

**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**

PERNYATAAN KEASLIAN

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noviana Rahmawati
NIM : 1617102029
Jenjang : S1
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Program Studi : Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial *Youtube* Video Tentang “Iman” pada *Channel One Minute Booster* ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 19 Mei 2020



Noviana Rahmawati

1617102029



**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.iainpurwokerto.ac.id

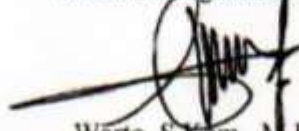
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

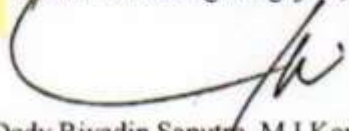
**RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTACKI
DALAM MEDIA SOSIAL YOUTUBE VIDEO TENTANG "IMAN"
PADA CHANNEL ONE MINUTE BOOSTER**

yang disusun oleh Saudara: **Noviana Rahmawati**, NIM. **1617102029**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **19 Mei 2020**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,


Wario, S.Kom., M.Kom.
NIP 19811119 200604 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji II,


Dedy Riyadin Saputo, M.I.Kom.
NIP 19870525 201801 1 001

Penguji Utama,


IAIN PURWOKERTO
Dr. Mustain, S.Pd, M.Si
NIP 19710302 200901 1 004

Mengesahkan,

Tanggal 09 Juni, 2020

Dekan,



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

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi Penyiaran Islam IAIN
Purwokerto

Di

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Noviana Rahmawati, NIM 1617102029 yang berjudul:

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

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dewan Fakultas dan Komunikasi Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 19 Mei 2020

Pembimbing



Wanto M.Kdm

NIP. 198111 19200604 1004

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*

MOTTO

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”.

(QS Al-‘Imran Ayat 110)

“Mereka dianggap umat terbaik, karena mereka menyempurnakan diri mereka dengan iman yang menghendaki untuk melaksanakan segala perintah Allah, dan karena mereka menyempurnakan pula orang lain dengan menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah yang munkar, atau dengan kata lain mengajak manusia kepada Allah, berjihad dan mengerahkan kemampuan untuk mengembalikan mereka dari kesesatan dan kemaksiatan”.

IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT dan segala ketulusan hati, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Kedua Orangtua penulis, Ibu Muslimah dan Bapak Fuad Hasyim yang selalu mengiringi langkah penulis dengan kasih sayang dan untaian do'a-do'a yang tak pernah putus.
2. Mamasku Muhammad Tur Yanto yang senantiasa mendukung, menyemangati, dan menemani penulis dalam pembuatan skripsi.
3. Teman-temanku Vina Azi Faidoh, Intan Khikmah Pratiwi, Ghina Fauziyyah, Nur Ayu Anggraini yang selalu menjadi penghibur dan penyemangat disela-sela kebingungan menulis skripsi.
4. Teman-teman yang di kampus ataupun teman-teman di pondok yang selalu mendukung dan memberikan motivasi.
5. Almamater IAIN Purwokerto.



IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)

ط	ta'	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis lengkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

Ta' Marbuthah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرمة الاولياء	Ditulis	<i>Karamah al-auliya'</i>
---------------	---------	---------------------------

b. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasroh atau dhammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

Vokasi Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

Vokasi Panjang

1	Fathah + Alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4	Dammah	Ditulis	U
	فرض	Ditulis	<i>furud'</i>

Vokasi Lengkap

1	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

Vokasi Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

النتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mngikutinya, serta menghilangkannya / (el)nya

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furud'</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga kita dapat melakukan tugas kita sebagai makhluk yang diciptakan Allah untuk selalu berfikir dan bersyukur atas segala hidup dan kehidupan yang diciptakan-Nya. Dengan penuh rasa syukur, berkat rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menulis dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial Youtube Video Tentang Iman Pada *Channel One Minute Booster*.

Dengan selesainya skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak dan saya hanya dapat mengucapkan terima kasih atas berbagai pengorbanan, motivasi dan arahnya kepada:

1. Allah SWT, berkat rahmat dan lindungan-Nya.
2. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor IAIN Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
4. Uus Uswatusolihah, M.A., Ketua Jurusan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Purwokerto.
5. Agus Sriyanto, M.Si. Penasihat Akademik angkatan 2016 Institut Agama Islam Negeri IAIN Purwokerto.
6. Wardo, M.Kom. selaku pembimbing skripsi penulis, terimakasih atas segala arahan dan kesabarannya menuntun penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Dosen, Karyawan dan seluruh civitas akademik IAIN Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Purwokerto.
8. Orangtua dari penulis, Ibu Muslimah dan Bapak Fuad Hasyim yang selalu mendukung, memberikan do'a terbaik dan ribuan harapan serta mendampingi dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

9. Muhammad Tur Yanto, yang penulis sering repotkan dalam segala hal, serta ketiga teman-temanku Vina Azi Faidoh, Intan Khikmah Pratiwi, Ghina Fauziyyah, dan Nur Ayu Anggraini yang selalu menjadi penghibur ditengah-tengah lelahnya menyelesaikan skripsi, serta curahan cinta dan kasih sayangnya, memberikan semangat dan perhatian penuh, memotivasi tanpa henti, mendo'akan serta mendampingi penulis selama ini untuk didapat menyelesaikan studi SI dengan baik dan lancar.
10. Teman-teman seperjuangan KPI A 2016 yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis, semoga kita semua dapat terus menjaga silaturahmi.
11. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tiada yang dapat penulis berikan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya do'a, semoga amal baik dari semua pihak tercatat sebagai amal ibadah yang di ridhoi Allah SWT, dan mendapat pahala, Aamiin. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Purwokerto, Juni 2020



Noviana Rahmawati

1617102029

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
BAB I PENDAHULUAN	
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
BAB II LANDASAN TEORI DAN RETORIKA DAKWAH	
A. Retorika	
1. Pengertian Retorika	20
2. Macam-macam Retorika.....	23
3. Unsur Dasar Retorika	27
4. Tujuan Retorika	27
5. Fungsi Retorika.....	28
B. Dakwah	
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		



DAFTAR TABEL

Table 4.1	Kategori Konten Dakwah Dalam Media Sosial Youtube Video Tentang “iman” pada Channel <i>One Minute Booster</i>	54
-----------	---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Foto Profil Ustadz Hanan Attaki	51
Gambar 4.3 <i>Channel Youtube One Minute Booster</i>	56
Gambar 4.4 Ustadz Hanan Attaki	57
Gambar 4.5 Warnai Hidup dengan Iman	60
Gambar 4.6 Nikmatnya Orang yang Beriman.....	62
Gambar 4.7 <i>Charging Iman</i>	63
Gambar 4.8 Iman Itu Berasa di Hati	65
Gambar 4.9 Cara Berfikir Orang yang Beriman	67
Gambar 4.10 Iman dan Sabar.....	70
Gambar 4.11 Cara Allah Menguatkan Iman	72
Gambar 4.12 Buah dari Iman	74
Gambar 4.13 Menaikkan Keimanan Terhadap Allah	76
Gambar 4.14 Iman itu Nikmat Paling Berharga.....	78

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.¹

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

¹Nadiatan 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.²

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*).³ 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.⁴

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

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

³Yusuf Zainal Abidin.... hlm.132

⁴Yusuf 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.⁵

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.⁶

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

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

⁶Aisatul 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.⁷ 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.⁸ 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.⁹ 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

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

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

⁹Elen 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.¹⁰

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.¹¹ 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

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

¹¹Ghassani 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.¹²

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.¹³ 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.¹⁴ 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

¹²Alta 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

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

¹⁴Eko 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*.¹⁵

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.¹⁶

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*.¹⁷

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

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

¹⁶Siti 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

¹⁷Elen 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.¹⁸

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.¹⁹

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.²⁰

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.²¹

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.²²

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*

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

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

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

²¹Acmad 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

²²Acmad 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.²³

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.²⁴

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.²⁵

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*.

²³Ulfa 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

²⁴Acmad, 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

²⁵Amien 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.²⁶

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,

²⁶Leiza 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.²⁷ 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

²⁷Elen 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.²⁸

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.²⁹

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

²⁸Alta 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

²⁹Siti 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.³⁰

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.³¹

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.

³⁰Nadiatan 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

³¹Ulfa 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*.³²

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.³³

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

³²Aisatul 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

³³Masrun 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.³⁴

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.³⁵

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.

³⁴Mida Al-Kusani, *Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki. Skripsi.* (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019). Hlm.14

³⁵Aulia 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.³⁶

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.³⁷

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.³⁸

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

³⁶Nadiatun 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

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

³⁸Aisatul 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.³⁹

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*).⁴⁰

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.⁴¹

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.⁴²

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

³⁹Nadiatan 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

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

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

⁴²Anis 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.⁴³

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.

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

BAB II LANDASAN TEORI

A. Retorika

1. Pengertian Retorika

Ditinjau dari bahasa, retorika berasal dari bahasa Yunani, yaitu: *rethor* yang mengandung arti seorang juru pidato yang bersinonimkan orator. Dalam Inggris *rethoric* bersumber dari perkataan *rethorica* yang berarti ilmu bicara.⁴⁴

Secara istilah retorika didefinisikan dengan beragam pengertian. Keragaman definisi retorika itu sendiri antara lain karena berubahnya metode, media dan cara seorang mengemas pesan (*mesasage*) yang akan disampaikan pada khalayak, serta fungsi retorika itu sendiri pada kehidupan sosial. Namun, demikian untuk memenuhi kebutuhan penulisan skripsi ini serta memudahkan mengikuti uraian yang berkaitan dengan apa yang menjadi pokok bahasan.

Aristoteles mengemukakan dalam teorinya, seorang pembicara yang tertarik untuk membujuk khalayaknya harus mempertimbangkan tiga bukti retorik yaitu, logika (*logos*), etika / kredibilitas (*ethos*), emosi (*pathos*). Maksud dari tiga itu adalah logos berarti bukti – bukti logis yang digunakan oleh pembicara atau argumentasi, *rasionalisasi*, dan wacana. *Ethos* adalah karakter, *intelegenssi*, dan niat baik yang dipersiapkan dari seorang pembicara. Sedangkan *pathos* berkaitan dengan emosi yang dimunculkan dari para pendengar.

Gaya retorika merupakan *ethos* dalam menyampaikan pesan dakwah. Aristoteles mengemukakan bahwa gaya (*style*) adalah penggunaan bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu. Secara umum gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri baik melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian,

⁴⁴Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013). Hlm. 17

dsb. Gaya dianggap penting untuk menunjang keberhasilan dalam menyampaikan pesan sebagaimana dikatakan oleh Ernest G. Borman dan Nancy C. Borman bahwa, seorang pembicara bisa memberi tekanan lebih atau memperluas kata-kata suatu pesan non verbal. Tehnik ini dapat meningkatkan sifat ekspresi pembicara dan semakin memperjelas informasi.⁴⁵

Jadi, bisa disimpulkan bahwa retorika merupakan kegiatan untuk menarik perhatian seseorang lewat kepandaian berbicara, khususnya seni berkomunikasi yang dilakukan oleh seseorang kepada sejumlah orang secara langsung, bertatap muka atau berbicara di depan umum.⁴⁶

Retorika dapat didefinisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia pada setiap keadaan yang dihadapi, fungsi ini hanya dimiliki oleh seni retorika.⁴⁷

Menurut Aristoteles, retorika merupakan seni untuk membawakan dan menyampaikan pengetahuan yang sudah ada secara meyakinkan. Retorika harus mencari kebenaran, bukannya mempermainkan kata-kata kosong. Retorika berfungsi untuk menyampaikan suatu pesan melalui pidato untuk meyakinkan atau membujuk pendengarnya dengan menunjukkan kebenaran dalam logika.⁴⁸

Aristoteles menyebut tiga cara untuk mempengaruhi manusia. *Pertama*, anda harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa anda memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (*ethos*). *Kedua*, anda harus menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang mereka (*pathos*). *Kelak*, para ahli retorika modern menyebutnya imbauan emosional

⁴⁵Kholid Noviyanto dan Sahroni. A. Jaswadi, *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah*, (Surabaya: *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 04 Nomor 01, Tahun 2014), Hlm.123

⁴⁶ Kholid Noviyanto dan Sahroni. A. Jaswadi, *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah*.....,Hlm.18

⁴⁷Aristoteles, *Retorika Seni Berbicara*, (Yogyakarta: Basabasi cetakan pertama, 2018), hlm.17

⁴⁸Ari Sandi, *Retorika Dakwah Alm. Ustad Jefri Al-Buchori. Skripsi*. (Jember: Universitas Jember, 2013). Hlm.23

(*emotional appeals*). *Ketiga*, anda meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti.⁴⁹

Menurut tokoh ilmu retorika:

- a. I Gusti Ngurah Ika, mengatakan bahwa “Retorika adalah ilmu yang mengajarkan tindakan dan usaha efektif dalam persuasif penataan dan penampilan kultur untuk membina saling pengertian dan kerjasama serta kedamaian dalam kehidupan masyarakat”.⁵⁰
- b. Sei. H. Datuk Tombak Alam mengatakan bahwa “Retorika adalah seni mempergunakan bahasa untuk menghasilkan kesan yang diinginkan terhadap pendengar dan pembaca.”⁵¹
- c. Jalaludin Rachmat, mengatakan bahwa “Retorika adalah pemekaran bakat-bakat tertinggi manusia, yakni rasio dan imajinasi untuk menggerakkan kemampuan secara lebih baik atau pemekaran bakat-bakat tertinggi manusia yakni rasio dan citra rasa lewat bahasa selaku kemampuan untuk berkomunikasi dalam medan pemikiran.”⁵²
- d. Gorys Keraf mengatakan bahwa retorika adalah “Suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni baik lisan maupun tertulis yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik.”⁵³

Albert Mehrabian, psikolog sekaligus pakar komunikasi Amerika menyebutkan bahwa suara dan gerak tubuh merupakan unsur yang sangat penting dalam berbicara. Menurutnya, ucapan dipengaruhi 7% oleh isi, 38% oleh suara, dan 55% oleh gerak tubuh. Suara dan gerak tubuh dapat membuat perbedaan besar terhadap isi ucapan yang sama.⁵⁴

John E. Jordon, menurutnya retorik lebih mementingkan seni pembujukan ketika berucap. Pembujukan digunakan bagi mempengaruhi

⁴⁹Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya cetakan pertama, 1992), hlm.7

⁵⁰Hifzanul Hanif, *Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. Skripsi.* (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013). Hlm.18

⁵¹Hifzanul Hanif, *Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham.....*,Hlm.18

⁵²Hifzanul Hanif, *Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham.....*,Hlm.19

⁵³ Hifzanul Hanif, *Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham.....*,Hlm.19

⁵⁴ Oh Su Hyang, *Bicara itu ada seninya*,(Jakarta: Bhuana Ilmu Populer) cetakan kelima, 2018). Hal.27-28

khalayak agar memberi reaksi tertentu terhadap perkara yang disampaikan oleh pengucap. Retorika menjadi suatu komunikasi yang kompleks antara komunikator dengan khalayak melalui bahasa.⁵⁵

Untuk bisa berbicara dengan baik, unsur nonverbal seperti gerak tubuh harus diterapkan dengan baik. Mari kita lihat lima unsur nonverbal untuk memikat para hati pendengar. Cara-cara ini sangat berguna tidak hanya saat bicara, tetapi dalam kehidupan sehari-hari:

a. Penampilan yang baik

Obrolan dimulai dari pertemuan seseorang dengan orang lainnya, sehingga kesan pertama amatlah penting.⁵⁶

b. Selalu tersenyum

Kita mudah tertarik dengan orang yang berwajah cerah dan tenang.⁵⁷

Senyum memiliki daya untuk membuat hati yang melihatnya menjadi gembira dan akan merambat kepada banyak orang dalam waktu singkat.⁵⁸

c. Pupil mata yang membesar, dan tatapan yang stabil

Mata adalah jendela hati. Lewat mata, kita dapat menyampaikan isi hati dan membaca hati orang lain, meskipun tanpa kata-kata.⁵⁹

d. Sikap percaya diri

Mari kita lihat Bernie Sanders yang kalah dengan Hillary. Salah satunya kelemahan Bernie Sanders dalam berbicara adalah sikap tubuhnya yang bungkuk saat berbicara, tubuh harus tegak dan penuh percaya diri.⁶⁰

⁵⁵Nor Raudah Siren, Retorik Pengucapan Dakwah Ustadz Ismail Kamus, (Yogyakarta : Journal Komunikasi Penyiaran Islam Volume 4 Nomor 1, Tahun 2000), Hlm. 198

⁵⁶Nor Raudah Siren, Retorik Pengucapan Dakwah Ustadz Ismail Kamus.....,Hlm.29

⁵⁷ Nor Raudah Siren, Retorik Pengucapan Dakwah Ustadz Ismail Kamus.....,Hlm.29

⁵⁸ Nor Raudah Siren, Retorik Pengucapan Dakwah Ustadz Ismail Kamus.....,Hlm.30

⁵⁹ Oh Su Hyang, *Bicara itu ada seninya*,(Jakarta: Bhuana Ilmu Populer) cetakan kelima, 2018). Hal.30-31

⁶⁰Oh Su Hyang, *Bicara itu ada seninya*.....,Hlm.31

e. Gestur yang tepat

Gestur tangan memberikan banyak makna bagi lawan bicara. Misalnya, tangan yang mengepal untuk menunjukkan maksud yang kuat atau tangan yang bergerak ke segala arah untuk mengarahkan pandangan.⁶¹

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa retorika adalah seni bicara yang tersusun rapi guna memaparkan bakat, pemikiran, pengetahuan dan imajinasi dalam berkomunikasi kepada khalayak.

2. Macam-Macam Retorika

a. 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.⁶²

Semakin baik gaya bahasanya, semakin baik pula penilaian orang terhadapnya dan berlaku sebaliknya. Maka gaya bahasa dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung 3 unsur, yaitu kejujuran, sopan santun, dan menarik.

Gaya bahasa memiliki beberapa jenis, diantaranya:

1) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dibedakan : gaya bahasa resmi, gaya bahasa tak resmi, dan gaya percakapan.

⁶¹Oh Su Hyang, *Bicara itu ada seninya*.....,Hlm.31

⁶²Oh Su Hyang, *Bicara itu ada seninya*.....,Hlm.31

a) Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuknya yang lengkap, gaya yang dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, gaya yang dipergunakan oleh mereka yang diharapkan mempergunakannya dengan baik dan terpelihara. Amanat kepresidenan, berita negara, *khutbah-khutbah* mimbar, tajuk rencana, pidato-pidato yang penting, artikel-artikel yang serius atau esai yang memuat subyek-subyek yang penting, semuanya dibawakan dengan bahasa resmi.⁶³

b) Gaya bahasa tak resmi

Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan, yang tidak formal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu *konservatif*. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, artikel-artikel mingguan, atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, editorial, kolumnis dsb.⁶⁴ Singkatnya gaya bahasa yang tak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar.

c) Gaya bahasa percakapan

Selain dengan kata-kata percakapan, terdapat juga gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa ini, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun disini harus ditambahkan segi-segi *morfologis* dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak terlalu diperhatikan, demikian pula segi-segi *morfologis* yang biasa

⁶³Aisatul 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.13

⁶⁴Aisatul Cholifah. Retorika Dakwah Ustadz Haneen Akira di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Bahasa Tubuh dalam Ceramah “Pemuda Masa’ Gitu”).....,Hlm.13

diabaikan, sering dihilangkan.⁶⁵ Jika dibandingkan dengan bahasa resmi, dan gaya bahasa tidak resmi, maka dalam gaya bahasa percakapan bahasanya masih lengkap untuk suatu kesempatan, dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan, tetapi kebiasaan ini agak longgar bila dibandingkan dengan kebiasaan pada gaya bahasa resmi dan tidak resmi.

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada *sugesti* yang dipancarkan dan rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Seringkali *sugesti* ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan *sugesti* suara dan pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa.⁶⁶

a) Gaya sederhana

Gaya sederhana cocok digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Gaya ini sangat cocok 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.⁶⁷

b) Gaya Mulia dan Bertenaga

Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas yang biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas pembicara, tetapi juga dapat mempergunakan nada keagungan dan

⁶⁵Leiza Sixmansyah, Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014). Hlm. 15

⁶⁶Leiza Sixmansyah, Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayatullah....., Hlm. 15

⁶⁷Aisatul 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. 14-15

kemuliaan. Tampaknya hal ini mengandung kontradiksi, tetapi kenyataannya memang demikian.⁶⁸

Nada yang agung dan mulia akan sanggup pula menggerakkan emosi setiap pendengar. Dalam keagungan, terselubung sebuah tenaga yang halus tetapi secara aktif ia meyakinkan bekerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Khotbah tentang kemanusiaan dan keagamaan, kesusilaan dan keutuhan biasanya disampaikan dengan nada yang agung dan mulia.⁶⁹ Tetapi di balik keagungan dan kemuliaan itu terdapat tenaga penggerak yang luar biasa, tenaga yang benar-benar mampu menggetarkan emosi para pendengar atau pembaca.

c) Gaya Menengah

Gaya menengah adalah gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Karena tujuannya adalah menciptakan suasana senang dan damai, maka nadanya juga bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan mengandung humor yang sehat. Pada kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta, pertemuan, dan rekreasi, orang lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian. Akan ganjillah rasanya, atau akan timbul harmoni, kalau dalam pesta pernikahan ada orang yang memberi sambutan berapi-api, mengerahkan segala emosi dan tenaga untuk menyampaikan sepatah kata. Para hadirin yang kurang waspada akan turut terombang-ambing dalam permainan emosi semacam itu.⁷⁰

⁶⁸Nadiatan 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.18-19

⁶⁹Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung.....,Hlm.20

⁷⁰Aisatul 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.16

3. Unsur Dasar Retorika

- a. *Act* (tindakan) adalah tingkah laku yang dilakukan orang dalam setiap harinya, sebagian orang dapat memperhatikan tindakan orang lain dengan hanya melihat bagaimana ia bertingkah laku.⁷¹
- b. *Scene* (medan), medan adalah tempat yang dapat digunakan untuk berpidato, seperti panggung, mimbar, dan lain sebagainya.⁷²
- c. *Agent* (pelaku), pelaku adalah orang yang melaksanakan pidato dan orang yang menjadi sasaran atau pendengar dalam pidato tersebut, dalam ilmu dakwah pelaku disebut *da'i* dan *mad'u*, pelaku retorika adalah sebagai sumber kekuatan atas unsur yang ada.⁷³
- d. *Agency* (*sasaran tindak*), sasaran tindak adalah alat yang digunakan oleh orator untuk menyampaikan materi pidatonya. Alat ini bisa berbentuk media mimbar, media cetak dan media elektronik.⁷⁴
- e. *Porpusa* (tujuan), tujuan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan retorika, karena dengan tujuan itulah dapat dirumuskan suatu landasan tindakan dan dengan tujuan pula orang yang mendengar pidato akan memahami terhadap isi pesan yang disampaikan. Sehingga akan timbul perubahan dalam diri pendengar sesuai dengan apa yang diharapkan pembicara.⁷⁵

4. Tujuan dan Fungsi Retorika

a. Tujuan Retorika

Tujuan Retorika adalah persuasi, yaitu meyakinkan pendengar akan kebenaran gagasan hal yang dibicarakan. Artinya retorika adalah membina saling pengertian yang mengembangkan kerja sama dalam

⁷¹Ari Pratama Putra, Retorika KH.Ahmad Damanhuri di Depok. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011). Hlm.19

⁷²Ari Pratama Putra, Retorika KH.Ahmad Damanhuri di Depok.....,Hlm.19

⁷³Ari Pratama Putra, Retorika KH.Ahmad Damanhuri di Depok.....,Hlm.20

⁷⁴Ari Pratama Putra, Retorika KH.Ahmad Damanhuri di Depok.....,Hlm.20

⁷⁵Ari Pratama Putra, Retorika KH.Ahmad Damanhuri di Depok.....,Hlm.20

menumbuhkan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur.⁷⁶

b. Fungsi Retorika

I Gusti Ngurah Oka menjelaskan bahwa retorika adalah untuk:

- 1) Menyediakan gambaran yang jelas tentang manusia terutama dalam hubungan kegiatan bertuturnya, termasuk ke dalam gambaran ini antara lain gambaran proses kejiwaannya ketika ia terdorong untuk bertutur ketika ia mengidentifikasi pokok persoalan dan retorika bertutur ditampilkan.⁷⁷
- 2) Menampilkan gambaran yang jelas tentang bahasa atau benda yang biasa diangkat menjadi topik tutur. Misalnya saja gambaran tentang hakikatnya, strukturnya, fungsi dan sebagainya.⁷⁸
- 3) Mengemukakan gambaran terperinci tentang masalah tutur misalnya dikemukakan gambaran tentang hakikatnya, strukturnya, bagian-bagiannya dan sebagainya.⁷⁹

Bahasa merupakan alat pengukur nilai seseorang dalam hubungan antar manusia.⁸⁰

Dakwah dengan memperhatikan retorika adalah memaparkan suatu masalah agama dan kemudian orang merasa begitu terlihat dengan masalah yang sedang dipaparkan. Sama halnya apabila seorang orator menyampaikan suatu persoalan kemudian orang merasa terdorong untuk mencari sebab deviasi (penyimpangan) dan kemudian membuat keputusan tertentu untuk mencari pemecahannya.⁸¹

Tidak mengherankan, sebagian besar orang sukses adalah pembicara yang sukses. Demikian juga sebaliknya. Jika anda telah

⁷⁶Yusuf zainal abidin, *pengantar retorika*, (Bandung: CV Pustaka Setia, cetakan pertama, 2013), Hlm.58

⁷⁷Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013). Hlm.20

⁷⁸Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham.....,Hlm.20

⁷⁹ Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham.....,Hlm.20

⁸⁰Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius 1991), Hlm.23

⁸¹Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*.....,Hlm.24

mengembangkan kemampuan untuk bicara dengan baik, dan itu dapat dikembangkan, anda akan sukses.⁸² Kalau merasa sudah menjadi orang sukses, anda dapat membuat diri anda lebih sukses dengan menjadikan diri anda sebagai pembicara yang lebih baik.

Dengan demikian, termasuk dalam cakupan pengertian retorika adalah seni berbicara atau kemahiran dan kelancaran berbicara serta kemampuan memproduksi gagasan, kemampuan mensosialisasikan sehingga mampu mempengaruhi *audiens*.

Dewasa ini, retorika diartikan sebagai kesenian untuk berbicara baik, yang dipergunakan dalam proses komunikasi antar manusia. Kesenian berbicara ini bukan hanya berarti berbicara lancar tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, suatu kemampuan untuk berbicara dan berpidato jelas, padat dan mengesankan.⁸³

Asal konsep Retorika adalah persuasi. Definisi persuasi adalah; (1) Tindakan untuk mengubah sikap dan perilaku seseorang dengan menggunakan kata-kata lisan/tertulis, (2) suatu usaha untuk menanamkan opini baru, dan (3) Suatu usaha yang dilakukan secara sadar, untuk mengubah sikap, kepercayaan, dan perilaku orang dengan transmisi pesan. Titik tolak Retorika adalah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu (misalnya memberikan informasi atau memberi informasi). Berbicara adalah salah satu kemampuan khusus pada manusia. Oleh karena itu, pembicaraan setua umur bangsa manusia. Bahasa dan pembicaraan ini muncul, ketika manusia mengucapkan dan menyampaikan pikirannya kepada manusia lain.⁸⁴

⁸²Larry King Bill Gilbert, *Seni Berbicara Kepada Siapa Saja, Kapan Saja, Di mana Saja*,(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1995), hlm.61

⁸³Abdullah, *Retorika dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: *Journal* Bimbingan dan Penyuluhan Islam, Volume 10 Nomor 1, Tahun 2009), Hlm.109

⁸⁴Alaika Nashrulloh, *Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an*,(Banyuwangi:*Journal Pendidikan*, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam Volume 8 Nomor 1, Tahun 2016), Hlm.163

Teori Retorika Aristoteles penulis gunakan dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Teori Retorika Aristoteles lebih menekankan kepada aspek gaya dan bentuk subjek retornya. Jadi, melihat pada kredibilitas komunikator (retor) publik, karakteristik retor dan gaya bahasanya, serta pesan-pesan yang disampaikan selama pidato (*public speaking*).⁸⁵
- 2) Pelaku Retorika dakwah dilihat pada aspek perbandingan retorika dari sisi manusiawi kedua figur (tokoh) yang dikaji ini, dan tidak mengkaji efek atau besaran pengaruh retorikanya pada *audiens*.⁸⁶

Dengan demikian, kajian tentang retorika menjadi sangat penting, terutama berkaitan dengan *publik relations*. Menurut para ahli retorika, komunikasi yang berkaitan dengan kegiatan *public relations* dengan perilaku-perilaku simbolik yang bertujuan atau bisa digunakan untuk berbagi dan mengevaluasi informasi, membentuk keyakinan, serta membangun norma-norma untuk aksi kolektif yang terkoordinasi. “Oleh karena itu, mempelajari retorika tidak semata-mata untuk mengolah bahasa agar terdengar indah, tetapi lebih dari itu, yakni sebagai cerminan individu seseorang. Semakin bagus retorika yang disajikan, semakin menunjukkan keluarbiasaan pembicaraannya.”⁸⁷

Jadi, Retorika selain sebagai ilmu berbicara juga diakui oleh banyak ahli sebagai tradisi yang melahirkan kajian ilmu komunikasi. Namun pada saat ini, seperti digambarkan di atas, pengetahuan Retorika hanya memperoleh porsi yang sangat kecil dalam kajian ilmu Komunikasi yakni melalui mata kuliah Retorika dan *Public Speaking*. Padahal sudah semestinya akademisi dan ilmuwan Komunikasi menguasai pengetahuan

⁸⁵Bambang Saiful Ma’arif, *Pola Komunikasi Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar dan K.H. Jalaluddin Rakhmat*, (Bandung: *Journal* Fakultas Dakwah UNISBA, Volume XXV, Nomor 2, Tahun 2009), Hlm.164

⁸⁶Bambang Saiful Ma’arif, *Pola Komunikasi Dakwah K.H. Abdullah Gymnastiar dan K.H. Jalaluddin Rakhmat*, (Bandung: *Journal* Fakultas Dakwah UNISBA, Volume XXV, Nomor 2, Tahun 2009), Hlm.164

⁸⁷Regi Raisa Rahman, *Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube.Skripsi*. (Bandung : Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2018). Hlm.4-5

teoritis dan praktis dalam retorika, termasuk di dalamnya kemampuan atau ketrampilan berpidato.⁸⁸

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzoh hasanah*, *tabsyir*, *indzhar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah*.⁸⁹

Di dalam al-Qur'an ada beberapa ayat yang menunjukkan kata tersebut, antara lain dalam surat Yunus ayat 25

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).

Kata “mengajak, mendorong, dan memotivasi” adalah kegiatan dakwah yang berada dalam ruang lingkup *tabligh*. Oleh karena itu, secara terminologi pengertian dakwah dimaknai dari aspek positif ajakan, yaitu ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat.⁹⁰

Sedangkan menurut istilah, dakwah mengandung beberapa makna yang berbeda, namun tujuan dan arti dakwah itu sendiri sama. Sedangkan dakwah secara terminology dapat kita lihat dari berbagai pendapat ulama, yaitu:

⁸⁸Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, *Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*. *Journal Ilmu Komunikasi* Volume 12 Nomor 1, Tahun 2014, Hlm. 70-72

⁸⁹Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, Edisi Cetakan ke 2, 2009), Hlm. 17

⁹⁰Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*....., Hlm. 19

- a. Ali Makhfudh dalam kitabnya “*Hidayatul Mursyidin*” mengatakan, dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk agama, menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan *munkar* agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.⁹¹
 - b. Muhammad Khidr Husain dalam bukunya “*al-Dakwah ila al-Ishlah*” mengatakan, dakwah adalah upaya untuk memotivasi orang agar berbuat baik dan mengikuti jalan petunjuk, dan melakukan *amr ma'ruf nahi munkar* dengan tujuan mendapatkan kesuksesan dunia dan akhirat.⁹²
 - c. Ahmad Ghalwasy dalam bukunya “*ad Dakwah al-Islamiyyah*” mengatakan bahwa, Ilmu dakwah adalah ilmu yang dipakai untuk mengetahui berbagai seni menyampaikan kandungan ajaran Islam, baik itu akidah, syariat, maupun akhlak.⁹³
2. Prinsip-prinsip Dakwah

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia sebagai *rahmatan lil 'alamin*. Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan manakala ajarannya dijadikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan secara konsisten serta konsekuen. Usaha penyebarluasan Islam dan realisasi terhadap ajarannya adalah melalui dakwah.⁹⁴

Dari paparan di atas, secara ringkas dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip dakwah antara lain:

- a. Prinsip Keteladanan
- b. Penegakkan kebenaran dan jalan yang lurus
- c. Berlandaskan kepada akal (logika) tuntunan dan ilmu pengetahuan.

⁹¹Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, Edisi Cetakan ke 2, 2009), Hlm.19

⁹²Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*.....,Hlm.19

⁹³Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*.....,Hlm.20

⁹⁴Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, Cetakan pertama, 2000), Hlm.12

- d. Prinsip kontinuitas dan kelanggengan yang garis-garisnya merupakan penunjukkan Allah pelaksanaan perintah-Nya. Disampaikan secara penuh keberanian dan keikhlasan.
 - e. Dilakukan oleh seorang mukmin yang berpredikat sebagai *ahsanu qaulan wa amalan* dan mengandung nilai ketundukkan/kepatuhan kepada al-khalik.⁹⁵
3. Subjek dan Objek Dakwah

Dalam tinjauan terminologi sebagai subjek dari dakwah dakwah adalah menyeru atau mengajak umat manusia baik perorangan ataupun kelompok kepada agama Islam. Dari pengertian tersebut, maka dapat diambil kata *da'i* sebagai subjek dari dakwah itu sendiri.⁹⁶

Objek dakwah adalah manusia yang dijadikan sasaran untuk menerima dakwah yang sedang dilakukan oleh *da'i*. Keberadaan objek dakwah yang sering dikenal dengan *mad'u*, yang sangat heterogen baik ideology, pendidikan, status sosial dan sebagainya.⁹⁷

4. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah.

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.⁹⁸

Menjadi seorang *da'i* sangatlah berperan penting. Karena bagi seorang *da'i*, yang senantiasa menyampaikan dakwah kepada umatnya, ia perlu mengetahui ilmu ini, karena ia berbicara bukan hanya untuk di dengar semata, tetapi lebih dari itu, ia berbicara untuk mengajak obyek *mad'u* kepada jalan Allah, Islam. Karena itu apa yang disampaikan

⁹⁵Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*.....,Hlm.12

⁹⁶Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*.....,Hlm.23

⁹⁷Dinda Tiara Alfianti, Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stand Up Comedy. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016), Hlm.23

⁹⁸Ari Pratama, Retorika Dakwah KH. Ahmad Damanhuri di Depok. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011),Hlm.35

harus bisa mengambil hati *mad'u* dan menyentuhnya. Memang hidayah adalah urusan Allah sedang tugas dai hanya menyampaikan, tetapi menyampaikan kalau diperindah dengan retorika yang baik niscaya akan memberikan nilai plus dalam menarik dan menyentuh obyek dakwah.⁹⁹

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain, manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.¹⁰⁰

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.¹⁰¹

d. *Wasilah* (Media Dakwah)

Media Dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*.¹⁰²

e. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu "*meta*" (melalui) dan "*hados*" (jalan, cara). Dengan demikian, metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.¹⁰³

⁹⁹Alaika Nashrulloh, *Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an*, (Banyuwangi: *Journal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* Volume 8 Nomor 1, Tahun 2016), Hlm.161

¹⁰⁰Alaika Nashrulloh, *Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an*, (Banyuwangi: *Journal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* Volume 8 Nomor 1, Tahun 2016), Hlm.161

¹⁰¹M.Munir, Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group) cetakan ke-2, 2009). Hlm.24

¹⁰²M.Munir, Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*.....,Hlm.24

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Atsar berasal dari bahasa Arab yang berarti berkesan, atau tanda. Istilah ini selanjutnya digunakan untuk menunjukkan suatu ucapan atau perbuatan yang berasal dari sahabat atau *tabi'in* yang pada perkembangan selanjutnya dianggap sebagai hadits, karena memiliki ciri-ciri sebagai hadits.¹⁰⁴

Atsar (efek) sering disebut juga sebagai *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*.¹⁰⁵

C. Retorika Dakwah

1. Pengertian Retorika Dakwah

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.

Berbicara tentang dakwah juga berbicara tentang komunikasi, karena komunikasi adalah kegiatan informatif, yakni agar orang lain mengerti, dan mengetahui. Persuasif yaitu orang lain bersedia menerima

¹⁰³Alaika Nashrulloh, *Retorika Dakwah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an*, (Banyuwangi: *Journal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam* Volume 8 Nomor 1, Tahun 2016), Hlm.162

¹⁰⁴Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki. *Skripsi*. (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019). Hlm.39

¹⁰⁵Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki....., Hlm.39

suatu paham atau keyakinan, melakukan kegiatan atau perbuatan-perbuatan lainnya.¹⁰⁶

Retorika dakwah adalah kepandaian menyampaikan ajaran Islam secara lisan guna terwujudnya situasi dan kondisi yang Islami. Retorika dakwah merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang membahas tentang bagaimana menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara agar pesan kita dapat diterima.

Jadi, retorika merupakan kegiatan untuk menarik perhatian orang lewat kepandaian berbicara, khususnya berbicara di depan umum. Dengan demikian, peran retorika sangat besar dalam menyampaikan informasi. Demikian pula dalam menyampaikan pesan-pesan yang sarat dengan nilai agama (dakwah), di perlukan kepandaian retorika yang handal. Dalam menyampaikan pesan Islam, agar apa yang disampaikan mendapat perhatian oleh pendengar, pesan-pesan tersebut harus menarik perhatian masyarakat (*attractive*) dan penyampaiannya pun harus aktual.¹⁰⁷

2. Penerapan Retorika dalam Dakwah

Seorang *da'i* dapat memaparkan materi dakwah kepada jamaah haruslah menguasai retorika dakwah itu sendiri, sekaligus mampu menerapkannya dalam berkhotbah di hadapan puluhan, ratusan bahkan ribuan jamaah. Maka penulis sedikit memberikan gambaran cara berretorika di hadapan jamaah, yaitu:¹⁰⁸

- a. Mengetahui daerah tempat ia akan berdakwah. *Da'i* yang baik akan bertanya terlebih dahulu dimana ia akan berdakwah. Sebab dengan mengetahui daerah tempat ia berdakwah, ia akan tahu suku, budaya dan bahasa daerah tersebut. Kerena apalah artinya ceramah yang

¹⁰⁶Sarwinda, *Retorika Dakwah K.H. Muhammad Dainawi pada Pengajian A'isyah Desa Pulau Panggung Sumatera Selatan. Journal*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2017, Hlm.168

¹⁰⁷Sarwinda, *Retorika Dakwah K.H. Muhammad Dainawi pada Pengajian A'isyah Desa Pulau Panggung Sumatera Selatan. Journal*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2017, Hlm.169

¹⁰⁸Hifzanul Hanif, *Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013). Hlm.21

berapi-api, isi materi dan bahasa yang luas, namun jamaahnya tidak mengerti bahasa sang *da'i*. Maka dakwah tersebut tergolong gagal.¹⁰⁹

- b. Mengetahui tingkat pendidikan jamaah. Seorang orator yang cerdas ia akan menyesuaikan diri saat akan berdakwah. Dengan siapa ia berbicara, sebab salah satu keberhasilan retorika ialah mengetahui lawan bicara. Dengan warga pedesaan atau kaum intelek.¹¹⁰
- c. Menguasai materi yang akan disampaikan. Seorang juru dakwah akan makin disegani dan digemari bila ia betul-betul menguasai materi ceramahnya. Gaya bicara yang baik tidak ada artinya jika juru dakwahnya tidak menguasai materi yang dibicarakan. Sebab, orator akan kehabisan bahan dalam berdakwah dan bisa mengakibatkan menyimpang dari materi yang sebenarnya.¹¹¹
- d. Memiliki olah vokal dan keluwesan dalam berbicara. Setiap orator harus memiliki vokal yang lantang dan khas serta luwes dalam berbicara dan tidak bertele-tele sehingga materi yang disampaikan akan mudah dicerna dan dipahami oleh jamaah.¹¹²

Ada beberapa prinsip utama yang dapat diterapkan dalam retorika, yaitu suatu rumusan yang dikenal dengan AIDDA, terdiri dari *attention* (perhatian), *interest* (minat dan kepentingan), *desire* (hasrat dan keinginan), *decision* (keputusan), *action* (tindakan atau aksi).¹¹³

Penerapan retorika dalam dakwah Islam adalah dengan kedatangan agama Islam dan perintah untuk menyebarkanluaskannya. Di zaman Rasulullah SAW juga mempergunakan retorika dalam memberikan keterangan kepada umatnya. Hal ini dilihat dari firman Allah SWT yang berbunyi:

¹⁰⁹Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.....,Hlm.21-22

¹¹⁰Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.....,Hlm.21-22

¹¹¹Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.....,Hlm.21-22

¹¹²Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.....,Hlm.23

¹¹³Yusuf zainal abidin, *pengantar retorika*, (Bandung: CV Pustaka Setia, cetakan pertama, 2013), Hlm.59

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ. وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

Artinya: Dan kami tidak mengutus seorang rasul pun, melainkan dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dia yang Maha Perkasa, Maha Bijaksana. (Q.S. Ibrahim Ayat 4)

Disamping, penerapan retorika dalam bentuk ucapan atau khutbah, Rasulullah SAW juga mempergunakan media tulisan untuk menyebarluaskan ajaran Islam, telah menerapkan retorika baik dalam bentuk ucapan maupun retorika tulisan sehingga keterkaitan antara dakwah dan retorika dan sangatlah erat sekali.¹¹⁴

Maka dari itu untuk tersebar luasnya ajaran Islam yang merupakan rahmat bagi seluruh isi alam kepada seluruh umat manusia, maka pra *da'i* atau *muballigh* semenjak dari dulu sehingga sekarang dalam setiap kesempatan khutbah dan ceramah tidaklah hanya bicara demi bicara, akan tetapi bagaimana pembicaraan tersebut dapat merangsang mereka yang mendengarkan (*mad'u*) untuk berbuat sesuatu yang nyata dalam kehidupan sesuai dengan tuntutan Al-qur'an dan Al-Hadits.¹¹⁵

Retorika adalah sebuah seni (sistem) berpidato menggunakan bahasa lisan, agar dapat menghasilkan kesan terutama dari para pendengar. Retorika termasuk seni yang paling tua dalam komunikasi massa. Karena itu, berpidato termasuk salah satu cara dari sekian banyak cara berkomunikasi yaitu antara si pembicara (komunikator) dengan sejumlah orang. Jadi, berpidato termasuk untuk menyampaikan isi hati, pesan, ide, program, perasaan dan sebagainya oleh seseorang kepada sejumlah orang. Dengan kata lain, pidato merupakan salah satu sarana informasi dan komunikasi yang sangat penting. Karena melalui pidato, orang akan dapat

¹¹⁴Yusuf zainal abidin, *pengantar retorika*.....,Hlm.59

¹¹⁵Yusuf zainal abidin, *pengantar retorika*.....,Hlm.60

menyebarnya, dapat menanamkan pengaruhnya bahkan dapat memberikan arah berfikir yang baik dan sistematis.¹¹⁶

3. Pentingnya Retorika dalam Dakwah

Retorika dalam hal ini mencakup ceramah, pidato, atau khutbah merupakan salah satu bentuk kegiatan dakwah yang sangat sering dilakukan di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Bahkan khutbah pada hari Jum'at adalah merupakan kegiatan wajib yang harus dijalankan saat melaksanakan sholat jum'at. Agar ceramah atau khutbah dapat berlangsung dengan baik, memikat dan menyentuh akal dan hati para jamaah, maka pemahaman tentang retorika menjadi perkara yang penting.¹¹⁷

Berikut ini ada beberapa kiat agar ceramah atau komunikasi dakwah dapat berhasil bisa dengan menggunakan retorika yang baik:

- a. Pahami dan kuasai pembahasan secara baik. Perlu setiap *da'i* menyiapkan kisi materi pembicaraan dan rujukan yang diperlukan agar ketika berbicara tidak kehilangan kontrol.¹¹⁸
- b. Amalkan ilmu yang disampaikan dan diajarkan. Beri contoh dari diri sendiri tentang apa yang hendak disampaikan, hal ini untuk menutup prasangka orang lain bahwa kita “omong kosong”.¹¹⁹
- c. Pilih pembicaraan yang sesuai dengan keadaan dan kebutuhan, pandai melihat fenomena yang berkembang di tengah hadirin, juga latar belakang *social cultural* mereka. Hal ini agar lebih mendekati kebutuhan audiens dan membangkitkan spirit keagamaan mereka.¹²⁰

¹¹⁶Hifzanul Hanif, Telaah Retorika Dakwah Muhammad Arifin Ilham. *Skripsi*. (Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013). Hlm.22-23

¹¹⁷Isina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah* (Relasi Atas Stelistika Bahasa, (Kudus: Journal Komunikasi Penyiaran Islam Volume 1 Nomor 2, Tahun 2013), Hlm.52

¹¹⁸Isina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah* (Relasi Atas Stelistika Bahasa, (Kudus: Journal Komunikasi Penyiaran Islam Volume 1 Nomor 2, Tahun 2013), Hlm.53

¹¹⁹Isina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah* (Relasi Atas Stelistika Bahasa.....,Hlm.53

¹²⁰Isina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah* (Relasi Atas Stelistika Bahasa.....,Hlm.53

D. Iman

1. Pengertian Iman

Iman berasal dari bahasa Arab dengan kata dasar *amana-yu'minu'imanan*, artinya beriman atau percaya. Percaya dalam bahasa Indonesia artinya mengakui atau yakin bahwa sesuatu (yang dipercayai) itu memang benar atau nyata adanya. Pada umumnya di sini selalu dihubungkan dengan kepercayaan dalam atau berkenaan dengan agama.¹²¹

Iman menurut bahasa adalah *tashdiq* (membenarkan). Menurut syariat, iman adalah membenarkan dalam hati, mengucapkan dengan lisan, dan mengerjakan dengan anggota badan.¹²²

Iman juga dikenal dengan istilah aqidah. Aqidah artinya ikatan, yaitu ikatan hati. Bahwa seseorang yang beriman mengikatkan hati dan perasaan dengan sesuatu kepercayaan yang tidak lagi ditukarnya dengan kepercayaan lain.

Dikemukakan oleh Hazairin, aqidah adalah iman dengan semua rukun-rukunnya yang enam. Berarti menurut pengertian ini iman yaitu keyakinan atau kepercayaan akan adanya Allah SWT, Malaikat-malaikat-Nya, Kitab-kitab-Nya, Nabi-nabi-Nya, hari kebangkitan dan *Qadha* dan *Qadar*-Nya.¹²³

Aqidah secara etimologi berasal dari kata '*aqada-ya'qidu-aqdan-aqidatan*, *aqdan* memiliki beberapa makna diantaranya simpul, kokoh, ikatan, perjanjian. Kemudian setelah *aqdan* terbentuk kata *aqidatan* yang berarti keyakinan. Sedangkan secara terminologis, menurut Hasan Al-Banna aqidah adalah beberapa perkara yang wajib diyakini kebenarannya

¹²¹Kaelany, *Islam, Iman dan Amal Saleh* (Jakarta: PT Rineka Cipta, Cetakan Pertama, 2000), Hlm.58

¹²²Abdullah Al-Marwi, 337 Tanya Jawab Fiqih Wanita, (Yogyakarta: Semesta Hikmah Publishing, Edisi Cetakan ke 2, 2019), Hlm.51

¹²³Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video "Kangen" Di Youtube)*, (Samarinda: *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.69

oleh hati, mendatangkan ketentraman jiwa dan menjadi keyakinan yang tidak bercampur dengan keraguan sedikitpun.¹²⁴

Aqidah tersebut akan menjadi pegangan dan pedoman hidup, mendarah daging dalam diri (jasmani dan rohani) yang tidak dapat dipisahkan lagi dari diri seseorang mukmin. Bahkan seorang mukmin sanggup berkorban segalanya, harta dan bahkan jiwanya demi mempertahankan aqidahnya.

Keimanan itu bukanlah hanya ungkapan yang dilafalkan di ujung lidah saja, juga bukan hanya keyakinan yang terdapat dalam hati, tanpa bukti pengamalan yang nyata yang tercermin dalam sikap dan perilaku sehari-hari. Iman yang benar dan tepat adalah ialah keyakinan yang mantap dalam hati, yang mendarah daging dalam diri seseorang, dan bekasnya memancar dalam segala gerak laku, tindak tanduk dan perbuatan. Karena iman dalam hati, manusia tidak dapat mengukur nilai dan kadar keimanan seseorang. Kita hanya mampu melihat bukti-bukti yang tampak dalam perbuatan dan amal yang nyata. Bukti nyata itulah yang menjadi takaran dan tolak ukur keimanan.¹²⁵

2. Konsep Iman

Dalam iman, terdapat 3 unsur yang mesti berjalan serasi, tak boleh timpang antara pengakuan lisan, membenaran hati dan pelaksanaan secara nyata dalam amal perbuatan. Apa yang dipercayai hendaklah secara nyata dibuktikan, antara ikrar lisan bersesuaian dengan perbuatan. Bukan sebaliknya, lain di mulut, lain di hati dan lain pula yang dilakukan. Bila perbuatan tidak sesuai dengan apa yang diucapkan, hal itu bukanlah perbuatan yang muncul dari iman, karena iman seharusnya menampilkan hal-hal positif yang seirama dengan detik hati dan ucapkan lidah.¹²⁶

¹²⁴Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video “Kangen” Di Youtube)*, (Samarinda: *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.70

¹²⁵Kaelany, *Islam, Iman dan Amal Saleh* (Jakarta: PT Rineka Cipta, Cetakan Pertama, 2000), Hlm.60

¹²⁶Abdullah Al-Marwi, *337 Tanya Jawab Fiqih Wanita*, (Yogyakarta: Semesta Hikmah Publishing, Edisi Cetakan ke 2, 2019),Hlm.52

E. Media Sosial

Media sosial/*social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. media sosial dikutip dari Wikipedia, didefinisikan sebagai sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia.¹²⁷

Ardianto dalam buku Komunikasi mengungkapkan, bahwa media sosial *online* disebut jejaring sosial *online* bukan media massa *online*. Karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat.¹²⁸

Media Sosial (*Social Media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (internet). para pengguna (*User*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*), serta membangun banyak kemungkinan mengenai interaksi di dalamnya dan juga kemampuan untuk membuat sebuah komunitas yang baru.¹²⁹

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semakin mudahnya setiap orang dalam mengakses internet. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau korsan dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa dengan mudah mengakses menggunakan media sosial kapanpun menggunakan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis dan

¹²⁷Errika Dwi Setya Watie, *Komunikasi dan Media Sosial. Journal. Ilmu Komunikasi*. Volume 3, Nomor 1, Tahun 2011, Hlm.71

¹²⁸Errika Dwi Setya Watie, *Komunikasi dan Media Sosial. Journal . Ilmu Komunikasi*. Volume 3, Nomor 1, Tahun 2011, Hlm.72

¹²⁹Ricardo F. Nanuru, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2013, Hlm.2

berbagai model *content* lainnya. Media Sosial, sesuai namanya merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk saling bersosialisasi, dan berinteraksi, berbagi informasi maupun menjalin kerjasama.¹³⁰

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya kalangan remaja, media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa membuka media sosial.¹³¹

F. Youtube

1. Pengertian Youtube

YouTube adalah salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunanya untuk meng-upload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan *YouTube* adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya *YouTube* memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisinya lalu menggabungkannya dengan layanan-layanan Google yang lain. Sama seperti Google juga mengakuisi *blogger*. *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. 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. Umumnya

¹³⁰Indi Nur Puspitasari, Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018), hlm.30

¹³¹Wilga Seesio Ratsja Putri, dkk. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*. *Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2017, Hlm.48

video-video di *YouTube* adalah klip musik (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di *YouTube* adalah flv yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki *plugin Flash Player*.¹³²

Youtube merupakan salah satu (bahkan bisa dikatakan yang terbesar) website yang memberikan kemudahan pengguna internet untuk meng-*upload* dan menonton video yang kita miliki. Tetapi masalahnya, secara *default* video di *youtube* tidak bisa di *download* kecuali pemilik dari video tersebut memberikan link *download* dari video.¹³³

Fenomena *youtube* yang sekarang menjadi bagian dari perusahaan Google tampaknya tidak pernah habis dibahas. Sisi negatif atau positif *youtube* tergantung kita untuk menyikapinya.

Youtube merupakan sebuah media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hampir setiap orang dari usia muda hingga tua ikut berpartisipasi dalam menggunakan *youtube*. Hal ini menyebabkan banyak *youtuber-youtuber* yang mengunggah konten atau video miliknya ke dalam media *youtube*.¹³⁴

2. Macam-macam konten yang ada dalam youtube:

a. *Vlog*

Vlog merupakan peristiwa sehari-hari yang diceritakan dalam bentuk video. *Vlog* biasanya berupa *talking head vlog*. Dimana seseorang akan berbicara langsung di depan kamera pada tempat dan situasi yang sama, tetapi ada juga yang *vlog* berbentuk video tutorial, jalan-jalan (*travel vlog*), dan juga *food vlog*.¹³⁵

¹³²Ricardo F. Nanuru, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2013, Hlm.2-3

¹³³Indi Nur Puspitasari, Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube. *Skripsi*. (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018), Hlm.30

¹³⁴Dyah Ayu Salsabila Nikmah, Analisis Resepsi Viewers Terhadap Personal Branding Positive Content Creator Gita Savitri Devi Melalui Youtube. *Skripsi*. (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah, 2018), Hlm.45

¹³⁵Ricardo F. Nanuru, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2013, Hlm.3

b. Film Pendek

Film pendek merupakan sebuah film yang mempunyai durasi pendek. Proses pembuatannya pun tidak kalah sulit dari pembuatan film-film yang berdurasi panjang. Jenis video ini banyak kita temukan di *youtube*. Beberapa contoh judul film pendek yang banyak diminati oleh masyarakat.¹³⁶

c. Cover Lagu

Youtube merupakan sebuah media sosial yang telah menjadi langganan masyarakat untuk menikmati berbagai klip penyanyi maupun band favorite mereka. Salah satunya adalah cover lagu yang saat ini telah banyak diminati oleh masyarakat. Cover lagu merupakan sebuah lagu yang dibawakan dengan diubah dari lagu original-nya dengan diubah baik dibagian nada, lirik ataupun yang lainnya.¹³⁷

d. Komedi

Salah satu fungsi dari media sosial (*youtube*) sendiri adalah untuk menghibur. Sehingga konten komedi banyak sekali diminati oleh masyarakat. Komedi termasuk jenis tayangan yang populer di *youtube*.¹³⁸

e. Ceramah Agama

Media *youtube* merupakan media yang juga dimanfaatkan oleh para tokoh agama untuk mensyiarkan pesan dakwah. Dengan mengunggah ceramah-ceramah agama yang diharapkan dapat memudahkan seseorang untuk dapat memperoleh informasi mengenai keagamaan. Konten ini juga merupakan jenis konten yang banyak diminati oleh masyarakat. Itulah beberapa konten-konten yang paling

¹³⁶ Ricardo F. Nanuru, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2013, Hlm.4

¹³⁷ Ricardo F. Nanuru, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2013, Hlm.4-5

¹³⁸ Ricardo F. Nanuru, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2013, Hlm.5

banyak di minati oleh masyarakat, dan masih banyak lainnya konten-konten di *youtube*.¹³⁹

Terkait dengan adanya *channel one minute booster* di media *online youtube*, sebagai wadah dakwah *bil-lisan* melalui media untuk para pengguna media online yang membutuhkan kajian atau pemahaman tentang agama tanpa perlu bertatap muka langsung dengan *da'i*.

Dalam video dakwah UHA yang di unggah pada *channel one minute booster* dengan tema “iman” ini didalamnya terdapat pesan dakwah tentang iman, bisa digunakan sebagai pembelajaran untuk hidup. Dakwah yang dikemas dengan bahasa yang mudah untuk dicermati oleh pendengarnya, merupakan salah satu ciri dari dakwah UHA tersebut.

Bila diambil tarik kesimpulan, menurut peneliti pesan dakwah ini ditunjukkan agar para penikmat dan pendengar dakwah UHA bisa mengambil contoh untuk kehidupan kita. Karena iman sendiri sangat penting bagi umat muslim semua, sebagai tanda keyakinan kita terhadap Allah SWT.

IAIN PURWOKERTO

¹³⁹ Ricardo F. Nanuru, *Seni Berwawasan Teknologi Modern. Journal*. Volume 3 Nomor 1, Tahun 2013, Hlm.5-6

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Metode berasal dari kata Method, yang berarti ilmu yang menerangkan metode-metode atau cara-cara. Kata penelitian merupakan terjemahan dari bahasa Inggris “*research*” yang terdiri dari kata re (mengulang) dan search (pencarian, penelusuran dan penyelidikan). Maka, *research* berarti melakukan pencarian. Sehingga metode penelitian diartikan sebagai suatu perangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisa, diambil kesimpulan dan selanjutnya di cari pemecahannya.¹⁴⁰

Metodologi dapat disebut sebagai pisau beda bagi penelitian untuk mengupas penelitian, sehingga tercipta hasil karya penelitian yang akurat, yaitu dengan menggunakan data yang pasti dengan membaca informasi tertulis, berfikir dan melihat obyek. Dengan demikian, peneliti memaparkan serta menjabarkan secara rinci dan menyeluruh sehingga menghasilkan suatu bentuk data yang menyeluruh.¹⁴¹

Metode penelitian berfungsi sebagai pedoman dalam melakukan penelitian yang akan dilakukan sebagai acuan dasar. Metode penelitian menjadi alat dalam melakukan analisis data sehingga dapat menemukan kesimpulan tersebut.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan pengamatan, atau penelaahan dokumen. Maksud dari penggunaan metode ini yaitu untuk memahami suatu kejadian tentang apa yang dialami subjek penelitian berupa motivasi,

¹⁴⁰Nadiatan 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.33

¹⁴¹ Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung.....,Hlm.34

perilaku, dan pandangan seseorang terhadap suatu hal dengan cara deskripsi dengan kata-kata dan gaya bahasa dalam konteks yang khusus dengan melibatkan berbagai metode.¹⁴²

Kejelasan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk menyimpulkan data atau informasi untuk memecahkan masalah berdasarkan data-data yang ada, yakni dengan menyajikan, dan menganalisis data.¹⁴³ Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian kualitatif berusaha menampilkan secara utuh yang membutuhkan kecermatan dalam pemaparan, sehingga hasil penelitian dapat dipahami secara menyeluruh, dan menyajikan data dengan mendeskripsikan dari hasil yang telah didapat peneliti.

a. Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini yaitu Ustadz Hanan Attaki.

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang akan diteliti adalah Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial *Youtube* tentang “Iman” pada Channel *One Minute Booster*. Dalam video tersebut terdapat 140 video, masing-masing berbeda *channel* dan temanya. Tetapi tema yang diambil tentang “iman”, dalam *Channel One Minute Booster* terdapat 10 video berjudul “iman” yang dominan berdurasi 1 menit. Video dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam *channel* ini, lebih memadukan antara bahasa, *backsound*, gambar maupun video pemandangan yang disatukan dengan instrumen.

2. Sumber Data

Sumber Data yang diperoleh adalah dari Media Sosial *Youtube* video tentang “Iman” pada Channel *One Minute Booster*.

¹⁴²Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki. *Skripsi*. (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019). Hlm.53

¹⁴³Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki.....,Hlm.34-35

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber data. Data primer pada dasarnya adalah memperoleh data langsung secara personal.¹⁴⁴

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah media sosial *youtube* video tentang “iman” pada *channel one minute booster* berjumlah 10 video yang dominan berdurasi 1 menit.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah penelusuran data melalui bahan tulis. Bentuk sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi yang peneliti dapatkan dari peneliti terdahulu, artikel, internet, buku, jurnal yang terkait dengan penelitian ini.¹⁴⁵

3. Metode Pengumpulan Data

Pada Bab ini akan diuraikan data dan hasil penelitian tentang fokus penelitian yang telah dirumuskan pada Bab I, yaitu Retorika Dakwah di Media Sosial Youtube video tentang “iman” pada *channel one minute booster*. Objek penelitian yang akan diteliti adalah retorika dakwah. Adapun langkah-langkahnya:

a. Observasi

Observasi berasal dari bahasa latin yang berarti “melihat” dan “memperhatikan” secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.¹⁴⁶

Pada teknik ini, peneliti terlibat langsung, yaitu dengan melihat maupun mendengarkan video ceramah Ustad Hanan Attaki untuk mengamati sekaligus mencari data penelitian yaitu, Retorika Ustad Hanan Attaki yang meliputi gaya bahasa dalam video “iman” yang terdapat pada *channel youtube one minute booster*.

¹⁴⁴Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki. *Skripsi*. (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019).Hlm.54

¹⁴⁵Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki.....,Hlm.54

¹⁴⁶Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki.....,Hlm.54

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengambil data dari catatan. Dokumentasi dapat menghasilkan beberapa jenis dokumen yang berbeda dan sesuai dengan tingkat kebutuhan masing-masing pihak tersebut.¹⁴⁷ Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data-data tentang Retorika Ustad Hanan Attaki. Data dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa video ceramah ustad Hanan Attaki.

4. Analisis Data

- a. Melihat tayangan video tentang “iman” yang diunggah melalui akun Media Sosial *Youtube* pada *Channel One Minute Booster* yang berjudul “Iman”.
- b. Peneliti lalu menganalisis video tentang “iman” bagaimana retorika dakwah UHA.

Menurut sumber lain, analisis data adalah menganalisis proses berlangsungnya suatu suatu fenomena dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses tersebut. Bisa juga menganalisis makna yang ada dibalik informasi, data, dan proses suatu fenomenal sosial. Oleh karena itu, proses penelitian tidak hanya memahami makna yang terdapat dalam sebuah naskah melainkan menggali apa yang terdapat di balik naskah.

Saussure menyebutkan bahwa tanda termasuk dalam konteks komunikasi manusia dengan melakukan pemilihan antara apa yang disebut *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). *Signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material: apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca). *Signified* adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dan bahasa. kedua unsur ini seperti dua sisi dari sekeping mata

¹⁴⁷Mida Al-Kusani, Analisis Konten Dakwah Remaja Dalam Akun Instagram @hanan_attaki. *Skripsi*. (Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019). Hlm.55

uang. Tanda bahasa dengan demikian menyatukan, bukan hal dengan nama, melainkan konsep dan gambaran akustik.¹⁴⁸

Sebagaimana pendapat Berger yang menyatakan bahwa yang pertama harus melihat urutan peristiwa yang memberi makna, dengan cara yang sama urutan kata-kata yang digunakan dalam kalimat memberi makna.¹⁴⁹

Analisis dalam hal ini bertujuan untuk menginterpretasikan retorika ceramah Ustadz Hanan Attaki dalam media sosial Youtube video tentang iman pada *channel one minute booster*. Sehingga dapat mengungkapkan makna yang lebih dalam serta menelusuri retorika ceramah, sehingga dapat diinterpretasikan dalam realitas sosial.



IAIN PURWOKERTO

¹⁴⁸ 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.32

¹⁴⁹ Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure).....Hlm.33

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Biografi Ustadz Hanan Attaki



Gambar 4.2 Foto Profil Ustadz Hanan Attaki (UHA)

Ustadz Hanan Attaki yang sering disapa dengan UHA ini memiliki nama asli Tengku Hanan Attaki. Beliau adalah pendakwah yang cukup digandrungi oleh masyarakat, terutama anak muda. Ustadz Hanan Attaki merupakan ustadz yang *hits* dikalangan anak muda dan *viral* di media sosial. Ia terkenal dengan julukan ustadz gaul yang asik tetapi tetap *syar'i*. Ustadz Hanan Attaki lahir di Aceh pada tanggal 31 Desember 1981. Dia merupakan anak ke 5 dari 7 bersaudara. Ustadz Hanan memiliki istri yang bernama Haneen Akira. Beliau memiliki empat anak yang bernama Aisyah, Maryam, Yahya, dan Ertugrul.¹⁵⁰

¹⁵⁰Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video “Kangen” Di Youtube)*, (Samarinda: *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.67

Prestasinya dalam ilmu pelajaran maupun tilawah al-qur'an membuat Ustadz Hannan Attaki selalu mendapatkan beasiswa dari sejak duduk dibangku Sekolah Dasar hingga duduk di bangku perkuliahan. Ustadz Hanan merupakan lulusan dari pondok pesantren Ruhul Islam Banda Aceh.¹⁵¹

Usai menamatkan sekolahnya di Pondok Pesantren Ruhul Islam Banda Aceh, Hanan Attaki melanjutkan pertualangan ilmunya ke Universitas al-Azhar Mesir. Di sana Hanan Attaki menekuni Fakultas Ushuluddin, Jurusan Tafsir Al-Qur'an hingga memperoleh gelar *Licence* (Lc) pada tahun 2004. Pengalamannya mengenal Al-Qur'an secara lebih dekat diawali pada usia kanak-kanak. Ustadz Hanan beberapa kali memenangkan Musabaqah Tilawati Qur'an, dia juga pernah mendapat gelar qori' terbaik di Fajar TV, Kairo pada tahun 2005, dan mengisi acara tilawah Al-Qur'an "*Min Ajmalis Soth*" di dua *channel* Televisi (Fajar Tv dan Iqro' Tv). Dia juga pernah membuat buku berjudul *Tadabbur Qur'an*.¹⁵²

Sewaktu menempuh pendidikan di Al-Azhar Kairo, Ustadz Hanan Attaki bergabung dalam kelompok studi Al-Qur'an dan ilmu-ilmu keislaman. Beliau juga pernah memimpin redaksi buletin "salsabila" yang dipimpin langsung oleh beberapa tokoh Ikhwanul Muslimin dari Mesir. Dalam menopang kebutuhannya dan istri selama di Mesir Ustadz Hanan Attaki mencoba berbagai bisnis. Dari berjualan bakso hingga menjadi "joki" Hajar Aswad saat musim haji tiba.¹⁵³

Setelah menyelesaikan pendidikannya di Mesir, Ustadz Hanan Attaki kembali ke Indonesia. Beliau tinggal bersama anak dan istrinya di Kota Bandung Jawa Barat. Di Bandung Ustadz Hanan bekerja sebagai pengajar di SQT Habiburrahman dan Jendela Hati, serta menjadi Direktur Rumah Quran di ITB. Pada tahun 2015 Ustadz Hanan Attaki mendirikan sebuah "Gerakan

¹⁵¹Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan* (Analisis Isi Atas Video "Kangen" Di Youtube), (Samarinda: *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.68

¹⁵²Nadiatan 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.39

¹⁵³Nadiatan Al-Ma'rufah, Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Berceramah di Masjid Agung Bandung (Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure).....,Hlm.40

Pemuda Hijrah” yang kemudian menjadi saluran dakwahnya sampai saat ini. Selain menjadi *founder* pemuda hijrah, dia juga mengajar di berbagai tempat. Salah satunya mengisi kajian di Masjid Trans Studio Bandung.¹⁵⁴

Di kota Bandung, UHA berdakwah melalui gerakan Pemuda Hijrah yang berdiri sejak Maret 2015. Dia merupakan *founder* dari Pemuda Hijrah. Dinamakan Pemuda Hijrah karena Ustadz Hanan Attaki melihat dakwah di Indonesia cenderung kurang progresif, dan cenderung jalan di tempat terutama untuk kalangan anak muda. Dia ingin ada sistem perubahan pada masyarakat dengan adanya dakwah.¹⁵⁵

Nama Ustadz Hanan Attaki semakin dikenal publik lantaran cara dakwahnya yang santai dan mampu merangkul semua kalangan, khususnya kalangan muda. Tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwah Ustadz Hanan Attaki. Metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan cara masuk dan merangkul anak muda di sekitarnya. Gaya berbusananya yang *casual*, kekinian namun tetap *syar'i* membuat banyak remaja tertarik untuk belajar Islam melalui dakwahnya. *Tagline* dia adalah banyak main, banyakin manfaat, banyakin pahala dan sedikitin dosa, itulah salah satu hal yang menarik dari Ustadz Hanan Attaki. Ustadz muda ini yang kerap mengisi kajian bersama para pemuda hijrah di Masjid Al Latif Jl. Saninten No. 2 RT 01 RW 05 Cihapit Bandung, dan di Masjid Trans Studio Bandung yakni di Jl. Gatot Subroto No. 289 setiap hari rabu, yang kerap berceramah dengan tema-tema yang menyesuaikan dengan anak-anak muda masa kini, seperti ‘*keep the faith*’, ‘*show on the road*’, ‘derita jomblo’ dan masih banyak lagi.¹⁵⁶

¹⁵⁴Ulfa 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.52

¹⁵⁵Ulfa Zulfi Pariska, Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube).....,Hlm.53

¹⁵⁶Ulfa Zulfi Pariska, Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki (Analisis Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube).....,Hlm.53

B. Penyajian Data Konten Dakwah Retorika Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial Youtube Video Tentang Iman pada Channel *One Minute Booster*

Konten dakwah merupakan keseluruhan dari kegiatan dakwah yang terdiri dari *da'i*, *mad'u*, materi dakwah, media dakwah, serta efek dakwah. Konten dakwah yang dikaji dalam penelitian ini merupakan dokumentasi dengan jumlah 34 video berjudul “iman” yang diunggah oleh beberapa akun *channel*, tetapi objeknya tetap sama yang mengisi materi dakwahnya, yaitu UHA sendiri. Dalam *channel youtube One Minute Booster* selama tahun 2018-2019, terdapat 10 video yang berjudul “iman”.

Peneliti menggunakan teori retorika dari Aristoteles. Dia mengemukakan bahwa gaya (*style*) adalah penggunaan bahasa baik bahasa verbal maupun non verbal untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu. Secara umum, gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri baik melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dsb. Gaya dianggap penting untuk menunjang keberhasilan dalam menyampaikan pesan.

Secara umum, konten dakwah UHA berjudul “iman” yang terdapat dalam *channel youtube one minute booster* bisa dijabarkan dalam bentuk tabel berikut ini:

Table. 4.1 Kategori Konten Dakwah Dalam Media Sosial Youtube Video Tentang “iman” pada Channel *One Minute Booster*

No	Judul	Tanggal Publish	Link
1.	Warnai Hidup dengan Iman	17 Juli 2018	https://youtu.be/lSrKE4fYHkA
2.	Nikmatnya Orang yang Beriman	14 Juli 2018	https://youtu.be/enCfXCyMzY
3.	<i>Charging</i> Iman	6 Juli 2018	https://youtu.be/6t4rtLuOEIM
4.	Iman Itu Berasa di Hati	11 Juli 2019	https://youtu.be/N4https://youtu.be/N43d6z5KuBS

5.	Cara Berfikir Orang yang Beriman	14 Maret 2017	https://youtu.be/aNIBO7Tr2ls
6.	Iman dan Sabar	13 Juli 2018	https://youtu.be/GKfEY-VImJk
7.	Cara Allah Menguatkan Iman	7 Juli 2018	https://youtu.be/rDGTq4lAdts
8.	Buah Dari Iman	9 Juli 2019	https://youtu.be/VIMB8wZaP8A
9.	Menaikkan Keimanan Terhadap Allah	28 Mei 2017	https://youtu.be/QIPuFVTuyIA
10.	Iman itu Nikmat yang Paling Berharga	19 April 2019	https://youtu.be/hKPM62reuF8

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa konten dakwah Ustadz Hanan Attaki pada *Channel One Minute Booster* terdapat 10 video yang berjudul “iman”.

Dilihat dari Teori Retorika Aristoteles, penulis gunakan dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Teori Retorika Aristoteles lebih menekankan kepada aspek gaya dan bentuk subjek retornya. Jadi, melihat pada kredibilitas komunikator (retor) publik, karakteristik retor dan gaya bahasanya, serta pesan-pesan yang disampaikan selama pidato (*public speaking*).¹⁵⁷
2. Pelaku Retorika dakwah dilihat pada aspek perbandingan retorika dari sisi manusiawi kedua figur (tokoh) yang dikaji ini, dan tidak mengkaji efek atau besaran pengaruh retorikanya pada *audiens*.¹⁵⁸

¹⁵⁷Elen Inderasari, Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. *Skripsi*. (Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019). Hlm.5

¹⁵⁸Eko Sumadi, Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi. *Journal*. (Kudus : Stain Kudus, 2016). Hlm.176

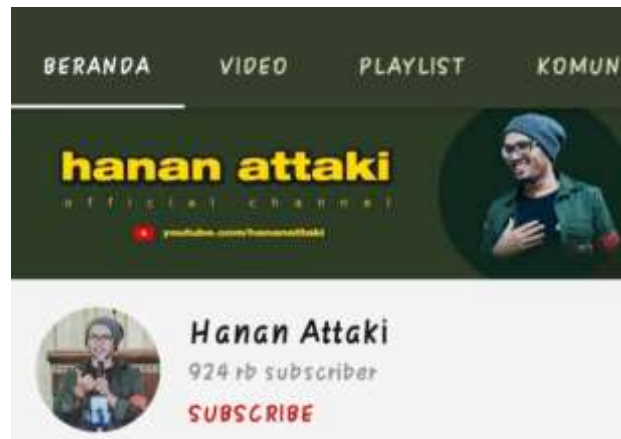
Ustadz Hanan dikenal sebagai Ustadz kekinian. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik penggunaan bahasa yang lebih mengarah pada ragam bahasa gaul agar lebih dekat dengan anak muda zaman sekarang. Usaha yang dilakukan Ustadz Hanan Attaki tersebut bertujuan agar pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dan diaplikasikan oleh anak muda saat ini.

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 di nantikan kajian-kajian berikutnya.

C. Channel Youtube *One Minute Booster*



Gambar 4.3 Channel Youtube *One Minute Booster*



Gambar 4.4 Channel Youtube Ustadz Hanan Attaki

Perkembangan Teknologi Informasi memicu inovasi para *creator*, salah satunya terdapat di media sosial. Beberapa perkembangan inovasi tersebut misalnya, penyampaian informasi, opini bahkan berbagi pengalaman dan cerita sehari-hari melalui video yang diunggah ke dunia media sosial. Salah satunya adalah video *One Minute Booster*. *One Minute Booster* adalah sebuah fenomena baru dalam dunia media digital. Pengaruh Video *One Minute Booster* @pemudahijrah Terhadap Perilaku Keagamaan *Subscriber* @pemudahijrah menjelaskan bahwa *One Minute Booster* adalah video yang berupa potongan materi dari para pengisi kajian, video tersebut biasanya memiliki durasi waktu selama satu menit yang merupakan batas panjang waktu video dalam *Youtube*. Penelitian ini mencoba untuk membedah atau mengkaji Video *One Minute Booster* dari Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah.¹⁵⁹

Dalam video *One Minute Booster* yang berdurasi kurang lebih satu menit ini, terdapat potongan-potongan gambar bergerak, dakwah dari para pemateri kajian, serta instrumental musik. Elemen-elemen tersebut dapat menjelaskan isi dari materi dakwah dan membawa perasaan atau suasana dari khalayak yang menonton video tersebut. Dari pengakuan seorang Mahasiswa

¹⁵⁹Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Millenial Tentang Tuhan* (Analisis Isi Atas Video “Kangen” Di Youtube). *Journal. IAIN Samarinda* Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018, Hlm.65

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Inayatun Syarifah (21) merasa tertarik dari apa yang disampaikan dalam konten video *One Minute Booster*. Seorang mahasiswi tersebut mengatakan, bahwa konten yang diberikan selalu menarik perhatian para pengikut akun *Channel Youtube One Minute Booster*. Video ini mendapat respon yang positif dari para pengikut akun *Channel One Minute Booster* di dalam sosial media. Karena penyampaiannya menggunakan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti, sehingga memudahkan para pemuda yang mengikuti *Channel Youtube* tersebut memahami syariat Islam. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya *viewers* atau orang yang menonton video tersebut di sosial media *Youtube*.¹⁶⁰

One minute booster adalah sebuah fenomena baru dalam dunia dakwah di media digital. *One Minute Booster* adalah video yang berupa potongan materi dari para pengisi kajian, video tersebut biasanya memiliki durasi waktu selama satu menit yang merupakan batas panjang waktu video dalam *youtube*. Penelitian ini mencoba untuk membedah atau mengkaji Video *One Minute Booster* dari Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah.

Dengan adanya unggahan video *One Minute Booster* pada di media sosial *youtube*, masyarakat menjadi familiar dengan Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah dan Ustadz yang menjadi sorotan, yaitu Ustadz Hanan Attaki. UHA adalah salah satu pemateri dari setiap salah satu pemateri dari setiap kajian yang diselenggarakan oleh Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah sekaligus *founder* atau pendiri dari komunitas tersebut.

Komunitas Gerakan Pemuda Hijrah adalah suatu komunitas gerakan yang berdiri pada bulan Februari 2015. Komunitas menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah sekumpulan organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi yang memiliki ketertarikan dan tujuan yang sama. Komunitas tersebut dipelopori oleh sejumlah pemuda dari berbagai komunitas di Kota Bandung yang memiliki keutamaan terhadap

¹⁶⁰Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Millenial Tentang Tuhan* (Analisis Isi Atas Video “Kangen” Di Youtube), (Samarinda: IAIN Samarinda Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.66

agama Islam serta telah memiliki kemauan untuk berhijrah atau memperbaiki diri ke jalan yang benar dan sesuai syariat Islam.¹⁶¹

Di kota Bandung, Ustadz Hanan Attaki berdakwah melalui gerakan Pemuda Hijrah yang berdiri sejak Maret 2015. UHA merupakan *founder* dari pemuda Hijrah. Dinamakan Pemuda Hijrah karena Ustadz Hanan Attaki melihat dakwah di Indonesia cenderung kurang progresif, dan cenderung jalan ditempat terutama untuk kalangan anak muda. Dia ingin ada sistem perubahan pada masyarakat dengan adanya dakwah.¹⁶²

Nama Ustadz Hanan Attaki semakin dikenal publik lantaran cara dakwahnya yang santai dan mampu merangkul semua kalangan, khususnya kalangan muda. Tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwah Ustadz Hanan Attaki, metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan cara masuk dan merangkul semua kalangan, khususnya kalangan muda. Tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwah Ustadz Hanan Attaki. Metode dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan cara masuk dan merangkul anak muda disekitarnya. Gaya berbusananya yang *casual*, kekinian namun tetap *syar'i* membuat banyak remaja tertarik untuk belajar Islam melalui dakwahnya. *Tagline* dia adalah banyak main, banyakin manfaat, banyakin pahala dan sedikitin dosa, itulah salah satu hal yang menarik dari Ustadz Hanan Attaki.¹⁶³

D. Pembahasan Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial Youtube video tentang “iman”

Ustadz Hanan Attaki merupakan Ustadz yang mempunyai banyak penggemar dikalangan anak muda. Faktor kesederhanaannya lah yang mampu

¹⁶¹ Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Millenial Tentang Tuhan* (Analisis Isi Atas Video “Kangen” Di Youtube), (Samarinda: IAIN Samarinda Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.67

¹⁶² Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Millenial Tentang Tuhan* (Analisis Isi Atas Video “Kangen” Di Youtube), (Samarinda: IAIN Samarinda Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.67-68

¹⁶³ Ulfa Zulfi Pariska, *Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki* (Analisis Isi Kajian Fathi “Pegang Janji Allah” Episode 27 September 2017 Via Youtube).....,Hlm.53

membius perhatian dikalangan muda. Selain aktif ceramah di dunia nyata, beliau juga aktif berceramah di sosial media, khususnya di media *youtube*. Banyak sekali konten-konten ceramah beliau yang di unggah dalam media *youtube*. Berikut jenis kajian yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam akun *youtube One Minute Booster* yang berjudul “iman” antara lain:

1. Warnai Hidup dengan Iman



Gambar 4.5 Judul Konten Warnai Hidup Dengan iman

*“Ketika kita diciptakan oleh Allah, dilahirkan oleh ibu kita, kita sudah punya warna fitrah, yaitu **iman**, tauhidullah, meng Esakan Allah, mensyukuri nikmat Allah, taat kepada Allah. Barangsiapa yang dia mewarnai diri dia dengan amal Sholeh, dengan **iman**, niscaya kami berikan kehidupan yang thoyyibah, good life, kehidupan yang nikmat kehidupan yang baik, kehidupan yang serba manis. Di dalam hatinya Cuma ada dua rasa. Manis, dan manis banget”.*

*“Kalo kata orang yang belum **beriman**, hidup itu ada asem ada pahit, gak ada manisnya katanya. Karna dia belum mencicipi manisnya **iman**. Belum memakai pakaian yang diwarnai dengan warna **iman**”.*¹⁶⁴

IAIN PURWOKERTO

Video tersebut berdurasi 1 menit, diunggah pada tanggal 17 juli 2018 dan ditonton oleh masyarakat sebanyak 20.269x. Gaya Bahasa yang terdapat dalam video tersebut yakni menggunakan gaya mulia dan bertenaga. Karena ketika menyampaikannya dengan emosi yang bertujuan untuk mengajak setiap manusia untuk memiliki rasa iman. Terdapat juga campuran kode yang digunakan dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki ditemukan bahasa campuran kode yang meliputi penyisipan dalam bahasa

¹⁶⁴Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 17 juli 2018 dengan judul warnai hidupmu dengan iman. Durasi Video 1 menit.

Indonesia dan penyisipan bahasa Inggris, dalam bahasa Indonesia, terdapat penyisipan bahasa Arab dalam bahasa Indonesia.

Seperti campuran bahasa Inggris *good life*, campuran bahasa Arab *Thoyyibah*, terdapat pula campuran bahasa gaulnya *kehidupan yang serba manis, manis banget, mencicipi manisnya iman*.

Gaya bahasa UHA itu menarik, kadang buat ketawa juga, tapi ceramahnya juga dapat. Kalau dia ceramahnya itu *ekspresif*, kadang UHA ngomongnya cepat, tapi inti dari isinya dapat dipahami dan tidak membosankan. Mungkin karena ada beandainya, terus kalau memberikan contoh juga berkaitan dengan masalah-masalah anak muda zaman sekarang, jadi cocok sekali jika mad'unya anak *millenial*.

Dalam video tersebut, materi ini masuk dalam rukun iman yang ke-1, karena pembahasannya berkaitan dengan ketuhanan *Ketika kita di ciptakan oleh Allah, di lahirkan oleh ibu kita, kita sudah punya warna fitrah, yaitu iman, tauhidullah, meng Esakan Allah, mensyukuri nikmat Allah, taat kepada Allah*.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah.

Dari penjelasan yang telah dijabarkan, dapat diambil kesimpulan bahwa retorika UHA sangat bagus, sistematis, intonasinya juga pas, tegas, dan tidak monoton. Materi yang disampaikan oleh UHA tidak perlu diragukan lagi. Karena isi dari materi UHA sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan hadits. Cara penyampaiannya pun *fleksibel*, tidak memaksa dan ilmiah.

2. Nikmatnya Orang yang Beriman



Gambar 4.6 Nikmatnya Orang yang Beriman

*“Jadi kalo dia dikasih nikmat, dia itu bersyukur, itu baik, dikasih ujian, dia sabar, itu baik. Wa laisa dzalika li ahadin illa lil mu'min. Gak ada yang bisa ngerasain itu kalau gak karena dia **beriman**. Jadi mau milih yang mana nih, kalau harus milih? Harta berlimpah. Tapi Allah gak titipin keberkahan di dalamnya, atau pas-pasan tapi nanti kalau butuh apa-apa Allah segera kasih. Kira-kira kalau mau jujur banget, kita mau pilih yang mana? Gak ada yang ketiga. Karena kalau ada yang ketiga, berarti kita gak belajar **iman**. Ketiga itu bonus, bukan bagian dari pilihan kita. Allah kasih, walaupun kita selalu berharap yang terbaik kan?”*
“Harta yang banyak, tapi Allah berkahi. Pengennya kaya gitu, tapi itu namanya bukan ujian, itu namanya karunia”¹⁶⁵

Video ini berdurasi 1 menit, di unggah pada tanggal 14 juli 2018, dan ditonton oleh masyarakat sebanyak 22.984x. Materi dakwah yang dia sampaikan diatas, dapat dilihat Ustad Hanan Attaki meyakinkan kepada mad'u bahwa ketika kita di kasih nikmat, kita bersyukur, ketika kita sedang diuji, kita bersikap sabar. Maka dari itu, kita harus belajar iman.

Dalam hal penyusunan materi, UHA selalu mempersiapkan dan mencari judul ceramah yang menarik dan sesuai dengan peristiwa yang aktual menggunakan gaya sederhana dimana kalimat diatas adalah pelajaran yang dapat kita contoh.

Dari penjelasan materi di atas, cara penyampaian dakwah UHA intonasi suaranya khas sekali, berkarakter dan lucu. Gaya bahasanya menggunakan bahasa anak muda. Dakwahnya UHA juga menarik, karena

¹⁶⁵ Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 14 juli 2018 dengan judul nikmatnya orang yang beriman

disetiap materi-materi yang disampaikan itu terdapat beberapa guyonan-guyonan dan contoh nyata atau contoh *real* yang bisa kita temui di hari-hari biasa atau di masyarakat pada umumnya.

Dalam video tersebut, termasuk dalam iman yang ke-5 yaitu iman kepada *qadha* dan *qadhar* seperti ini penjelasannya, *jadi kalo dia di kasih nikmat, dia itu bersyukur, itu baik, di kasih ujian, dia sabar, itu baik.* Artinya, kita harus menerima *qadha* dan *qadhar* Allah yang telah ditentukan, kita harus mensyukurinya.

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat diketahui bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah. Selanjutnya, dia mengolah kata-kata seperti apa yang dia sampaikan, serta humor apa yang akan dia pergunakan dalam ceramahnya.

3. Charging Iman



Gambar 4.7 Charging Iman

*“Kita Hp aja di cas sehari berapa kali? Gimana dengan **iman** kita ? yang selalu di kuras, yang kuotanya habis tiap hari karena kita gak sengaja mungkin ngeliat sesuatu yang gaboleh, ngedenger pembicaraan yang tidak baik, sehingga **iman** kita ngedropnya lebih cepet dari pada Hp kita. Kalo kita selalu disiplin, dan hati-hati banget dengan Hp kita, begitu udah mulai muncul peringatan Hp.nya udah lowbat di bawah 10%, kita langsung nyari colokan*

*listrik. Bagaimana dengan iman? Kalo lowbat. Colokan listrik iman, adanya di majelis-majelis ilmu”.*¹⁶⁶

Video ini berdurasi 0:59 detik. diunggah pada tanggal 6 juli 2018, yang ditonton oleh masyarakat sebanyak 62.388x.

Bahasa yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dalam ceramah “iman” pada media *youtube* menggunakan campuran bahasa. Dalam materi dakwah tersebut, terdapat campuran bahasa yaitu bahasa inggris, dan bahasa gaul. seperti *charging*, *lowbat*, dan *drop*.

Maksud dari materi dakwah tersebut diartikan bahwa ketika iman kita sedang lemah, ketika iman kita sedang turun, maka kita harus menguatkannya. Ibarat Handphone ketika sudah *lowbat*, pasti kita langsung cemas mencari colokan listrik untuk men *charging* handphone kita. Begitu juga dengan iman, ketika iman kita lemah maka hal yang perlu dilakukan adalah mencaringnya supaya tambah lagi imannya, yaitu dengan mendatangi majelis-majelis ilmu dan berkumpul dengan orang-orang yang beriman.

Dapat dipahami dalam kalimat narasi ceramah UHA bahwa beliau menekan kan kalimat yang telah bergaris bawah yakni bertujuan untuk membangkitkan emosi *mad’u* agar mencontoh hal tersebut dalam mematuhi perintah Allah.

Gaya Suara yang digunakan bervariasi, sesuai dengan pesan yang disampaikan. Jika pesan yang disampaikan sedih, maka suaranya akan mengecil dan sebaliknya. Jika menyampaikan humor, maka suara akan berubah menjadi keras.

Dalam video tersebut, materi ini masuk dalam rukun iman yang ke-1, karena pembahasannya berkaitan dengan ketuhanan. Seperti penjelasan berikut ini, *Gimana dengan iman kita ? yang selalu di kurus, yang kuotanya habis tiap hari karena kita gak sengaja mungkin ngeliat sesuatu*

¹⁶⁶Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 6 juli 2018 dengan judul *Charging Iman*

yang gaboleh, ngedenger pembicaraan yang tidak baik, sehingga iman kita ngedropnya lebih cepet dari pada Hp kita.

Maksudnya adalah, iman kepada Allah SWT. Ketika iman kita *drop*, seharusnya kita menambah iman kita kepada Allah SWT agar mengecasnya, yakni dengan mendatangi majelis-mejelis ilmu, ataupun menjalankan amalan-amalan yang telah diperintahkan oleh Allah SWT.

Dalam video tersebut, UHA juga menggunakan gaya sederhana. Karena, gaya ini biasanya sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, dan pelajaran. Terdapat juga gaya mulia dan bertenaga, karena 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 dapat menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan.¹⁶⁷ 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.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah.

4. Iman itu berasa di Hati



Gambar 4.8 Iman Itu Berasa di Hati

¹⁶⁷Aulia Mas'ula, Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian Let's Move pada Situs Berbagi Video Youtube. *Skripsi*. (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2019), Hlm.31

*“Kalo kita seneng nongkrong di cafe, seneng nongkrong di mall, seneng nongkrong di tempat-tempat main, itu semua mubah, boleh-boleh aja. Berarti kita harus lebih seneng lagi nongkrong di rumah Allah. Mudah-mudahan kita bener punya rasa nyaman, nongkrong di masjid seperti kita nyamannya nongkrong di tempat-tempat main kita. Kalo masjid udah nyaman di hati kita, sampai akhirnya kaya kangen gitu pengen nongkrong di masjid, seperti biasanya kita kangen pengen nongkrong di tempat main, berarti hati kita sudah terpaut dengan masjid. Kalo hatinya sudah terpaut dengan masjid, maka mudah-mudahan itu salah satu indikasi ciri-ciri **iman** dalam diri kita. Insyaa Allah kelak di akhirat, kita masuk di antara 7 komunitas yang mendapatkan naungan Allah, di hari ketika tidak ada naungan, kecuali naungan Allah”.*¹⁶⁸

Video ini berdurasi 1 menit. diunggah pada tanggal 11 juli 2019, ditonton oleh masyarakat sebanyak 6.051x. Pesan ceramah yang disampaikan sangat menarik sesuai dengan kondisi anak muda saat ini. Isi ceramah ini memberi pesan bahwa “ketika seorang muslim hatinya sudah terpaut dengan masjid, merupakan ciri-ciri orang yang mempunyai iman. Maka dikatakan orang itu akan masuk dalam 7 komunitas orang yang akan mendapatkan naungan Allah”.

Suara yang digunakan bervariasi, sesuai dengan pesan yang disampaikan. Jika pesan yang disampaikan sedih, maka suaranya akan mengecil dan sebaliknya. Jika menyampaikan humor, maka suara akan berubah menjadi keras.

Terdapat bahasa gaulnya juga seperti *Kalo kita seneng nongkrong di cafe, seneng nongkrong di mall, seneng nongkrong di tempat-tempat main, itu semua mubah, boleh-boleh aja, Mudah-mudahan kita bener punya rasa nyaman, nongkrong di masjid seperti kita nyamannya nongkrong di tempat-tempat main kita.*

Dalam video tersebut, materi ini masuk dalam rukun iman yang ke-1, karena pembahasannya berkaitan dengan ketuhanan. Tema dakwah masa kini yang menjadi ciri khas dakwah Ustadz Hanan Attaki. Metode dakwah

¹⁶⁸Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 11 juli 2019 dengan judul iman itu berasa dihati

yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki dengan cara masuk dan merangkul anak muda disekitarnya. Gaya berbusananya yang *casual*, kekinian namun tetap *syar'i* membuat banyak remaja tertarik untuk belajar Islam melalui dakwahnya.

Dalam video tersebut, UHA menggunakan gaya sederhana. Karena, gaya ini biasanya sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, dan pelajaran. Terdapat juga gaya mulia dan bertenaga, karena 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 dapat menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan.¹⁶⁹ 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.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah.

5. Cara Berfikir Orang yang Beriman



Gambar 4.9 Cara Berfikir Orang yang Beriman

¹⁶⁹ 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.31

*“Bani Israil itu kalo **beriman** itung-itungan banget. Habis **beriman**, harus rizkinya berlimpah. Habis **beriman**, harus terbebas dari segala masalah, habis **beriman**, harus banget dimanjain dunianya. Itu pola pikir bani israil. Sedangkan para nabi dan orang-orang beriman, gak kaya gitu cara berfikirnya. Setelah **beriman** Allah uji, maka mereka mengatakan ini untuk melihat apakah saya jujur dalam **iman** atau munafik. Seperti kata bilal **beriman**, dengan qadarullah dia ketahuan **imannya** oleh tuannya, umayyah bin khalaf, lalu disiksa oleh umayyah bin khalaf. Setelah disiksa berhari-hari, umayyah ngomong gini”.*

“Bilal, mana Tuhan kamu”?

Coba lihat tu, kamu disiksa-siksa,

“Tuhan kamu gak pernah ngebelain kamu.”

“Muhammad juga gak pernah ngebelain kamu”. Jadi kamu tu kasian, tinggal sendiri, gak pernah dibelain oleh siapa-siapa. Kalo gak saya nyelametin kamu, kamu akan celaka wahai bilal?

Apa kata bilal? “kalo saya diuji atau disiksa karena keimanan saya” “itu berarti Allah ingin melihat kesabaran saya”. Maka kalian akan melihat, saya akan lebih sabar daripada laki-laki arab. Dan akan lebih kuat daripada gunung uhud.”¹⁷⁰

Dalam ceramah tersebut, berdurasi 1 menit. Video ini diunggah pada tanggal 14 Maret 2017 ditonton oleh masyarakat sebanyak 191.679x. Pesan yang di sampaikan menggunakan bahasa percakapan.

“Bilal, mana Tuhan kamu”?

Coba lihat tu, kamu disiksa-siksa.. “Tuhan kamu gak pernah ngebelain kamu.”

“Muhammad juga gak pernah ngebelain kamu”. Jadi kamu tu kasian, tinggal sendiri, gak pernah dibelain oleh siapa-siapa. Kalo gak saya nyelametin kamu, kamu akan celaka wahai bilal?

Apa kata bilal? “kalo saya diuji atau disiksa karena keimanan saya” “itu berarti Allah ingin melihat kesabaran saya”. Maka kalian akan melihat, saya akan lebih sabar daripada laki-laki arab. Dan akan lebih kuat daripada gunung uhud”.

Dapat disimpulkan bahwa orang yang beriman itu akan di uji keimanannya. Berbeda dengan orang bani israil, mereka ketika beriman meminta balasan supaya dimanjain dunianya, terbebas dari segala masalah.

¹⁷⁰Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 14 Maret 2017 dengan judul cara berfikir orang yang beriman

Dalam percakapan antara bilal dan bani israil, yang mempertanyakan keberadaan Tuhan saat bilal disiksa dan diuji kesabarannya, seperti penjelasan berikut ini,

“Bilal, mana Tuhan kamu”?

Coba lihat tu, kamu disiksa-siksa..

“Tuhan kamu gak pernah ngebelain kamu..”

Apa kata bilal? “kalo saya diuji atau disiksa karena keimanan saya” “itu berarti Allah ingin melihat kesabaran saya”.

Dalam video tersebut, UHA menggunakan gaya sederhana. Karena, gaya ini biasanya sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, dan pelajaran. Terdapat juga gaya mulia dan bertenaga, karena 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 dapat menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan.¹⁷¹ 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.

Dalam videonya pun menggunakan gambar-gambar pemandangan dengan instrumen-instrumen yang khas, dan kalimat diatas adalah sebuah pelajaran yang dapat kita contoh.

Kaitannya untuk generasi millennial adalah, dakwahnya inovatif dan kreatif karena isinya ada cerita-cerita yang dapat diambil pelajaran agar kita sebagai umat muslim, jangan mencontoh ataupun meniru kehidupan bani israil.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi millennial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian

¹⁷¹Aulia Mas’ula, Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian Let’s Move pada Situs Berbagi Video Youtube. *Skripsi*. (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2019), Hlm.31

membangun emosional kepada Allah. Karena sesungguhnya, orang yang beriman itu surganya di akhirat. Tetapi orang kafir itu surganya di dunia.

6. Iman dan Sabar



Gambar 4.10 Iman dan Sabar

*“Iman dan sabar itu, bisa dibilang satu paket. Gak disebut orang yang beriman, kalo gak sabar. Dan insyaa Allah orang yang sabar itu adalah ciri-ciri orang beriman. Gak mungkin disebut orang yang beriman kalo gak sabar. Kita fikir, memang iman itu hanya ucapan ? kalo iman itu cuman ucapan, إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي, حسبن الله ونعم الوكيل gampang. Kalo iman cuman ucapan لَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ gampang. Kalo iman cuman ucapan وَإِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ gampang. Tapi Allah mengatakan وَمَا هُمْ بِمُؤْمِنِينَ أَحْسَبَ النَّاسُ أَنْ يُتْرَكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ emangnya cukup dengan hanya mengatakan kami telah beriman ? lalu tidak diuji? Ternyata iman adalah sabar dalam ujian”.*¹⁷²

Ceramah yang di unggah oleh channel *One Minute Booster* ini membahas tentang pentingnya sebuah kesabaran. Karena, pada hakikatnya kesabaran merupakan titik naiknya iman seseorang, sehingga akan membentuk sebuah keistiqomahan. Video tersebut diunggah pada tanggal 31 Juli 2018 yang telah ditonton 53.484x oleh masyarakat.

Menurut Ustadz Hanan Attaki, generasi millennial seharusnya dapat membentuk pola pikirnya dengan benar. Banyak dari generasi muda yang beranggapan bahwa ingin menghijabi hatinya terlebih dahulu, kemudian

¹⁷²Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 31 Juli 2018 dengan judul iman dan sabar

menghijabi kepalanya. Hal tersebut salah, yang benar adalah menghijabi kepala, membuka hati.

خَتَمَ اللَّهُ عَلَى قُلُوبِهِمْ

Artinya: "Allah telah mengunci-mati hati mereka.."(QS. Al-Baqarah : 7)

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada menghijabi (menutupi) hati. Al-Qur'an menyuruh kita berpikir. Itulah pentingnya pola pikir terutama pada generasi milenial. Itulah yang Ustadz Hanan Attaki tanamkan pada generasi muda dalam membentuk persepsi.

Dalam video tersebut, UHA menggunakan gaya sederhana. Karena, gaya ini biasanya sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, dan pelajaran. Terdapat juga gaya mulia dan bertenaga, karena 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 dapat menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan.¹⁷³ 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.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mempunyai iman biasanya memiliki perilaku yang baik dan

¹⁷³Aulia Mas'ula, Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian Let's Move pada Situs Berbagi Video Youtube. *Skripsi*. (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2019), Hlm.31

meneladani amal sholeh. Iman itu tidak hanya mencakup rukun iman semata yaitu iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada *qodha* dan *qodhar*. Tetapi juga bagaimana seseorang dapat mengamalkan apa yang telah dipelajarinya.

7. Cara Allah menguatkan iman



Gambar 4.11 Cara Allah Menguatkan Iman

“Kadang-kadang, apa yang kita lihat, apa yang kita rasakan, apa yang kita pikirkan, berbeda dengan apa yang Allah perintahkan. Allah menyuruh kita tinggalkan riba, tapi kan riba itu menguntungkan. Versi kita, versi Allah rugi. Pakai hijab, tapi kan gerah. Versi kita, versi Allah baik. Buktikan kalo kita mengikuti maunya Allah, apapun resikonya gak bakalan rugi, pasti berhasil, pasti itu”.

*“Kalo kita sudah buktikan dengan hal yang kecil nambah iman, dikasih lagi yang berikutnya, nambah lagi iman. Makin lama makin kuat iman. Begitu sudah mantap, Allah kasihlah sebuah tugas besar dalam hidup, dan kita kan menjalaninya dengan sangat yakin. Dan insyaaAllah sukses. Praktikan diluar, pilihan-pilihan hidup yang kecil-kecil dulu”.*¹⁷⁴

Dalam ceramah tersebut berdurasi 0:55 detik, di unggah pada tanggal 7 juli 2018 yang ditonton oleh masyarakat sebanyak 26.380x.

Materi yang dibicarakan adalah tentang bagaimana seorang pemuda harus kuat dalam mempertahankan kekuatan imannya dengan selalu bergerak ke jalan yang lebih baik, yang dapat menjauhkan dari keburukan dan mendekatkan pada kebaikan.

¹⁷⁴ Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 7 Juli 2018 dengan judul iman dan sabar

Dalam gaya retorika UHA, terdapat pula gaya sederhana dari kutipan ceramah di atas mengandung sebuah intruksi yang bermaksud untuk membangkitkan keyakinan *mad'u* dalam melakukan sebuah ikhtiar dan hasil akhir hanya Allah yang menentukan, kita harus menerima dengan lapang dada.

Kadang-kadang, apa yang kita lihat..apa yang kita rasakan, apa yang kita pikirkan, berbeda dengan apa yang Allah perintahkan. Dalam kalimat yang bergaris bawah ini, UHA beliau menggunakan nada seperti berbicara di keseharian.

Ketika melihat narasi diatas menunjukkan bahwa UHA menggunakan bahasa anak muda dan dalam menyampaikan pesan dakwahnya, menggunakan gaya menengah. Gaya menengah yang bertujuan untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Menggunakan nada yang bersifat lemah lembut, penuh kasih sayang, dan juga mengandung humor yang sehat.

Terdapat juga gaya mulia dan bertenaga, karena 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 dapat menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan.¹⁷⁵

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah. Bahasanya itu terdengar sangat cocok sehingga para *mad'u* menikmatinya, terutama generasi millennial.

8. Buah Dari Iman

¹⁷⁵Aulia Mas'ula, Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian Let's Move pada Situs Berbagi Video Youtube. *Skripsi*. (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2019), Hlm.31



Gambar 4.12 Buah dari Iman

“Sampaikan berita gembira kepada orang yang sabar. Karena berita ini khoir, berita gembira ini kebaikan. Dan kebaikan ini Allah sediakan untuk orang yang sabar. Dan orang yang sabar hanya bisa di praktekan ketika kita dalam keadaan di uji. Inilah jalan hidup orang **beriman**. Inilah 2 sikap yang selalu di tunjukkan orang yang **beriman**. Antara syukur dan sabar. Syukur, sabar. Dan keduanya bermuara pada khoir dalam hidupnya. Cuman gitu doang sikap kita. Ketika di beri nikmat bersyukur, ketika di uji sabar. Dan kita yakin, keduanya ini bukan kita yang memilih. Nikmat dan ujian, kita memilih sikap terhadap dua ketentuan itu. Yang menentukan di uji atau diberi nikmat, hanyalah Allah. Hari ini kita akan di uji apa aja tentang ujian-ujian hidup. Hari ini kita akan di anugerahi apa aja dalam kehidupan kita. Allah yang menentukan. Tugas kita, pilihan kita adalah menentukan sikap kita antara syukur dan sabar. Kita tidak akan memilih kehidupan kita akan diberi nikmat, atau pujian. Allah yang menentukan, kita hanya berharap. Tetapi jika Allah sudah menentukan, kita bisa memilih dua-duanya menjadi kebaikan bagi kita dengan sikap tadi. Antara syukur, dengan sabar. Dua itu aja. Sehingga jika kita benar-benar bisa menjadi orang yang syukur dan sabar, maka hidup kita akan dipenuhi dengan khoiro. Bukan cuman khoir, tetapi khoiro, kebaikan yang tiada henti-hentinya. Belajar syukur, saya fikir itu mudah. Walaupun tidak semua orang mampu melakukannya. Tetapi ,belajar sabar, ini lebih susah. Apa caranya ? bagaimana caranya ustadz? Biar kita selalu berbaik sangka ? ketika misalnya kita diberikan ketentuan ujian hidup, dan kita berharap ujian ini membawa kita kepada kebaikan ? bagaimana caranya ustadz? caranya sederhana, **iman** maksudnya? atsiiqoh billah, percaya sama Allah. Buah dari percaya sama Allah apa? Kita akan bertahan, tidak akan mudah berkeluh kesah, tidak akan mudah berputus asa. Bertahan. Percaya deh, sama Allah. Buah yang lain apa selain percya sama Allah ? kita konsisten sama Allah, tidak akan melenceng. Gimanapun gak punya duit, gak mau mencuri. Gimanapun gak berhasil dagangnya, gak mau riba. Gimanapun statusnya di bully sama temen-temen, gak mau

pacaran. Ini karena apa? Karena tsiqoh billah. Dia konsisten di jalan ini, karena dia percaya. Kalau saya konsisten gak pacaran, walau pacaran islami, karena pacaran islami itu hanya setelah menikah, saya konsisten disini, saya gamau riba, saya konsisten gak mau ngambil hak orang lain, saya konsisten mau jujur, saya konsisten mau ikhtiar, dengan cara-cara yang halal, maka insyaa Allah saya akan sampai kepada khoir yang Allah itu, kita butuh iman, percaya sama Allah.”¹⁷⁶

Dalam ceramah tersebut berdurasi 3:18 menit, di unggah pada tanggal 9 juli 2019 yang ditonton oleh masyarakat sebanyak 82.084x.

Makna dari gambar di atas adalah ustad yang berjiwa anak muda. Dapat dilihat juga bahwa cara berpakaian UHA menyesuaikan para *mad'u*-nya yang di dominasi oleh anak muda. Pada zaman modern ini, tren anak muda menjadi yang pertama. Ketika kita berdakwah, maka kita harus menyesuaikan dengan kondisi *mad'u* kita. Langkah UHA dalam mengenakan pakaian santai dan gaul mampu mempersuasif anak muda untuk mengikuti kajian beliau.

“Apa caranya ? bagaimana caranya ustadz? Biar kita selalu terbaik sangka ?ketika misalnya kita diberikan ketentuan ujian hidup,dan kita berharap ujian ini membawa kita kepada kebaikan ? bagaimana caranya ustad?caranya sederhana, iman maksudnya? atsiqoh billah, percaya sama Allah”.

Dalam gaya bahasa UHA ini juga terdapat gaya percakapan, dimana disini menggunakan kata-kata percakapan yang bertujuan interaktif dengan *mad'u*. Terdapat juga gaya mulia dan bertenaga, karena 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 dapat menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan.¹⁷⁷ Dalam

¹⁷⁶ Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 9 Juli 2019 dengan judul buah dari iman

¹⁷⁷ 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.31

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.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah. Bahasanya itu terdengar sangat cocok sehingga para *mad'u* menikmatinya, terutama generasi millennial.

9. Menaikkan Keimanan Terhadap Allah



Gambar 4.13 Menaikkan Keimanan Terhadap Allah

“Kalau kita pengen spiritual kita itu ngejuz terus, iman kita naik, kita harus bikin program gerakan untuk spiritual kita masing-masing. Ada tahajud, ada duha, kemudian ada tilawah Al-Qur’an. Walaupun kita gak nyaman, paksain aja. Sama kaya kita olahraga, walaupun males, paksain aja. Karena kalau gak kita paksain, makin lama kita tinggalkan, makin sulit untuk memulainya kembali”.

“Ada kata-kata dari ustadz saya, beliau bilang: teruslah berbuat baik, walaupun itu melelahkan. Karena lelahnya akan hilang, sedangkan pahalanya akan terus ada, tinggalkanlah dosa, maksiat, walaupun itu menyenangkan. Karena kesenangannya akan hilang, sedangkan dosanya akan terus ada. Jadi Gak papa, maksain diri buat tahajud, ke masjid, tilawah, dhuh, atau amalan-amalan lain untuk gerakan riyadhah pribadi kita. Terus aja paksain, gak papa kalau lelah, karena lelahnya akan hilang. Tapi pahala kebbaikannya akan tetap ada. Sedangkan kalau kita berbuat dosa dan maksiat, mungkin senang waktu itu, tapi kesenangannya juga

*akan hilang. Sedangkan dosa dan efek buruknya akan terus ada dalam hidup kita.*¹⁷⁸

Dalam ceramah tersebut berdurasi 1:29 menit, di unggah pada tanggal 28 Mei 2017 yang ditonton oleh masyarakat sebanyak 197.498x.

Dari hasil pesan di atas, dapat disimpulkan bahwa UHA memiliki gaya sederhana yang memiliki gaya sederhana yang memiliki sebuah arti bahwa beliau menggunakan kalimat instruksi dengan gaya anak muda. UHA juga menggunakan gaya antitesis dimana ada sebuah pernyataan yang bertentangan, namun disini dapat dilihat bahwa beliau menggunakan gaya bahasa antitesis karena menyesuaikan dengan *mad'u* yang didominasi oleh kalangan para pemuda. Terdapat juga gaya mulia dan bertenaga, karena 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.¹⁷⁹ Dalam kenyataannya, nada agung dan mulia juga dapat menggerakkan emosi setiap pendengar, sehingga dapat mencapai suatu 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.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa konsepsi ketuhanan pada generasi milenial memiliki tiga tahapan, yaitu memiliki wawasan aqidah, lalu membentuk pola pikir yang benar, kemudian membangun emosional kepada Allah.

10. Iman Itu Nikmat Paling Berharga

¹⁷⁸ Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 28 Mei 2017 dengan judul menaikkan keimanan terhadap Allah

¹⁷⁹ Aulia Mas'ula, Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian Let's Move pada Situs Berbagi Video Youtube. *Skripsi*. (Tulungagung : Uin Tulungagung, 2019), Hlm.31



Gambar 4.14 Nikmat Paling Berharga

Temen-temen sekalian, di dalam Al-Qur'an..surat At-Taubah ayat 124. Ada satu ayat yang luar biasa untuk kita renungkan tentang masalah iman. Allah SWT berfirman :

وَإِذَا مَا أَنْزَلْنَا سُورَةً فَمِنْهُمْ مَنْ يَقُولُ أَيُّكُمْ زَادَتْهُ هَذِهِ إِيمَانًا فَأَمَّا الَّذِينَ آمَنُوا فَرَزَادَتْهُمْ إِيمَانًا وَهُمْ يَسْتَبْشِرُونَ

Artinya :

“Dan apabila diturunkan suatu surat, maka di antara mereka (orang-orang munafik) ada yang berkata: “Siapakah di antara kamu yang bertambah imannya dengan (turunnya) surat ini?” Adapun orang-orang yang beriman, maka surat ini menambah imannya, dan mereka merasa gembira”.

“Temen-temen sekalian, kita sering mendengar ungkapan dari para ulama bahwa **iman** itu yaziidu wa yankus. Bertambah, dan berkurang. **Iman** kita pada tabi'atnya tidak selalu stabil, ada kalanya dia dalam keadaan nyaman, dalam keadaan kuat, Tapi ada kalanya juga dia dalam keadaan drop, dalam keadaan lemah. Sedangkan kita selalu membutuhkan **iman** kita 24 jam dalam sehari. Kita butuh **iman** kita seperti kita butuh udara. Karena dengan **iman** itu, jiwa kita bisa hidup. Karena dengan **iman** itu, hati kita bisa bernafas. Kita butuh **iman**, lebih dari kita butuh pulsa dan butuh handphone. Bahkan banyak orang yang ketika keluar rumah, lalu melupakan handphonenya, pasti dia akan kembali lagi ke rumah walaupun dia sudah jalan jauh. Saking butuhnya dia terhadap handphone. Dan begitu juga kita dengan iman, kita gak bisa keluar rumah tanpa membawa **iman**, kita butuh **iman** dalam banyak adegan hidup kita. Kita butuh **iman**, ketika kita sedang di uji, supaya kita tabah dan sabar. Kita butuh **iman**, dalam ibadah, supaya kita khusyuk, supaya kita semangat, kita butuh **iman**, ketika kita bermuamalah bergaul dengan orang lain supaya kita berlapang dada, terhadap sikap-sikap orang lain yang terkadang tidak berkenan buat kita. Kita butuh **iman** ketika kita

sedang menghadapi orang yang jahil, agar kita mampu memaafkan kesalahan mereka. Kita selalu butuh **iman** dalam keadaan apapun. Bahkan ketika kita dapat nikmat, agar kita menjadi orang yang bersyukur. Bahkan ketika kita dalam berhubungan rumah tangga pun butuh **iman**. Dalam bertetangga pun butuh **iman**. Karena Nabi SAW bersabda: *Laa Yu'minu ahadukum hatta yuhibba lii akhii, maa yuhibbu linafsii*. **Iman** seseorang itu tidak akan sempurna, sampai dia mencintai saudaranya, seperti dia mencintai dirinya sendiri. Kemudian man kaana yu'minu billaahi wal yaumil aakhir falyukrim dhoyyifah. Fal yukrim jaaroh. Siapa yang **beriman** kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia memuliakan tamunya, hendaklah ia memuliakan dan menghargai tetangganya, artinya, semua berlandaskan **iman**. Sehingga **iman** adalah salah satu kebutuhan yang cukup penting dalam hidup kita. Bahkan mungkin lebih daripada udara untuk kita bernafas. Lebih daripada air untuk kita minum, lebih daripada makanan untuk kita makan. Kita butuh **iman**, lebih dari semua itu. Nah, saking pentingnya **iman** dalam kehidupan kita, sampai para ulama mengumpamakan **iman** itu seperti akar. Lalu pohonnya adalah sabar, dan buahnya adalah kebaikan-kebaikan yang kita lakukan dalam hidup kita. Sehingga kita jika ingin menjadi orang yang baik, selalu menjadi orang yang happy, pengen menjadi orang yang lega dadanya, menjadi orang yang selalu lapang hatinya, pengen menjadi orang yang mudah memaafkan kesalahan orang lain, gak baperan, gak gampang patah, ga gampang drop, gak gampang putus asa. Makanya yang pertama harus kita pupuk dan kita siram itu adalah akar **keimanan** di dalam hati kita. Siapapun yang pengen tangguh dalam menghadapi ujian hidup, siapapun yang pengen survive dalam setiap musibah, siapapun yang pengen melihat keajaiban-keajaiban terjadi dalam adegan-adegan hidupnya, maka dasar yang harus dia kuatkan itu adalah **iman**. Orang kalau punya **iman**, Allah kasih banyak kejutan dalam hidupnya, orang kalau punya **iman**, Allah kasih banyak kebaikan dalam hidupnya. Makanya, nabi mengatakan hidupnya orang yang **beriman** itu dengan kalimat 'ajaban menakjubkan. 'ajaban lii amril mu'min. Menakjubkan sekali hidup orang yang **beriman** itu. Mau kondisinya susah, menakjubkan. Mau kondisinya senang juga, menakjubkan. Nah, pertanyaannya adalah ketika kita butuh **iman** kita untuk selalu bisa stabil, walaupun dia berkurang tidak drop. Dan mudah-mudahan dia bisa selalu bertambah. Gimana caranya untuk menjaga **keimanan**, gimana kita caranya nge charging **iman**, bagaimana caranya kita nge refresh **iman**. Temen-temen sekalian, pernah gak temen-temen ngerasan saat-saat ketika hati kita itu rasanya dekat sama Allah. Hati kita itu rasanya kaya kangeen banget sama Allah, kangen sama Rosul. Rasanya, ibadah itu kayak nyaaman gitu kan. Membaca Al-Qur'an nyaman, sholat

*malam juga nyaman. Bahkan sebelum tidur kita juga kangen pengen tahajud. Kapan ya, tengah malem pengen bangun, pengen do'a sama Allah, sholat itu bisa nangis, kapan? Rata-rata jawabannya, kita bisa merasakan suasana hati se nyaman itu ketika kita banyak masalah. Padahal, kita bisa merasakan hal yang sama, tanpa harus menunggu datangnya masalah. Gimana caranya? Duduklah di dalam majelis ilmu. Ketika kita mendengar nasehat-nasehat para ulama, ayat-ayat dibacakan, hadist-hadist disampaikan, cerita-cerita di kisahkan. Saat itu, kita akan merasakan kelezatan iman yang sama, seperti saat yang kita rasakan ketika kita sedang diuji. Dan perasaan itulah yang bakal menjadi bahan bakar dalam hidup kita untuk bisa melanjutkan perjalanan hidup, melanjutkan travelling atau trip dalam kehidupan kita, menghadapi segala tantangan dalam hidup kita butuh bahan-bahan bakar itu. Ldzatul iman, atau khalawatul **iman**, manisnya **iman** di hati kita. Jadi, penting banget. Kalo temen-temen ngeluarin badget buat nambah kuota handphone, harusnya badget yang lebih besar berani kita keluarkan demi menambah kuota **iman**. Kalo temen-temen bersusah payah untuk berolahraga supaya bisa keringetan, supaya bisa sehat fisiknya, harusnya kita tidak ragu-ragu bersusah payah dalam mencari ilmu untuk menambah iman. Kalo teman-teman sabar mengecas handphone menunggu satu jam, supaya handphone kita bisa dipake lagi, harusnya temen-temen sabar duduk dalam majelis ilmu satu jam, dua jam, supaya **iman** kita bisa full dan bertambah kembali".¹⁸⁰*

Dalam ceramah tersebut berdurasi 7:24, di unggah pada tanggal 19 April 2019 yang ditonton oleh masyarakat sebanyak 339.009x.

Pesan yang disampaikan ustad Hanan Attaki juga memberikan motivasi serta tips tentang bagaimana cara bersikap, bergaul dan selalu istiqomah di jalan Allah SWT. Dia juga mengatakan bahwa seorang pemuda harus mempunyai semangat yang tinggi dalam proses memperbaiki diri walaupun itu terasa sulit. Karena seorang pemuda mempunyai peran yang sangat besar dalam berdakwah.

Pada akhirnya, kata-kata yang keluar dari bibir mengalir dengan tidak bertele-tele, tepat sasaran, dan bahasanya pun sangat efektif. Gaya bahasanya sederhana dan mudah dicerna, mudah dipahami oleh siapapun,

¹⁸⁰Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 19 April 2019 dengan judul Nikmat yang paling berharga

oleh orang awam sekalipun. Dan dia juga sangat menguasai materi yang disampaikan, selalu membuat humor. Kadang dengan campuran bahasanya, dengan kisah-kisah yang berkesan, bahasa-bahasa do'a, ataupun hal-hal yang sering terjadi ditengah kehidupan masyarakat, dan terkadang melalui (bahasa tubuh yang memang bisa membuat orang tertawa). Humor-humor yang dia pergunakan dalam berdakwah sangat berkaitan dengan tema ceramah yang diangkat pada saat itu.¹⁸¹

Sungguh sebuah retorika yang sangat menarik, penguasaan dakwah yang sangat aktual, yang membuat seseorang terharu, terpicat, dan terpesona serta tidak jemu-jemu untuk datang secara rutin guna mendengarkan tausyiah sang *da'i* pujaan hati umat muslim, khususnya anak muda.

Generasi Millenial seharusnya dapat membentuk pola pikirnya dengan benar. Banyak dari generasi muda yang beranggapan bahwa ingin menghibani hatinya terlebih dulu kemudian menghibani kepalanya. Itulah pentingnya pola pikir terutama pada generasi milenial. Itulah yang ingin Ustadz Hanan Attaki tanamkan pada generasi muda dalam membentuk persepsi.

Setelah membentuk persepsi, tahap selanjutnya adalah membangun emosional kita kepada Allah SWT. Emosional yang dimaksud adalah iman di hati. Bentuk emosional kita kepada Allah adalah berupa kerinduan berbuat kebaikan dan rasa malu dalam berbuat keburukan. Adapun puncak emosional adalah adanya rasa takut kepada Allah. Tidak semua manusia yang memiliki aqidah bisa menuju membangun emosional.¹⁸²

Seseorang yang mempunyai iman biasanya memiliki perilaku yang baik dan meneladani amal shaleh. Iman itu tidak hanya mencakup rukun semata yaitu iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada

¹⁸¹ Dinar Annisa Abdullah, *Peran Hanan Attaki Dalam Membangun Persepsi Generasi Milenial Tentang Tuhan (Analisis Isi Atas Video "Kangen" Di Youtube)*, (Samarinda: *Journal Komunikasi Penyiaran Islam* Volume 7 Nomor 1, Tahun 2018), Hlm.71

¹⁸² Elen Inderasari, *Penggunaan Bahasa Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram. Skripsi*. (Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2019). Hlm.5-6

kitab-kitab, iman kepada rasul, iman kepada hari kiamat dan iman kepada *qadha* dan *qadhar*. Tetapi juga bagaimana seseorang dapat mengamalkan apa yang telah dipelajarinya.

Tatkala jamaah mendekati kebosanan karena sudah larut malam, maka seorang *da'i* jangan menyampaikan pesan dakwah terlalu panjang, tetapi berilah dakwah atau nasehat yang singkat dan padat, sehingga para jama'ah memahami pesan dakwah yang disampaikan, maka jika seorang *da'i* menyampaikan pesan dakwah tanpa memakai retorika, maka dakwah tersebut akan membosankan, sedangkan jika para *audiens* sudah mulai bosan dengan apa yang disampaikan, maka materi yang di berikan oleh seorang *da'i* atau komunikator tidak akan dimengerti oleh khalayak.¹⁸³

Memilih istilah-istilah yang tepat sesuai dengan konteks dan segmen dakwah yang sedang digeluti, atau di hadapi. Misalnya berbicara dengan anak muda, maka menggunakan dengan istilah-istilah atau bahasa-bahasa yang mudah dimengerti logika.

Kelebihan dakwah UHA itu memiliki suara lembut dan merdu, berpenampilan modis. Gaya berdakwah Ustadz Hanan Attaki sangat berbeda dengan penceramah lainnya. Karena pada saat menyampaikan dakwahnya, UHA berpenampilan sangat gaul seperti anak muda. Meskipun berpenampilan gaul, UHA tetap menjadi sosok Ustadz yang di kagumi banyak orang, khususnya anak muda. Tujuan berpenampilan gaul tentu bertujuan untuk mengajak para anak muda untuk mengikuti kajian UHA sendiri. Dakwah yang disampaikan oleh UHA tertuju kepada generasi anak muda dengan mengajak hijrah ke jalan yang benar. UHA dalam ceramahnya banyak berpesan tentang perbuatan tercela yang dilakukan pada masa remaja. Maka, tak heran disetiap kajian yang diadakan, UHA suka memberi julukan khusus untuk anak muda yang belum punya jodoh atau jomblo. Tujuannya agar para anak muda menjadi “jomblo fisabilillah” yaitu orang yang taat pada agama, dan senantiasa

¹⁸³ Aulia Mas'ula, Analisis Gaya Retorika Ustadz Hanan Attaki Dalam Kajian *Let's Move* pada Situs Berbagai Video *Youtube*. *Skripsi*. (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2019), Hlm.21

menjauhi larangan-Nya, maka setiap kajian yang di adakan UHA, selalu dipenuhi oleh anak muda.¹⁸⁴

Dakwah yang disampaikan UHA dalam ceramahnya mendorong kalangan muslim untuk selalu memperbaiki diri dan berhijrah, mengajak untuk mengamalkan kehidupan yang Islami. Dalam konten ceramahnya, simbol-simbol keIslaman dalam perilaku sehari-hari menjadi sesuatu yang penting untuk diterapkan.

Kelemahan dakwah UHA sendiri dalam penyampaian-penyampaiannya itu tidak didasari landasan yang normatif, contohnya seperti menyampaikan ceramahnya harus jelas sanadnya, dan bahasanya juga harus yang mudah dipahami, karena dakwahnya sendiri lebih menargetkan kepada generasi millennial dengan bahasa-bahasanya yang menarik, yakni menggunakan campuran bahasa antara bahasa inggris, bahasa arab, dan bahasa gaul. Tetapi diksi yang disampaikan terkadang kurang sopan didengar, karena bahasanya kurang tepat. Seperti yang telah dipaparkan diatas dalam video yang berjudul "iman" itu berasa dihati, yang isinya "Kalo kita seneng nongkrong di cafe, seneng nongkrong di mall, seneng nongkrong di tempat-tempat main, itu semua mubah, boleh-boleh aja. Berarti kita harus lebih seneng lagi nongkrong di rumah Allah"¹⁸⁵

Maksudnya adalah, tempat beribadah yakni masjid sebagai tempat suci rumah Allah, tetapi buat nongrong. Dengan kata lain, diksinya kurang sopan, karena tempat nongkrong itu seperti tempat yang buat main-main. Jadi, kurang sopan dan termasuk dalam pelecehan. Terdapat komentar-komentar panas dari para netizen melalui media sosial *youtube* nya seperti diksi dalam ceramahnya, UHA mengatakan bahwa dia menggambarkan kehebatan Nabi Musa AS itu seperti preman. Dia mengaku keliru ketika

¹⁸⁴Diambil 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

¹⁸⁵Dokumentasi Video Youtube Ustad Hanan Attaki Tanggal 11 juli 2019 dengan judul iman itu berasa dihati

memilih diksi preman sebagai gambaran orang yang kuat. Kemudian dakwahnya itu di komentari oleh banyak netizen, karena diksinya yang kurang sopan. Terus UHA juga mengatakan bahwa salah satu ciri perempuan saleha adalah memiliki berat badan kurang dari 55 Kg.¹⁸⁶ Menurutnya, hal ini bisa dilihat dari berat badan Aisyah, RA., istri Rasulullah SAW. Penjelasan di atas cukup membuktikan bahwa UHA tidak cukup memahami hadits yang ia baca. Di sisi lain, apapun yang berkaitan dengan fisik, tidak bisa dijadikan paramater shaleh, atau shaleha seseorang.

Titik bahayanya adalah, para konsumen ceramah dengan model demikian akan menjadi korban konstruksi beragama untuk kepentingan pihak tertentu. Mereka akan secara buta menerima begitu saja wacana yang disampaikan oleh para penceramah ini. Dimana para jamaah tidak hanya diposisikan sebagai gelas kosong yang akan dituangi air oleh sang penceramah. Namun, para jamaah mulai dilibatkan sebagai teman diskusi dalam kegiatan berdakwah. Pelibatan jamaah tersebut bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran kritis. Dengan adanya aktifitas yang mampu meningkatkan operasional kognitif jama'ah, kedepannya diharapkan para jama'ah mampu menjadi *problem solver* atas persoalan di lingkungannya masing-masing.¹⁸⁷

IAIN PURWOKERTO

¹⁸⁶ 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

¹⁸⁷ 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

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

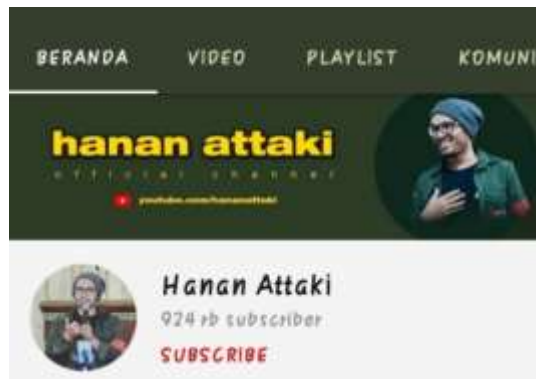
LAMPIRAN-LAMPIRAN



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