

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi global secara menyeluruh, termasuk dalam aspek penyiaran agama. Transformasi ini membawa konsekuensi terhadap cara masyarakat mengakses, memahami, dan menginternalisasi nilai-nilai keagamaan. Media sosial seperti YouTube, Instagram, dan Tiktok tidak hanya menjadi tempat berbagi hiburan, tetapi juga menjadi ruang penyampaian dakwah yang efektif dan luas jangkauannya. Dinamika ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi para dai untuk beradaptasi dalam menyampaikan ajaran Islam. Di tengah banyaknya pilihan konten, audiens kini lebih selektif dalam menerima pesan, sehingga metode penyampaian yang menarik dan komunikatif menjadi tuntutan utama. Perubahan ini menunjukkan pentingnya kehadiran komunikasi dakwah yang tidak hanya padat substansi tetapi juga kuat dalam gaya penyampaian.

Retorika sebagai seni berbicara, menjadi aspek penting dalam menjawab tantangan dakwah digital masa kini. Strategi penyampaian dakwah di media sosial memerlukan pendekatan yang tidak hanya komunikatif, tetapi juga mampu menciptakan keterikatan emosional dan intelektual dengan audiens. Unsiyatul Uyun (2023:126) dalam penelitiannya mengenai dakwah Husain Basyaiban di TikTok menyebutkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kekuatan retorika dalam membentuk karakter perilaku audiens sesuai nilai-nilai Islam. Hal ini menegaskan bahwa dalam konteks digital, retorika tidak hanya

bersifat estetik tetapi juga fungsional dalam menyampaikan pesan keislaman yang kompleks secara sederhana.

Ceramah-ceramah Ustaz Nana Gerhana di YouTube menampilkan pola komunikasi dakwah yang bersifat reflektif, dibalut dengan pendekatan visual dan naratif yang menyentuh. Dengan gaya bertutur yang kalem dan penuh makna, beliau berhasil menyampaikan pesan moral secara mendalam kepada audiens yang lebih luas. Keterampilan ini menjadi bukti bahwa kekuatan retorika sangat berperan dalam memperluas jangkauan dakwah di era digital.

Daya tarik dakwah yang dibawakan Ustaz Nana Gerhana terletak pada konsistensi penggunaan gaya komunikasi yang sederhana namun kuat dalam membangun kedekatan. Ia sering menggunakan analogi dari kehidupan sehari-hari untuk memperkuat pesan dakwahnya, yang membuat audiens merasa lebih terhubung secara personal. Menurut Asmara (dalam Karima & Yuliarti, 2025), efektivitas penyampaian pesan dalam dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan da'i dalam menyesuaikan pendekatan retorika dengan karakteristik pendengarnya. Ustaz Nana Gerhana menunjukkan hal tersebut melalui pilihan kata yang tidak kaku, nada suara yang menenangkan, serta ekspresi wajah yang mencerminkan ketulusan dalam menyampaikan pesan. Selain itu, beliau menghindari diksi-diksi yang berkonotasi menghakimi dan lebih memilih pendekatan yang membangkitkan kesadaran internal. Strategi ini memperkuat posisi beliau sebagai dai yang tidak hanya komunikatif, tetapi juga mampu membimbing audiens untuk merenungi nilai-nilai Islam secara mendalam.

Keberhasilan dakwah digital bukan hanya diukur dari jumlah penonton, tetapi juga dari seberapa dalam pesan dakwah menyentuh dan mengubah cara pandang audiens. Dr. Zakir Naik, sebagaimana studi oleh Rokhman & Muslimah (2021:3), menekankan pentingnya penggunaan logika yang terstruktur dan nada penyampaian yang tenang agar dakwah dapat diterima dengan baik, bahkan oleh audiens dari lintas keyakinan. Pendekatan serupa juga digunakan oleh Ustaz Nana Gerhana, yang menyusun ceramahnya berdasarkan landasan logis dan pengalaman spiritual, lalu disampaikan dengan cara yang inklusif dan menyejukkan. Strategi ini memungkinkan dakwah menjadi tidak sekadar informatif, tetapi juga transformatif. Dalam hal ini, retorika menjadi sarana yang menjembatani antara ilmu dan hati, menjadikan pesan Islam dapat diterima tidak hanya oleh akal, tetapi juga oleh nurani. Oleh karena itu, penelitian terhadap pola retorika dakwah beliau penting untuk mengidentifikasi model komunikasi dakwah yang efektif di era media sosial.

Penggunaan media digital sebagai sarana dakwah tidak lepas dari tuntutan untuk tampil relevan di hadapan audiens yang dinamis. Salah satu aspek yang sering menjadi sorotan adalah kemampuan pendakwah dalam menyesuaikan isi pesan dengan konteks sosial kekinian. Wahyuni (2023:45) mencatat bahwa dalam media seperti YouTube, dai yang berhasil menyentuh hati audiens adalah mereka yang mampu membaca tren dan menyampaikannya dengan pendekatan naratif dan personal. Ustaz Nana Gerhana termasuk dalam kategori tersebut. Ia tidak menyajikan dakwah dalam format ceramah yang kaku, tetapi dengan gaya tutur santai, bahasa sederhana, dan narasi kehidupan nyata yang menjembatani antara teks keagamaan dan realitas sosial. Retorikanya menjadi jalan untuk memanusiakan

pesan dakwah, menjadikannya lebih membumi dan menyentuh. Dengan pendekatan ini, beliau mampu membentuk relasi spiritual yang lebih intim dengan para pendengarnya.

Retorika yang digunakan Ustaz Nana Gerhana menunjukkan bahwa penyampaian dakwah tidak hanya soal transfer ilmu, tetapi juga transformasi nilai melalui pengalaman. Menurut Hasanah (2019:92), komunikasi yang bersifat persuasif dan menyentuh sisi afektif audiens dapat mendorong perubahan perilaku secara lebih efektif daripada hanya penyampaian instruksi normatif. Gaya bicara beliau yang konsisten, pembawaan yang lembut, serta struktur pesan yang tertata membuat ceramah-ceramahnya mudah diikuti dan direnungi. Hal ini selaras dengan fungsi retorika dalam dakwah sebagai alat untuk menggerakkan, bukan sekadar menginformasikan. Ustaz Nana juga cenderung menghindari gaya ceramah konfrontatif, dan lebih memilih pendekatan kontemplatif yang membuka ruang refleksi. Strategi ini memperlihatkan bagaimana kekuatan kata dan nada, jika digunakan dengan tepat, dapat menjadi jembatan menuju perubahan kesadaran spiritual yang lebih mendalam.

Dalam konteks keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam, pola komunikasi dakwah yang diusung oleh Ustaz Nana Gerhana dapat menjadi contoh konkret implementasi teori retorika Aristoteles di media baru. Syarifudin (2020:57) menyebutkan bahwa peran KPI sangat strategis dalam merancang metode komunikasi keagamaan yang sesuai dengan perkembangan zaman, khususnya untuk mengatasi tantangan interpretasi keagamaan di ruang publik digital. Pendekatan retorika seperti yang ditunjukkan oleh Ustaz Nana membuktikan bahwa

komunikasi dakwah perlu dikelola secara bijak, kreatif, dan berbasis empati. Penelitian ini berupaya menggali pola retorika tersebut secara sistematis, sehingga dapat memberikan kontribusi teoritik dan praktis bagi pengembangan strategi dakwah berbasis media sosial yang lebih efektif dan humanis. Dengan demikian, riset ini tidak hanya relevan dalam ranah akademik, tetapi juga penting bagi kebutuhan sosial-keagamaan di era komunikasi digital.

Konten dakwah yang disampaikan melalui platform seperti YouTube tidak hanya menjadi sarana edukatif, tetapi juga dapat menjadi alat untuk membentuk sikap dan persepsi publik. Menurut Ramadoni dan Bakti (2023:87), gaya retorika yang dikemas dalam bentuk narasi personal, empatik, serta visual yang menarik dapat menciptakan keterikatan emosional antara dai dan audiens. Dalam konteks ini, Ustaz Nana Gerhana tidak hanya mengedepankan isi ceramah, tetapi juga bagaimana membangun pengalaman spiritual yang mendalam melalui ekspresi yang tenang dan bahasa yang menyentuh. Hal ini sejalan dengan fenomena dakwah modern yang lebih mengutamakan pendekatan psikologis daripada konfrontatif. Dengan memanfaatkan karakteristik media YouTube, ia mampu menyusun komunikasi dakwah yang responsif terhadap kebutuhan spiritual masyarakat digital. Ini menunjukkan bahwa kekuatan retorika dakwah terletak pada kemampuan menyesuaikan bentuk komunikasi dengan karakter media dan mad'u.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah yang dilakukan oleh Ustaz Nana Gerhana tidak hanya sebatas teknik komunikasi, tetapi merupakan bentuk dakwah kontemporer yang berakar pada nilai-nilai psikologi komunikasi. Simatupang dan Nasution (2025:29) menyatakan

bahwa keberhasilan retorika dakwah digital terletak pada bagaimana seorang dai mampu membumikan pesan keislaman dalam bahasa dan gaya komunikasi yang sesuai dengan karakter audiens. Maka dari itu, studi ini penting dilakukan agar dapat memberikan model retorika dakwah yang aplikatif dan dapat dijadikan rujukan bagi dai digital lainnya yang ingin berdakwah di ruang media sosial.

Berdasarkan uraian di atas dalam penelitian ini, sehingga muncul akan ketertarikan terhadap gaya retorika Ustaz Nana Gerhana untuk dibahas secara detail. Maka penelitian ini diberi judul “Retorika Dakwah Ustaz Nana Gerhana (Studi Deskriptif Di Channel Youtube Bandung Motekar Tv)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan Latar belakang penelitian tersebut, berikut adalah fokus penelitian yang akan menjadi fokus kedepannya:

1. Bagaimana Ustaz Nana Gerhana membangun kredibilitasnya (*Ethos*) sebagai dai dalam menyampaikan ceramah di youtube?
2. Bagaimana Ustaz Nana Gerhana membangun emosional dengan audiens (*Pathos*) melalui ceramahnya di youtube?
3. Bagaimana Ustaz Nana Gerhana menyusun argumentasi (*Logos*) dalam ceramahnya di youtube untuk meyakinkan audiens?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, berikut adalah tujuan penelitian pada penelitian ini:

1. Untuk mengetahui Ustaz Nana Gerhana dalam membangun kredibilitasnya (*Ethos*) sebagai dai dalam menyampaikan ceramah di youtube.

2. Untuk mengetahui Ustaz Nana Gerhana dalam membangun emosional dengan audiens (*Pathos*) melalui ceramahnya di youtube.
3. Untuk mengetahui Ustaz Nana Gerhana dalam menyusun argumentasi (*Logos*) pada ceramahnya di youtube untuk meyakinkan audiens.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua kategori: akademis dan praktis.

1. Kegunaan Akademis

Kegunaan akademik dari penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperkaya kajian komunikasi Islam, khususnya dalam bidang retorika dakwah di era digital. Penelitian ini mengintegrasikan teori retorika klasik Aristoteles (*ethos*, *pathos*, *logos*) ke dalam analisis konten dakwah berbasis media sosial, sehingga memberikan pemahaman baru tentang bagaimana pesan keagamaan disampaikan secara persuasif melalui platform YouTube. Kemudian, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan dalam penerapan pendekatan deskriptif-kualitatif untuk menganalisis praktik komunikasi keagamaan kontemporer. Selain itu, penelitian ini juga memperluas literatur akademik tentang tokoh dakwah lokal yang aktif di ruang digital, serta mendukung pengembangan wacana akademik tentang transformasi media dakwah dalam konteks sosial-keagamaan masyarakat modern.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah memberikan wawasan kepada para pendakwah, pengelola media dakwah, serta konten kreator keislaman mengenai strategi komunikasi persuasif yang efektif di platform digital.

Melalui temuan penelitian ini, para praktisi dakwah dapat memahami pentingnya membangun kredibilitas (ethos), menggugah emosi audiens (pathos), dan menyusun argumen yang logis (logos) dalam menyampaikan pesan agama. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan acuan dalam merancang konten dakwah yang relevan, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial, khususnya di YouTube, sehingga dakwah dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat luas di era digital.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

Teori Retorika Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai seni untuk menyampaikan dan meyakinkan orang lain melalui penyajian pengetahuan yang berlandaskan logika dan kebenaran (Arifin, 2011: 261). Seni retorika tidak hanya terbatas pada keindahan kata-kata, tetapi berorientasi pada pencarian kebenaran yang dapat memengaruhi audiens secara intelektual dan emosional. Hal ini, retorika digunakan sebagai alat untuk membangun argumentasi yang kuat dan meyakinkan.

Istilah retorika berasal dari bahasa Yunani “*rethorike*”, yang dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai *orator*. Secara etimologis, retorika merujuk pada kemampuan berbicara di depan umum dengan kefasihan dan kecakapan (Sunarto, 2014: 1). Pada prakteknya, retorika mencakup penyampaian pesan yang dapat dilakukan secara spontan, tradisional,

maupun terencana, dengan fokus pada penguasaan tata bahasa dan kemahiran menyampaikan gagasan di hadapan khalayak.

Teori retorika Aristoteles berangkat dari asumsi bahwa persuasi adalah inti dari komunikasi. Menurut Aristoteles, kemampuan persuasi seseorang terletak pada penguasaan teknik retorika yang dapat disesuaikan dengan situasi dan audiens. Retorika menjadi alat penting untuk menyampaikan kebenaran, bukan hanya sarana bermain kata-kata atau manipulasi.

Teori retorika Aristoteles menitikberatkan pada tiga elemen utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga elemen ini saling melengkapi dalam membangun pesan yang efektif dan persuasif (Abidin, 2013: 17). *Ethos* mengacu pada karakter dan kepercayaan yang dimiliki pembicara. Pembicara harus mampu menunjukkan kepribadian yang terpercaya, etika yang baik, dan pengetahuan yang luas. *pathos* menekankan pada kemampuan pembicara untuk membangkitkan emosi audiens. Pada hal ini, pembicara perlu memahami psikologi massa dan menggunakan pendekatan emosional yang relevan. *Logos* adalah elemen logis dalam retorika, yang mencakup bukti konkret dan contoh yang relevan untuk mendukung argumentasi pembicara. Pada ceramah, seorang pembicara harus mampu menyampaikan pesan secara logis dengan menggunakan data, ayat-ayat suci, atau kisah-kisah yang mendukung tema ceramah.

Fungsi retorika memiliki kemiripan dengan fungsi komunikasi, mencakup penyampaian informasi, pendidikan, persuasi, dan hiburan (Raudhonah, 2007: 52). Sebagai sarana informasi, retorika memungkinkan

penyampaian dan penerimaan pesan secara efektif kepada audiens. Pada aspek pendidikan, retorika berfungsi meningkatkan wawasan melalui pembelajaran yang dilakukan oleh guru atau siapa saja yang ingin berbagi pengetahuan. Selain itu, retorika juga berperan sebagai alat untuk memengaruhi orang lain, sering dimanfaatkan dalam bisnis melalui pembuatan iklan yang persuasif. Tak hanya itu, retorika juga berfungsi sebagai media hiburan, yang biasanya disampaikan melalui radio, televisi, atau oleh para profesional yang ahli menciptakan hiburan bagi khalayak. Sedangkan menurut abdullah (2009) retorika berfungsi untuk menyampaikan pesan yang bertujuan membujuk serta meyakinkan pendengar melalui penyajian kebenaran yang didukung oleh logika.

F. Langkah-langkah Penelitian

Untuk memastikan pelaksanaan penelitian berjalan secara sistematis dan teratur, langkah-langkah penelitian ditetapkan terlebih dahulu. Sebelum merinci tahapan-tahapan tersebut, peneliti Menyusun kerangka penelitian yang berfungsi sebagai panduan dalam memperoleh hasil yang optimal, baik dari segi efektivitas maupun efisiensi. Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini lokasi yang diteliti akan langsung di channel youtube Ustaz Nana Gerhana yaitu Channel Youtube Bandung Motekar Tv.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berlandaskan pada paradigma interpretif yang menekankan bahwa realitas sosial adalah hasil dari kesepakatan dan interaksi antarindividu. Paradigma ini digunakan karena keyakinan bahwa cara masyarakat memahami dan merespons ceramah Ustaz Nana Gerhana. Berdasarkan konteks ini, peneliti berusaha memahami makna yang terkandung dalam retorika ceramah tersebut dari sudut pandang audiens serta faktor-faktor yang memengaruhinya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk memahami fenomena secara mendalam dan holistik. Seperti yang dijelaskan oleh Moleong, penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, dengan menggunakan deskripsi verbal dan tertulis yang dikaji dalam konteks natural tanpa intervensi yang bersifat eksperimental (Moleong, 2012: 21).

Melalui pendekatan ini, penelitian berfokus pada eksplorasi makna di balik penggunaan Bandung Motekar TV dalam retorika dakwah Ustaz Nana Gerhana. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumentasi, sehingga menghasilkan deskripsi yang kaya mengenai bagaimana elemen-elemen budaya lokal tersebut digunakan dalam membangun koneksi dengan audiens dan menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Hal ini,

menggunakan paradigma interpretif dan pendekatan kualitatif, penelitian ini mampu mengungkap secara detail bagaimana interaksi antara teknologi dan retorika dakwah membentuk dinamika yang unik dan kontekstual.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto (2013: 3), bertujuan untuk menyelidiki berbagai kondisi, keadaan, atau hal lainnya yang telah disebutkan sebelumnya, dan hasilnya disajikan dalam bentuk laporan penelitian. Pada penelitian ini, fenomena yang diteliti bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, serta kesamaan atau perbedaan antara satu fenomena dengan fenomena lainnya.

Penelitian deskriptif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk menggambarkan bagaimana retorika dakwah Ustaz Nana Gerhana. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan makna, interpretasi, dan pengalaman dari subjek penelitian serta audiens yang terlibat dalam konteks ceramah. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses, makna, dan dinamika sosial yang terjadi dalam interaksi antara Ustaz Nana Gerhana dan audiensnya.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap fokus dan tujuan penelitian. Maka jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Data yang menunjukkan *ethos* Ustaz Nana Gerhana dalam berdakwah
- 2) Data yang menunjukkan *pathos* Ustaz Nana Gerhana dalam berdakwah
- 3) Data yang menunjukkan *logos* Ustaz Nana Gerhana dalam berdakwah

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merujuk pada subjek yang memberikan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian dan menjamin keberhasilannya. Keberadaan sumber data sangat penting dalam memastikan kelancaran proses pengumpulan data serta validitas hasil yang diperoleh. Sebagaimana dinyatakan oleh Nufian dan Wayan Weda (2018:49), sumber data sangat diperlukan untuk mendukung kelancaran pengumpulan data dan memastikan validitas hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan dua macam sumber data, yakni sumber data primer dan sekunder.

1) Sumber data primer

Sumber data primer diperoleh langsung dari subjek yang terkait dengan topik penelitian, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017:137). Pada hal ini, wawancara langsung dilakukan dengan Ustaz Nana Gerhana, audiens ceramah, serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan dakwah Ustaz Nana Gerhana. Melalui wawancara ini, peneliti

dapat menggali lebih dalam mengenai penerapan retorika dalam ceramah dan interaksi dengan audiens.

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder juga digunakan, yang mencakup data yang diperoleh melalui dokumen atau pihak ketiga. Sumber ini bisa berupa rekaman ceramah, artikel, buku, atau publikasi lain yang relevan dan memberikan konteks tambahan terkait dengan topik retorika Ustaz Nana dalam ceramah dakwah, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017:137).

5. Informan

Penentuan informan atau unit penelitian merupakan langkah penting dalam proses penelitian kualitatif. Informan yang dipilih harus memiliki pengetahuan dan keterkaitan langsung dengan topik penelitian. Menurut Andi (2010:147) informan diartikan sebagai individu yang dianggap memiliki pengetahuan dan pemahaman mendalam terkait data, informasi, atau fakta dari objek penelitian tertentu. Berdasarkan penelitian ini, nforman utama yang akan diwawancarai adalah Ustaz Nana Gerhana sebagai pembicara atau dai yang menyampaikan ceramah, serta audiens yang hadir dalam acara ceramah tersebut. Informan juga dapat mencakup individu yang memiliki pemahaman mendalam tentang channel youtube, baik dari kalangan konten kreator maupun masyarakat ahli itu sendiri. Pemilihan informan didasarkan pada kemampuan mereka untuk memberikan informasi yang relevan dan mendalam tentang retorika dakwah melalui media sosial dalam ceramah yang dilakukan oleh Ustaz Nana Gerhana.

Selain itu, unit penelitian yang digunakan adalah ceramah-ceramah yang dilakukan oleh Ustaz Nana Gerhana sebagai objek analisis, yang menjadi fokus utama dalam menggali interaksi antara penggunaan media sosial dan retorika dakwah.

6. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Berikut adalah penjelasan mengenai masing-masing teknik tersebut:

a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan Ustaz Nana Gerhana dan audiens ceramah untuk menggali pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan media sosial diterapkan dalam ceramah dakwah. Wawancara dengan Ustaz Nana Gerhana bertujuan untuk memperoleh informasi langsung mengenai pendekatan, metode, dan tujuan beliau dalam memasukan unsur media sosial ke dalam ceramah. Wawancara dengan audiens bertujuan untuk mengetahui respons, pemahaman, serta dampak dari ceramah tersebut terhadap mereka.

Tujuan dari wawancara mendalam adalah untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan personal terkait dengan pemanfaatan media sosial youtube dalam ceramah dakwah serta efeknya terhadap audiens.

Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif langsung dari narasumber utama dan audiens, yang akan

memberikan gambaran yang lebih jelas dan mendalam mengenai topik penelitian.

2. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk mengamati langsung jalannya ceramah oleh Ustaz Nana Gerhana, dengan fokus pada penggunaan bahasa, media youtube yang dimasukkan dalam ceramah, serta cara interaksi antara pembicara dan audiens. Observasi ini dilakukan dalam suasana ceramah yang nyata, baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan, untuk mendapatkan data kontekstual yang lebih kaya mengenai dinamika sosial yang terjadi.

Tujuan dari observasi adalah untuk memperoleh gambaran yang lebih konkret tentang bagaimana youtube diterapkan dalam praktik ceramah, serta bagaimana audiens merespons interaksi tersebut secara langsung.

Observasi memungkinkan peneliti untuk melihat secara langsung dan merekam fenomena yang terjadi di lapangan, yang tidak dapat diperoleh hanya melalui wawancara. Hal ini memberikan data yang lebih autentik dan mendalam mengenai interaksi sosial dan budaya dalam ceramah.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa rekaman ceramah, artikel, buku, dan publikasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tambahan mengenai konteks media sosial dalam

ceramah Ustaz Nana Gerhana serta bahan pendukung untuk memperkaya hasil penelitian.

Tujuan dari pengumpulan dokumentasi adalah untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta memberikan bukti lebih lanjut pemanfaatan media sosial dalam ceramah dakwah.

Dokumentasi memberikan data tambahan yang dapat memperkuat analisis dan memberikan konfirmasi terhadap informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Selain itu, dokumentasi memungkinkan peneliti untuk mengakses materi yang tidak selalu dapat diobservasi secara langsung.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan sumber data sekunder. Triangulasi sumber akan melibatkan perbandingan antara informasi yang diberikan oleh informan yang berbeda, seperti Ustaz Nana Gerhana, audiens ceramah, dan ahli atau konten kreator. Selain itu, triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan hasil observasi langsung dan wawancara untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan konsisten dan saling melengkapi. Teknik ini membantu untuk meminimalkan bias dan memastikan bahwa data yang diperoleh valid serta mencerminkan realitas yang ada di lapangan.

8. Teknik Analisis data

Analisis data adalah suatu proses sistematis yang digunakan untuk mengelola data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini mencakup pengorganisasian data ke dalam berbagai kategori, penyusunan Kembali informasi, pencarian pola, serta identifikasi point point utama dan hal hal penting yang perlu dipelajari (Sugiyono, 2012:244). Tujuan dari analisis ini adalah agar data dapat lebih mudah dipahami, baik oleh peneliti sendiri maupun oleh pihak lain yang berkepentingan. Menurut Sugiyono terdapat *tiga* tahapan utama dalam analisis data, yaitu :

a. Reduksi Data

Tahap ini mencakup proses penyaringan, penyederhanaan, dan pemusatan perhatian pada informasi penting serta pencarian pola atau tema yang relevan. Dengan melakukan reduksi, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas yang berguna untuk mengarahkan proses pengumpulan data selanjutnya dan mempermudah penemuan data saat dibutuhkan.

b. Penyajian Data

Data dapat disajikan berbagai bentuk seperti tabel, grafik, diagram, dan visualisasi lainnya. Penyajian ini bertujuan untuk memperjelas kondisi yang sedang diteliti, sehingga peneliti dapat Menyusun langkah langkah penelitian berikutnya berdasarkan pemahaman yang telah dibentuk melalui visualisasi data.

c. Vertifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Tahapan ini berfungsi untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sejak awal. Namun, perlu di ingat bahwa rumusan masalah dan pertanyaan penelitian bersifat sementara dan dapat mengalami perubahan seiring dengan kemajuan penelitian

