat pada fenomena yang terjadi pada sebuah tanda yang dibagi menjadi dua bagian yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Dalam penelitian ini, peneliti lebih menekankan sebuah tanda yang terdapat pada suara, bahasa, dan gerak tubuh yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki.

---

<sup>34</sup>Mida Al-Kusani, *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan\_attaki. Skripsi.* (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019). Hlm.14

<sup>35</sup>Aulia Mas'ula, *Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian Let's Move pada Situs Berbagi Video Youtube. Skripsi.* (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2019), Hlm.21

Persamaan penelitian dari Aulia Mas'ula yaitu subyeknya sama-sama Ustadz Hanan Attaki, kemudian metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kualitatif, kemudian subyeknya juga sama. Sama-sama menggunakan media sosial *youtube*, dan obyeknya pun sama, Ustadz Hanan Attaki. Adapun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan Aulia Mas'ula teorinya pun berbeda. Aulia Mas'ula menggunakan teori Semiotik model Ferdinand De Saussure, sedangkan peneliti menggunakan teori retorika dari Aristoteles.

## 2. Kerangka Teoritik

### a. Retorika

#### 1) Pengertian Retorika

Kata '*retorika*' berasal dari Bahasa Yunani, yaitu (*rhetorikos*). Artinya, kecakapan berpidato. Kata tersebut terkait dengan kata (*rhetor*) yang berarti pembicara publik, dan terkait dengan kata (*rhema*), yang berarti perkataan.<sup>36</sup>

Retorika berasal dari bahasa Inggris *Rethoric* yang artinya "ilmu bicara". Dalam perkembangannya, retorika disebut dengan seni berbicara dihadapan umum atau ucapan untuk menciptakan kesan yang diinginkan.<sup>37</sup>

Secara istilah, pengertian retorika adalah "kecakapan berpidato di depan massa". Pengertian tersebut berasal dari pendapat Corax. Ia lebih menekankan retorika pada kecakapan seseorang untuk menyampaikan pidatonya di depan khalayak.<sup>38</sup>

Pengertian retorika yang lebih dalam lagi adalah yang disampaikan oleh Jalaluddin Rahmat, menurut dia retorika adalah

---

<sup>36</sup>Nadiatun Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Berceramah Di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure. *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018). Hlm.14

<sup>37</sup>Leiza Sixmansyah, Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014). hlm. 1

<sup>38</sup>Aisatul Cholifah. Retorika Dakwah Ustadz Haneen Akira di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah "Pemuda Masa' Gitu"). *Skripsi*. (Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018). Hlm.11

ilmu yang mempelajari cara mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang telah dikehendakinya pada diri khalayak.<sup>39</sup>

b. Dakwah

1) Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa “*Da’wah*” berarti: panggilan, ajakan atau seruan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *marshdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’awatan*).<sup>40</sup>

Dakwah menurut istilah adalah suatu usaha baik lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang membutuhkan proses untuk menyeru dan mengajak individu, golongan atau kelompok untuk mengikuti ajaran Islam untuk beramal *ma’ruf nahi munkar* dan mengimplimentasikannya dalam kehidupan sehari-hari untuk menuju kepada situasi yang lebih baik dengan keridhaan Allah.<sup>41</sup>

Menurut Syaikh Ali Mahfudz di dalam kitabnya *Hidayatul Mursyiddin*, dakwah adalah mendorong (memotivasi manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, memerintahkan mereka berbuat *ma’ruf* dan mencegahnya dari perbuatan *munkar* agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>42</sup>

Menyampaikan dakwah dengan diwarnai oleh karakteristik berbicara yang memakai retorika yang sempurna, sehingga mampu mempengaruhi para pendengar untuk mengikuti ajaran yang disampaikan. Kesemuanya ini menuntut agar para *da’i* lebih arif

---

<sup>39</sup>Nadiatan Al-Ma’rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure). *Skripsi*. (Surabaya : Uin Sunan Ampel, 2018). Hlm.17

<sup>40</sup>Leiza Sixmansyah, Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat. *Skripsi*. (Jakarta:Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah,2014). Hlm.1

<sup>41</sup>Nurul Fauziah, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Video Klip Demi Matahari Karya Snada. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015). Hlm.25

<sup>42</sup>Anis Fitriani, Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018). Hlm.15

dan bijaksana mengetahui siapa yang dihadapinya sehingga apa yang disampaikan dapat meningkatkan wawasan dan menyempurnakan akhlakul karimah.<sup>43</sup>

## **G. Sistematika Pembahasan**

Agar lebih tersusun dan terarah, penulis menyusun penelitian ini ke dalam lima bab dengan sub judul masing-masing sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini disajikan latar belakang permasalahan, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi dasar-dasar teori tentang retorika, dakwah, dan media sosial youtube yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini memaparkan tentang penyajian data yang diantaranya menjelaskan biografi subyek, materi ceramah obyek dalam Media Sosial *Youtube* tentang “iman”, kemudian memaparkan analisis data terhadap Retorika dakwah di Media Sosial *Youtube* oleh Ustadz Hanan Attaki dan pembahasannya.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi penutup yang di dalamnya memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

---

<sup>43</sup>Anis Fitriani, Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah.....,Hlm.15

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Perlunya melakukan *rebranding* dalam dakwah merupakan hal mutlak yang harus dilakukan di era modern. Tidak bisa dipungkiri bahwa era modern mengubah kehidupan manusia secara drastis. Sehingga dakwah yang diperlukan di era modern juga merupakan dakwah yang bisa memperbaiki keadaan sosial yang kian kompleks. Selain Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat, ustadz yang tidak kalah fenomenalnya di zaman *modernisasi* adalah Ustadz Hanan Attaki.

Berbeda dengan Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Hanan Attaki berfokus pada anak muda yang notabene nya sulit untuk berdakwah. Fokus kajian Ustadz Hanan Attaki pada anak muda pun menghantarkan Ustadz Hanan Attaki mendirikan sebuah organisasi yang bernama Pemuda Hijrah. Nama Ustadz Hanan Attaki semakin dikenal publik lantaran cara dakwah yang dilakukannya di media sosial mampu membangun persepsi publik, khususnya generasi milenial secara sederhana. Hal itu didukung oleh retorikanya yang khas, gaya bahasa, suara serta gerak tubuh. Adapun gaya berbusananya yang casual untuk mengimbangi mad'u yang dominan anak muda, kekinian namun tetap syar'i itulah beliau.

Skripsi ini di angkat dari video di media youtube yang bertema “iman” oleh UHA yang dipublikasikan melalui media *youtube*. Video tersebut mendapatkan respon positif dari netizen, khususnya di kalangan anak muda dengan tingkat popu laritas cukup tinggi (*share,like,comment* dan *subscribe*). Konten dakwah dari video tersebut adalah konsepsi tentang keimanan.

#### **B. Saran-saran**

Ada beberapa saran yang peneliti ajukan dalam penerapan retorika dakwah UHA di Media Sosial *Youtube*. Semoga saran-saran ini dapat bermanfaat. Dalam hal ini penulis mengajukan saran yakni:

1. Gunakanlah Teknologi sebagai Media dakwah dengan menulis agar pesan dakwah Islam yang UHA sampaikan bisa diakses oleh siapa saja dan kapan saja.
2. UHA panggilah sehari-hari dia. Dakwah adalah tugas yang sangat mulia sesuai dengan perintah Allah dan Rasul-Nya. Selalu dan konsisten (istiqomah) dalam menjalankan dakwah Islam, dengan selalu melakukan perbaikan-perbaikan secara terus-menerus, karena figur dan sosok yang berkarakter seperti UHA yang dibuthkan oleh masyarakat, khususnya anak muda.

### **C. Penutup**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah serta ridho-Nya hingga penyusunan skripsi ini telah selesai, walau dengan berbagai keterbatasan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulis hanyalah manusia biasa yang tidak lepas dari kekhilafan, dengan demikian penulis yakin dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, baik tentang bahasa maupun isinya. Oleh karena itu, penulis mengharapakan kritik dan saran dari berbagai pihak.

Dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa menunjukkan jalan yang terbaik dalam setiap langkah kehidupan kita untuk meraih ridho-Nya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2009, *Retorika dan Dakwah Islam*, Yogyakarta: *Journal* Bimbingan dan Penyuluhan Islam, Volume 10 Nomor 1.
- Al-Kusani Mida. 2019, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan\_attaki. *Skripsi*. Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Al-Ma'rufah Nadiatan. 2018, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure). *Skripsi*. Surabaya : Uin Sunan Ampel.
- Al-Marwi Abdullah. 2019, 337 Tanya Jawab Fiqih Wanita, Yogyakarta: Semesta Hikmah Publishing, Edisi Cetakan ke 2
- Annisa, Abdullah Dinar. 2018, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Millenial Tentang Tuhan* (Analisis Isi Atas Video “Kangen” Di Youtube). *Journal*. Samarinda: IAIN Samarinda Volume 7 Nomor 1.
- Aristoteles. 2018, *Retorika Seni Berbicara*, Yogyakarta: Basabasi cetakan pertama.
- Billah Masrun. 2018, Gaya Retorika Ustadz Adi Hidayat Dalam Ceramah “Keluarga yang dirindukan Rosulullah Saw”. *Skripsi*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Cholifah Aisatul. 2018, Retorika Dakwah Ustadz Haneen Akira di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”). *Skripsi*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Dewi, Wulandari Siti. 2018, Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abadul Somad Di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung). *Skripsi*. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Fauziah Nurul. 2015, Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Video Klip Demi Matahari Karya Snada. *Skripsi*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fitriani Anis. 2018, Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Akun Youtube Pemuda Hijrah. *Skripsi*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hanif Hifzanul. 2013, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

- Inderasari Elen. 2019, Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. *Skripsi*. Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Kaelany. 2000, *Islam, Iman dan Amal Saleh* Jakarta: PT Rineka Cipta, Cetakan Pertama.
- Kaloka, Alta Indah. 2019, Komunikasi Dakwah Di Media Sosial (Analisis Semiotik John Fiske Tentang Video One Minute Booster “Sabar” pada akun Instagram @pemudahijrah). *Skripsi*. Bandung : Universitas Telkom.
- Kholid Noviyanto dan Sahroni. A. 2014, Jaswadi, *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah*, Surabaya: *Journal*. Komunikasi Penyiaran Islam Volume 04 Nomor 01.
- Mas'ula Aulia. 2019, Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian *Let's Move* pada Situs Berbagi Video *Youtube*. *Skripsi*. Tulungagung : IAIN Tulungagung.
- Munir Muhammad. 2009, Wahyu Ilaihi. Manajemen Dakwah, Jakarta: Prenada Media Group cetakan ke-2.
- Muriah Siti. 2000, *Metodologi Dakwah Kontemporer* Yogyakarta: Mitra Pustaka, Cetakan peratama.
- Muzaqi, Acmad Hilmi. 2019, Pesan Dakwah Adi Hidayat Tentang Generasi Rabbani Masa Kini Di Media Sosial Youtube (Analisis Framing Gamson dan Modigliani). *Skripsi*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Nanuru, F. Ricardo.2013,*Seni Berwawasan Teknologi Modern*. *Journal*. Volume 3 Nomor 1
- Nashrulloh Alaika. 2016, *Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an*, Banyuwangi: *Journal*. Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam Volume 8 Nomor 1.
- Nikmah , Ayu Salsabila Dyah. 2018, Analisis Resepsi Viewers Terhadap Personal Branding Positive Content Creator Gita Savitri Devi Melalui Youtube. *Skripsi*.Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Nur, Sabrina Ghassani. 2018, Strategi Dakwah Partisipatif Pada Komunitas SHIFT Bandung. *Skripsi*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Pratama Putra Ari. 2011, Retorika Dakwah KH. Ahmad Damanhuri di Depok. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Puspitasari, Nur Indi. 2018, Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Putri, Seesio Ratsja Wilga, dkk. 2017, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*. *Journal*. Volume 3 Nomor 1
- Raisa Rahman, Regi. 2018, *Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube*. *Skripsi*. Bandung : Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Rakhmat Jalaluddin. 1992, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya cetakan pertama.
- Rakhmawati Isina. 2013, *Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah (Relasi Atas Stelistika Bahasa, Kudus: Journal*. Komunikasi Penyiaran Islam Volume 1 Nomor 2.
- Saiful Ma'arif, Bambang. 2009, *Pola Komunikasi Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat*, Bandung: *Journal*. Fakultas Dakwah UNISBA, Volume XXV Nomor 2.
- Sandi Ari. 2013, *Retorika Dakwah Alm. Ustad Jefri Al-Buchori*. *Skripsi*. Jember: Universitas Jember.
- Sarwinda. 2017, *Retorika Dakwah K.H. Muhammad Dainawi pada Pengajian A'isyah Desa Pulau Panggung Sumatera Selatan*. *Journal*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Volume 1, Nomor 2.
- Siren Raudah Nor. 2000, *Retorik Pengucapan Dakwah Ustadz Ismail Kamus*, Yogyakarta : *Journal* Komunikasi Penyiaran Islam Volume 4 Nomor 1.
- Sixmansyah Leiza. 2014, *Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat*. *Skripsi*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Su Hyang Oh. 2018, *Bicara itu ada seninya*, Jakarta: Bhuana Ilmu Populer cetakan kelima.
- Sumadi Eko. 2016, *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*. *Journal*. Kudus : Stain Kudus
- Sutrisno Isbandi dan Wiendijarti Ida. 2014, *Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*. *Journal*. Ilmu Komunikasi Volume 12 Nomor 1.
- Tiara Alfianti Dinda. 2016, *Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stanc Comedy*. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Wahyudi Amien. 2016, *Iman dan Taqwa Bagi Guru Bimbingan Konseling*. *Journal*. Yogyakarta : Universitas Ahmad Dahlan.
- Watie, Errika Dwi Setya. 2011, *Komunikasi dan Media Sosial*. *Journal*. Ilmu Komunikasi. Volume 3, Nomor 1.

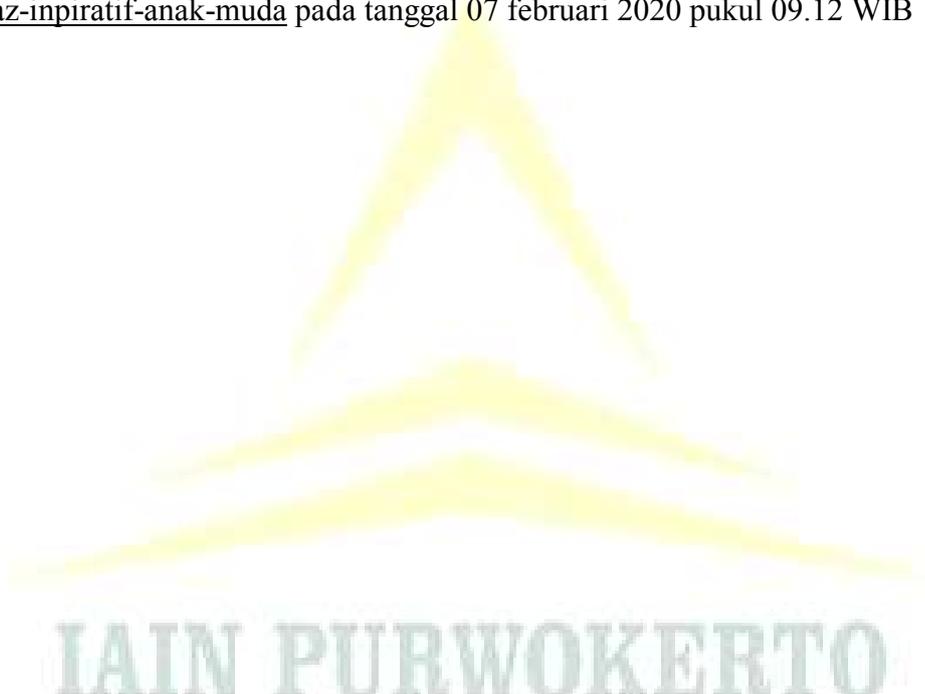
Wuwur Hendrikus Dori. 1991, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Zainal Abidin, Yusuf. 2013, *Pengantar Retorika*, Bandung: CV Pustaka Setia, cetakan pertama.

Zulfi, Pariska Ulfa. 2018, Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube). *Skripsi*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Diambil dari <https://m.detik.com/news/berita/klarifikasi-ustad-hanan-soal-berat-wanita-shalehah-tak-lebih-55-kg> pada tanggal 07 februari 2020 pukul 09.12

Diambil dari <https://m.detik.com/news/berita/5-fakta-hanan-attaki-sosok-ustaz-inpiratif-anak-muda> pada tanggal 07 februari 2020 pukul 09.12 WIB



IAIN PURWOKERTO

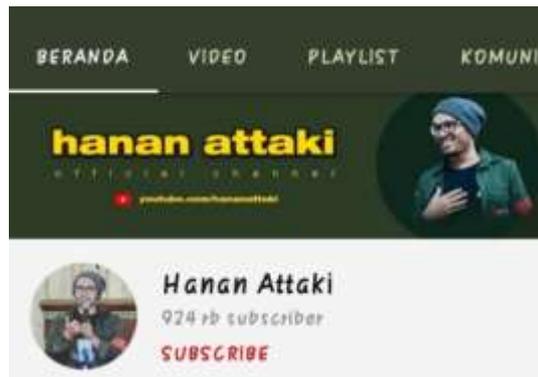
## LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gambar 4.1 Ustadz Hanan Attaki



Gambar 4.2 Channel One Minute Booster



Gambar 4.3 Channel Youtube UHA



Gambar 4.4 Warnai Hidup dengan Iman



Gambar 4.5 Nikmatnya Orang yang Beriman



Gambar 4.6 Charging Iman



Gambar 4.7 Iman itu Berasa di Hati



Gambar 4.8 Cara Berfikir Orang yang Beriman



Gambar 4.9 Iman dan Sabar



Gambar 4.10 Cara Allah Menguatkan Iman



Gambar 4.11 Buah dai Iman



Gambar 4.12 Menaikkan Keimanan Terhadap Allah



Gambar 4.13 Nikmat Paling Berharga

IAIN PURWOKERTO