

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Salah satu contoh nyata dalam perkembangan dakwah digital saat ini dapat dilihat melalui akun Instagram @alfatahar_, yang dikenal sebagai konten kreator Islami dengan gaya penyampaian yang khas. Akun ini secara konsisten mengunggah video pendek dalam format Reels yang berisi pesan-pesan keislaman, disampaikan dengan gaya retorika yang menyentuh aspek kehidupan sehari-hari audiensnya. Dalam setiap kontennya, Alfatahar kerap menghadirkan narasi yang menginspirasi, menggunakan analogi yang mudah dipahami, serta menampilkan ekspresi emosional yang kuat seperti empati, kasih sayang, hingga kata-kata yang menyentuh. Pendekatan tersebut membuat pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan, khususnya bagi kalangan muda yang tidak aktif mengikuti kegiatan pengajian secara formal.

Selain itu, konten reels yang dibagikan oleh akun @alfatahar_ juga menunjukkan tingkat antusias yang tinggi, yang ditandai dengan banyaknya like, komentar, dan share dari para pengikut. Hal ini menunjukkan bahwa video yang dipublikasikan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu memberikan dampak emosional dan intelektual kepada audiens. Dalam menyampaikan pesannya, Alfatahar memanfaatkan bahasa yang sederhana, teknik storytelling, serta menyisipkan kutipan dalil-dalil Al-Qur'an secara kontekstual, yang dikombinasikan dengan nilai-nilai moral universal. Keseluruhan strategi tersebut mencerminkan adanya perencanaan komunikasi yang terstruktur, khususnya dalam

penggunaan teknik retorika untuk menyampaikan dakwah secara efektif di era digital.

Retorika sebagai seni dalam menyampaikan gagasan secara lisan dengan tujuan untuk mempengaruhi dan meyakinkan pendengar, memainkan peranan penting dalam kegiatan dakwah, khususnya ketika pesan-pesan keagamaan disampaikan melalui platform media sosial. Dalam konteks video Reels di Instagram, konten kreator Alfatahar menerapkan berbagai strategi retorika untuk menarik perhatian audiens. Teknik yang digunakan mencakup pemilihan diksi yang tepat dan relevan, pengaturan intonasi suara untuk memperkuat penekanan pesan, penggunaan ekspresi wajah yang mendukung isi dakwah, serta gaya penyampaian yang menyentuh aspek emosional penonton. Semua elemen ini berpadu untuk menjadikan konten yang ditampilkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif, sehingga mampu membentuk sikap, persepsi, dan pemahaman audiens terhadap nilai-nilai Islam yang disampaikan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah *retorika* dijelaskan sebagai kemampuan atau seni dalam menyampaikan pembicaraan secara lisan. Dalam bahasa Inggris, retorika disebut *rhetoric*, yang berasal dari istilah Latin *rhetorica*, dan memiliki makna sebagai ilmu yang mempelajari cara berbicara di hadapan banyak orang. Dalam pengertian terminologis, retorika dapat diartikan sebagai kajian tentang teknik dan keterampilan berbicara secara sistematis di ruang publik, yang bertujuan untuk membangun pengaruh terhadap audiens. Tokoh filsuf Yunani, Aristoteles, mengemukakan bahwa retorika tersusun dari tiga unsur pokok yang saling melengkapi dalam proses komunikasi persuasif. Pertama, *Ethos*, yaitu

aspek yang berkaitan dengan karakter, kredibilitas, dan integritas pembicara dalam membangun kepercayaan dari pendengar. Kedua, *Pathos*, yang mencerminkan kemampuan pembicara untuk membangkitkan perasaan atau emosi audiens, sehingga pesan yang disampaikan lebih menyentuh secara batiniah. Ketiga, *Logos*, yang menunjukkan penggunaan nalar, logika, dan argumentasi yang rasional dalam menyampaikan isi pesan. Secara umum, fungsi utama dari retorika adalah untuk menyampaikan suatu pesan atau gagasan dengan cara yang dapat memengaruhi, membujuk, dan meyakinkan pendengar. Selain itu, retorika juga bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran melalui pendekatan yang logis, sehingga tidak hanya emosional, tetapi juga memiliki dasar pemikiran yang kuat (Abdullah, 2019).

Dalam penerapannya, retorika memanfaatkan berbagai aspek psikologis dan sosiologis dari komunikasi untuk meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan. Dari sisi psikologis, teknik ini mempertimbangkan faktor seperti emosi, motivasi, kebutuhan, serta cara berpikir individu agar pesan dapat diterima dengan lebih baik. Dalam kajian retorika, terdapat konsep yang dikenal dengan istilah gaya berbicara atau style. Menurut penjelasan yang terdapat dalam buku karya Asmuni Syukir, gaya atau style merujuk pada karakteristik atau kekhasan dari seorang penceramah saat menyampaikan pesan kepada audiens. Gaya ini tercermin melalui berbagai ekspresi verbal maupun nonverbal yang digunakan selama proses komunikasi berlangsung. Beberapa unsur yang termasuk dalam gaya tersebut antara lain adalah gerakan tangan, gerakan anggota tubuh lainnya, mimik wajah seperti dahi yang berkerut, arah tatapan mata, intonasi atau irama suara, serta pemilihan kata yang digunakan. Selain itu, aspek gaya juga bisa terlihat dari kesiapan

penceramah, misalnya melalui cara membuka buku catatan atau bahan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Dalam perspektif yang lebih luas, tren penyebaran dakwah melalui media sosial merefleksikan bagaimana teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi keagamaan. Media sosial tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan komunikasi dua arah antara pendakwah dan audiens. Hal ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi para pendakwah dalam menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan zaman. Melalui media *Instagram*, seorang da'i tidak hanya berdakwah dengan melalui teks atau tulisan saja, lebih dari itu seorang da'i dapat memberikan tampilan visual melalui video sehingga dakwah lebih menarik untuk disimak oleh mad'u. Bahkan melansir dari *upgraded.id* pada Januari 2025 pengguna aplikasi *Instagram* yaitu mencapai 91 juta atau sekitar 32,16% dari seluruh jumlah penduduk yang ada di Indonesia (*upgraded.id*). Dengan tingginya persentase pengguna *Instagram* tersebut, platform ini menjadi salah satu media dakwah yang sangat efektif. Jangkauannya yang luas memungkinkan para da'i untuk menyampaikan pesan dakwah Islam kepada audiens yang beragam, tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Kemudahan dalam berbagi konten berupa teks, gambar, dan video membuat *Instagram* menjadi sarana yang dinamis dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara kreatif dan menarik bagi berbagai kalangan.

Kehadiran internet di tengah masyarakat membawa dampak yang signifikan, salah satunya adalah kecenderungan masyarakat untuk lebih condong pada pola

hidup sekuler dibandingkan dengan menjalankan aktivitas kerohanian. Penggunaan internet yang begitu dominan sering kali menyita perhatian hingga membuat seseorang lupa akan kewajiban spiritualnya, seperti melaksanakan ibadah. Dengan berbagai kemudahan dan hiburan yang ditawarkan, internet secara tidak langsung mengalihkan fokus individu dari aspek keagamaan, sehingga keseimbangan antara kehidupan duniawi dan spiritual menjadi terganggu.

Oleh karena itu para da'i berusaha memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah karena fenomena ini menimbulkan banyak masalah bagi Masyarakat yang disebabkan karena kemajuan teknologi. Dengan peningkatan penggunaan media sosial di masyarakat, para pendakwah berusaha mengajak dan mengingatkan pengikut mereka untuk terus melakukan kebaikan amal sholeh. Selain itu, mereka menekankan betapa pentingnya menggunakan internet dan media sosial secara bijak, bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi yang dapat membantu orang belajar lebih banyak tentang keislaman dan lebih memahaminya. Oleh karena-nya, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi tetapi juga berfungsi sebagai tempat untuk memperkuat nilai-nilai spiritual di digital.

Dakwah melalui media sosial disinyalir memberikan manfaat besar dalam menyebarkan ajaran Islam. Dengan memanfaatkan platform digital ini, pesan-pesan keislaman dapat tersebar secara luas, cepat, dan efektif, menjangkau berbagai kalangan tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Selain itu, keunggulan media sosial yang memungkinkan interaksi langsung melalui kolom komentar menjadikan proses dakwah lebih dinamis. Para da'i dapat menerapkan berbagai metode

penyampaian yang lebih variatif, mulai dari gaya yang informatif hingga yang ringan dan menghibur. Pendekatan yang menarik ini tidak hanya membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional antara da'i dan audiens, sehingga ajaran Islam dapat diterima dengan lebih baik di era digital ini

Oleh karena itu, penelitian mengenai kajian teknik Retorika dalam dakwah digital menjadi semakin penting untuk memahami bagaimana pesan Islam dapat disampaikan dengan lebih menarik, relevan, dan memberikan dampak yang signifikan bagi audiens. Dengan mempertimbangkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji teknik Retorika yang dilakukan oleh akun Instagram *Alfatahar* dalam menyebarkan konten dakwah Islam. Melalui kajian terhadap teknik komunikasi retorika yang diterapkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pendakwah, akademisi, serta praktisi media sosial dalam mengembangkan metode dakwah yang lebih inovatif dan efektif. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi individu atau organisasi yang ingin mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah yang modern, interaktif, dan selaras dengan perkembangan zaman.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dunia dakwah pada media sosial. Maka penulis mengambil judul skripsi *Retorika Konten Kreator Alfatahar Dalam Reels Video Di Media Instagram @alfatahar_*.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berusaha menjawab beberapa pertanyaan utama terkait teknik Retorika yang digunakan oleh konten kreator *Alfatahar* dalam fitur Reels di Instagram. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Ethos* (karakter/pembawaan) Alfatahar dalam menyampaikan konten di media instagram?
2. Bagaimana *Pathos* (ikatan emosional) Alfatahar dalam menyampaikan konten di media instagram?
3. Bagaimana *Logos* (logis/masuk akal) Alfatahar dalam menyampaikan konten di media instagram ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis teknik Retorika yang digunakan oleh konten kreator *Alfatahar* dalam menyebarkan dakwah digital melalui video Reels di Instagram. Secara lebih spesifik, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan *Ethos* (karakter/pembawaan) Alfatahar pada saat menyampaikan isi konten di media instagram
2. Mendeskripsikan *Pathos* (ikatan emosional) Alfatahar pada saat menyampaikan isi konten di media instagram
3. Mendeskripsikan *Logos* (logis/masuk akal) Alfatahar pada saat menyampaikan isi konten di media instagram

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai sumber informasi serta referensi ilmiah yang bermanfaat dalam mendukung pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi pemikiran dan inovasi baru dalam kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), sehingga mampu memperkaya wawasan akademik serta memberikan dampak positif bagi perkembangan studi di bidang tersebut.

2. Manfaat Praktis

Mengembangkan pengetahuan dan wawasan serta memberikan gambaran tentang cara komunikasi Islam, khususnya dakwah dengan media sosial dan bagaimana komunikasi yang baik di media tersebut, sehingga diharapkan akan banyak dari masyarakat yang juga dapat mengajak kepada kebaikan, amar ma'ruf dan nahi munkar dimana pun mereka berada. Sebagai bentuk kontribusi kepada da'i serta da'iyah di Indonesia dalam mengembangkan strategi dakwah mereka. Menjadi rujukan penelitian atau panduan peneliti lainnya bagi para mahasiswa/i yang juga ingin melakukan penelitian selanjutnya mengenai dakwah konten kreator @alfatahar agar mencapai hasil yang lebih baik

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoritis

Dalam kegiatan dakwah, terdapat beragam jenis media yang dapat digunakan, seperti media lisan, tulisan, visual, dan audiovisual. Salah satu platform media sosial yang kerap dimanfaatkan adalah Instagram, yang tergolong media audiovisual karena menyampaikan pesan melalui gabungan unsur suara dan gambar, sehingga melibatkan indera pendengaran dan penglihatan.

Penelitian ini berfokus pada video reels di platform media Instagram dengan tujuan menganalisis teknik Retorika yang digunakan oleh Alfatahar dalam menyampaikan pesan dakwah. Analisis ini mengacu pada teori Aristoteles dalam karyanya yang berjudul *Rhetoric*, yang menekankan tiga unsur utama, yaitu *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*.

Teori retorika Aristoteles digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini. Teori ini mencakup tiga pendekatan utama, yaitu *Ethos*, *Pathos* dan *Logos*. *Ethos* menekankan pentingnya kredibilitas seorang mad'u dalam membangun kepercayaan audiens melalui sikap percaya diri dan citra positif. *Pathos* berfokus pada pemanfaatan emosi dan karakter audiens sebagai sarana untuk mempengaruhi perasaan mereka. *Logos* mengacu pada penyampaian pesan yang disusun secara logis, terstruktur dan mudah dipahami oleh audiens (Arwan, 2019).

Pertama *Ethos* (karakter/pembawaan), *Ethos* mengacu pada karakter pembicara yang dapat mempengaruhi tingkat kredibilitasnya di hadapan

audiens, sehingga membuat mereka lebih percaya terhadap pesan yang disampaikan. Sebagai wujud dari kredibilitas, *Ethos* meliputi unsur keahlian, pengetahuan, dan moralitas yang dimiliki oleh pembicara. Dalam proses komunikasi, *Ethos* memiliki peran penting karena audiens cenderung lebih menerima pesan yang berasal dari sosok yang dianggap kompeten, berilmu, dan memiliki integritas (Mulyana, 2005).

Kedua *Pathos* (ikatan emosional), Menurut Aristoteles, *Pathos* memiliki peran penting dalam menciptakan ikatan emosional antara pembicara dan audiens. Seorang pembicara yang efektif harus mampu membangkitkan berbagai emosi, seperti simpati, kemarahan, kebahagiaan, atau kesedihan, agar argumennya menjadi lebih persuasif. *Pathos* menunjukkan daya tarik emosional kepada audiens, yang sering kali disertai dengan gaya pengucapan yang bervariasi, terkadang keras atau sesekali lembut dan memelas (Ujiana, 2019)

Ketiga *Logos* (logis/masuk akal), *Logos* merupakan salah satu elemen penting dalam persuasi yang efektif, karena audiens cenderung lebih menerima argumen yang didukung oleh bukti dan pemikiran logis. Untuk membangun kredibilitas intelektual, seorang pembicara perlu menyusun argumen yang terstruktur, jelas, dan rasional. Penyampaian ide yang didukung oleh data, fakta, serta penalaran yang kuat akan meningkatkan efektivitas persuasi dan memperkuat kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, pembicara harus mampu merumuskan argumen yang jelas dan logis untuk membangun kredibilitas intelektualnya (Aristoteles, 2008).

2. Kerangka Konseptual

a. Retorika Dakwah

Retorika adalah cara berbicara yang tidak hanya mementingkan isi atau materi, tetapi juga memperhatikan gaya penyampaian dan keindahan bahasa. Dalam praktiknya, retorika modern sering digunakan dalam pidato atau orasi di tempat umum. Dalam kegiatan dakwah, retorika biasanya diterapkan dalam khutbah atau ceramah, yang disampaikan secara satu arah kepada banyak orang. Selain itu, retorika juga bisa diartikan sebagai seni berbicara yang mengutamakan etika, yaitu berbicara dengan cara yang baik, sopan, dan disertai perilaku yang terpuji (Arifin, 2017)

Retorika dakwah juga dikenal dengan istilah dakwah bi al-lisân, yaitu salah satu metode dalam menyampaikan ajaran Islam melalui komunikasi lisan. Dakwah bi al-lisân merupakan teknik berbicara atau penyampaian pesan (qaul ma'ruf) yang dilakukan oleh seorang dai ketika menjalankan aktivitas dakwahnya. Bentuk dari dakwah jenis ini sangat beragam, seperti ceramah, khutbah, kegiatan mengajar, propaganda, pelatihan (training), kampanye, seminar, dan berbagai bentuk penyampaian lainnya yang melibatkan interaksi verbal (Inaya, 2014).

Dalam dakwah, retorika tidak sekadar menjadi alat komunikasi, melainkan juga berfungsi sebagai strategi dalam menyampaikan ajaran Islam secara jelas, terstruktur, dan logis. Dengan memanfaatkan bahasa yang tepat, argumen yang meyakinkan, serta gaya penyampaian yang efektif, retorika dakwah bertujuan untuk mempengaruhi pendengar agar

dapat memahami isi pesan, mempercayainya, dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Al-Qur'an menekankan pentingnya bagi seorang dai untuk menggunakan retorika yang baik dalam menyampaikan dakwah. Dengan bahasa yang santun dan sesuai, serta pendekatan yang penuh hikmah, pesan dakwah akan lebih mudah menggugah perasaan, memperjelas makna ajaran, dan mempengaruhi perilaku pendengarnya.

“Perkataan yang baik dan pemberian maaf itu lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya lagi Maha Penyantun.” (Q.S Al - Baqarah : 263).

b. Media Sosial Instagram

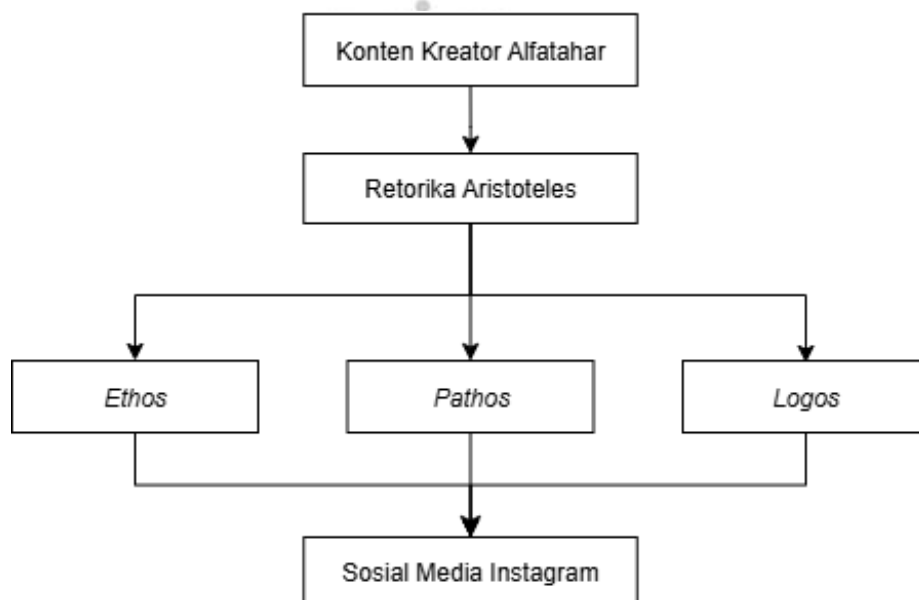
Dakwah di platform Instagram telah menjadi salah satu metode efektif dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman secara luas dan dinamis. Instagram sebagai media sosial dengan fitur visual yang kuat, seperti foto, video, dan Reels, memungkinkan para dai dan konten kreator Islami untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menarik dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. Melalui pendekatan komunikasi yang persuasif dan interaktif, dakwah di Instagram tidak hanya menyajikan konten informatif tetapi juga membangun kedekatan emosional antara pengirim pesan dan audiensnya.

Dengan karakteristik user-friendly dan potensi viral yang tinggi, Instagram memberi ruang bagi penyebaran dakwah yang kreatif dan

inovatif, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam secara geografis dan demografis.

c. Konten Kreator

Konten kreator merupakan aktivitas menyebarkan informasi yang diolah ke dalam bentuk gambar, video, atau tulisan, yang kemudian dipublikasikan melalui berbagai platform digital, salah satunya Instagram. Individu yang menghasilkan atau membuat konten tersebut disebut sebagai konten kreator. Seiring perkembangan waktu, seorang konten kreator harus memiliki keterampilan khusus untuk dapat menarik perhatian audiens. Terlebih lagi, saat ini Instagram tidak hanya digunakan sebagai media sosial semata, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana bisnis, penguatan produk branding, personal branding, serta corporate branding.



Bagan 1. 1 Kerangka Konseptual
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2025.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari suatu penelitian mencakup orang, tempat atau benda yang dijadikan sebagai sumber informasi terhadap penelitian yang hendak dilakukan (Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 862). Maka dari itu, subjek dari penelitian ini adalah Alfatahar. Sedangkan objek penelitian yang diteliti adalah akun Instagram @alfatahar_ sebagai wadah Alfatahar dalam melaksanakan kegiatan dakwah kekinian.

2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis paradigma konstruktivis yaitu paradigma yang memandang ilmu sosial sebagai sebuah analisis. Paradigma ini juga merupakan pemahaman realitas untuk temuan suatu penelitian yang merupakan produk interaksi dengan objek yang diteliti. Adapun alasan menggunakan paradigma ini adalah membaca realitas sosial yang didasari pada pengamatan peneliti sehingga data-data yang dihasilkan bersifat relatif kebenarannya.

Kemudian, pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai suatu metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk deskriptif, baik yang berupa kata-kata tertulis, percakapan lisan, maupun berbagai tindakan yang dapat diamati (Bogdan dan Taylor, 1975). Pendekatan ini bertujuan untuk memahami makna, pengalaman, dan perspektif individu atau kelompok dalam suatu konteks tertentu secara mendalam.

Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang mengutamakan angka dan statistik, penelitian kualitatif lebih menekankan pada eksplorasi fenomena sosial, interaksi manusia, serta interpretasi subjektif terhadap suatu peristiwa atau realitas yang sedang diteliti. Melalui observasi langsung, wawancara, maupun analisis dokumen, penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menggali wawasan yang lebih kaya mengenai pola perilaku, nilai, keyakinan, serta proses sosial yang terjadi di dalam masyarakat (Moleong, 2017:4). Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini memberikan gambaran terhadap subjek dan objek penelitian yang ada di lapangan menggunakan teori aries toteles yang meliputi aspek *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian langsung guna mendapatkan data yang dibutuhkan selama penulisan.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah skenario pelaksanaan penelitian dijalankan (Darmalaksana, 2020). Metode Penelitian juga diartikan sebagai cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya (Tersiana, 2018:94). Metodologi amat penting dalam sebuah penelitian karena dengan metodologi ini kita dapat melaksanakan sebuah penelitian dengan berlandaskan cara yang telah dipilih untuk digunakapan peneliti pada penelitiannya.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian wawancara sebagai teknik utama dalam pengumpulan data. Metode wawancara merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk

memperoleh informasi dan pemahaman mendalam dari narasumber melalui komunikasi langsung. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif, pengalaman, serta makna yang terkandung dalam jawaban yang diberikan oleh responden. Wawancara dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti wawancara terstruktur dengan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, wawancara semi-terstruktur yang lebih fleksibel, atau wawancara mendalam yang bersifat eksploratif. Metode ini sangat efektif dalam meneliti fenomena sosial, budaya, atau perilaku manusia, serta dapat diterapkan pada berbagai bidang penelitian, termasuk studi komunikasi, pendidikan, dan dakwah digital.

Penggunaan metode penelitian wawancara bertujuan dalam memberikan wawasan maupun pengetahuan tentang bagaimana retorika dari video reels *Instagram* dalam akun @alfatahar_.

4. Jenis dan Sumber Data

Bagian ini menjelaskan jenis data dan sumber data sebagai berikut:

a. Jenis Data

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan peneliti yaitu berbentuk data kualitatif, yaitu data yang tidak terdiri dari angka-angka melainkan berupa gambaran dan kata-kata (Rahmat, 2000:36), dengan menggunakan analisis penulisan deskriptif.

Jenis data tersebut kemudian akan menghasilkan data deskripsi yang diperoleh dari beberapa cara seperti, pengamatan, dokumen berupa kumpulan unggahan foto maupun video, serta kalimat yang tertera pada

kolom komentar unggahan. Jenis data ini dapat peneliti peroleh dengan cara mengamati video reels instagram @alfatahar.

b. Sumber Data

Data merupakan sekumpulan informasi yang berisi representasi atau gambaran dari suatu fakta yang telah diperoleh melalui berbagai metode pengumpulan, seperti observasi langsung, wawancara, eksperimen, atau melalui sumber-sumber tertulis dan digital yang relevan. Data berfungsi sebagai bahan utama dalam analisis penelitian, memungkinkan peneliti untuk memahami, mengevaluasi, serta menarik kesimpulan terkait suatu fenomena yang sedang diteliti. Dalam proses pengumpulan data, penting untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh bersifat valid, reliabel, dan objektif agar dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai realitas yang sedang dikaji. Data juga dapat berbentuk kuantitatif, yang disajikan dalam angka dan statistik, atau kualitatif, yang berupa narasi, deskripsi, atau dokumentasi mengenai suatu peristiwa atau keadaan tertentu. Menurut Silalahi (2010:280) data merupakan hasil pengamatan dan pengukuran empiris yang mengungkapkan fakta tentang karakteristik dari suatu gejala tertentu.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan sebagainya. (Lofland, 1984)

Observasi, wawancara, dokumen pribadi dan resmi, foto, video, gambar, rekaman, dan percakapan informal, semua itu merupakan sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif. (Emzir, 2012:37).

Sumber data merupakan subjek dimana peneliti mengambil data. Adapun sumber data yang diambil terbagi menjadi dua :

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari subjek penelitian tanpa perantara. Data ini diperoleh melalui interaksi langsung dengan sumber informasi menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, kuesioner, atau metode lainnya yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi autentik dan orisinal. Karena dikumpulkan langsung dari sumbernya, data primer cenderung memiliki tingkat keakuratan yang tinggi dan relevan dengan tujuan penelitian. Data ini sangat penting dalam sebuah penelitian karena memberikan wawasan yang mendalam serta memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terkait fenomena yang sedang dikaji.

Berdasarkan definisi tersebut, sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan Alfatahar yang berkaitan dengan empat fokus penelitian yang telah ditetapkan. Wawancara ini dilakukan untuk menggali informasi mendalam mengenai perspektif, pengalaman, serta teknik komunikasi yang digunakan dalam dakwahnya. Peneliti akan berinteraksi secara

langsung dengan narasumber yang memiliki keterlibatan dalam bidang dakwah, khususnya yang berkaitan dengan video reels di akun *Instagram @alfatahar_*. Dengan metode wawancara ini, diharapkan dapat diperoleh data yang autentik, mendetail, dan relevan untuk mendukung analisis penelitian terkait efektivitas dan strategi dakwah yang dilakukan.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang didapatkan dari pihak lain dan tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti dari subjek penelitian. Data ini biasanya berasal dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya, seperti dokumen, arsip, laporan penelitian, buku, jurnal ilmiah, atau sumber informasi lain yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder berperan sebagai pendukung dalam analisis penelitian, membantu memberikan konteks, memperkaya pemahaman, serta memperkuat temuan yang diperoleh dari data primer.

Berdasarkan definisi tersebut maka sumber data sekunder yang diperoleh peneliti dalam mendukung penelitian ini yaitu berasal dari buku, skripsi, jurnal, artikel, serta dokumentasi yang lainnya.

Dari hal tersebut, peneliti tentunya menggunakan sejumlah sumber yang akan dijadikan sebagai sumber data sekunder bagi penelitian ini seperti buku yang berjudul *Komunikasi Islam* karya Harjani Hefni, serta sumber-sumber lainnya.

5. Informan atau Unit Analisis

Narasumber adalah individu yang memberikan informasi secara langsung terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian, sering juga disebut sebagai subjek penelitian. Dalam studi ini, informan utama adalah Alfatahar dalam akun *Instagram* beliau.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian dengan metode kualitatif maupun kuantitatif tentunya kita akan menjumpai apa yang dinamakan dengan teknik pengumpulan data. Pada penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, proses atau teknik dalam pengumpulan sejumlah data penelitian terdapat 4 teknik yang bisa digunakan. Diantara 4 teknik pengumpulan data tersebut yaitu dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kadang-kadang dipergunakan secara bersama-sama atau dapat kita pahami dengan menggabungkan dari teknik observasi, wawancara dokumentasi (Emzir, 2012:37).

pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang di gunakan oleh peneliti menggunakan teknik observasi dan juga wawancara secara langsung.

a. Observasi

Observasi ilmiah adalah suatu proses pengamatan yang dilakukan secara sistematis terhadap suatu fenomena, peristiwa, atau kejadian dengan tujuan untuk memahami, menafsirkan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Melalui observasi ini, peneliti berupaya mengungkap pola, hubungan, serta prinsip-prinsip yang mendasari fenomena tersebut. Dengan pendekatan yang terstruktur dan

metodologis, observasi ilmiah memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang akurat dan objektif guna menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam terkait dengan objek yang diteliti (Garayibah, et.al. 1981:33).

Menurut Sandu dan Muhammad (2015:81), observasi ialah mengamati secara langsung dengan menggunakan panca indera, yaitu dengan pendengaran, penglihatan, penciuman, perabaan jika diperlukan hingga pengecapan. Adapun hasil dari observasi yang di dapat berupa aktivitas, peristiwa, objek, kejadian, kondisi atau suasana tertentu, hingga perasaan emosional seseorang.

Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik observasi sebagai metode pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang dikaji. Observasi dilakukan dengan mengamati secara cermat tayangan reels video dakwah yang diunggah oleh Alfatahar pada akun *Instagram* @alfatahar_. Melalui teknik ini, peneliti dapat menganalisis isi dan penyampaian dakwah dalam video tersebut guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait strategi komunikasi yang digunakan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara pewawancara dan narasumber yang bertindak sebagai sumber informasi utama. Dalam proses ini, pewawancara mengajukan serangkaian pertanyaan yang telah disusun

secara sistematis guna memperoleh jawaban yang relevan dengan tujuan penelitian. Sementara itu, orang yang diwawancarai memberikan tanggapan berdasarkan pengalaman, pemahaman, atau pengetahuan yang dimilikinya terkait dengan topik yang dikaji. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali informasi secara mendalam, memahami perspektif narasumber, serta memperoleh data yang lebih kaya dan terperinci dibandingkan dengan metode pengumpulan data lainnya (Yusuf, 2017).

Berdasarkan hal tersebut, dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode wawancara langsung sebagai teknik pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang dikaji. Wawancara dilakukan dengan mewawancarai secara langsung Alfatahar sebagai konten kreator yang mengunggah reels video dakwah pada akun Instagram @alfatahar_. Melalui teknik ini, peneliti dapat menggali informasi secara mendalam mengenai isi dan penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Alfatahar, serta memahami strategi komunikasi retorik yang diterapkannya dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa dimasa lalu, dan bentuk dokumen lainnya seperti berita, koran, catatan harian, majalah, surat-surat pribadi, artikel, brosur, film, video, foto, dan VCD (Prihananto, 2009:118).

Sandu dan Muhammad (2015:77) juga menjelaskan bahwa metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara memperoleh data variabel melalui catatan, surat, majalah, dan lainnya.

Maka dari itu, pada penelitian ini akan menggunakan metode dokumentasi dengan cara mengumpulkan data-data langsung dari unggahan video dakwah Alfatahar pada akun *Instagram* @alfatahar_ untuk mengetahui *Teknik Komunikasi Retoris* yang diterapkan oleh beliau.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik validasi data yang digunakan peneliti adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan teknik pemeriksaan data yang dilakukan dengan menggunakan beragam sumber, metode, teknik, teori, penyidikan, dan waktu (Denzin, 1978). Adapun tujuan dari teknik triangulasi ini adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, serta interpretatif dari suatu penelitian kualitatif (Makarisce, 2020:148). Dengan demikian teknik triangulasi memiliki arti penting dalam membantu penentuan keabsahan data dari suatu penelitian kualitatif.

Menurut William Wiersma (1996), triangulasi merupakan pengajian kredibilitas yang didefinisikan sebagai pemeriksaan data dari sumber yang berbeda pada waktu yang berbeda. Ada tiga jenis triangulasi yaitu sumber data, teknik pengumpulan data, dan waktu pengumpulan data (Sugiyono, 2009:273).

Dalam penelitian ini, metode triangulasi yang diterapkan merupakan teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk meningkatkan validitas dan keakuratan hasil penelitian. Teknik ini dilakukan dengan cara memverifikasi

data yang telah diperoleh dari berbagai sumber melalui dua metode utama, yaitu observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati secara mendalam video yang diunggah pada reels Instagram @alfatahar_, guna memahami pola penyampaian pesan, teknik komunikasi, serta respon audiens terhadap konten yang disajikan. Sementara itu, wawancara dilakukan dengan narasumber yang relevan, termasuk konten kreator Alfatahar sendiri atau pihak lain yang berkaitan, untuk menggali lebih lanjut mengenai strategi dakwah, tujuan komunikasi, serta pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah secara persuasif. Dengan menggunakan triangulasi ini, penelitian dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki tingkat validitas yang lebih tinggi karena telah diuji melalui berbagai perspektif dan sumber yang berbeda.

8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan sistematis dari pencarian catatan lapangan, dan materi lainnya seperti observasi, dokumen, foto, video yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti mengenai materi tersebut serta untuk memungkinkan peneliti dalam menyajikan apa yang telah ia temukan serta diinformasikan pada orang lain (Emzir, 2012:85).

Menurut Mudjiarahardjo, analisis data merupakan aktivitas pada mengatur, mengelompokkan, mengurutkan, memberi tanda atau kode, & mengkategorikan-nya sehingga didapatkan suatu hasil temuan berdasarkan fokus atau masalah penelitian yang ingin dijawab (Sujarweni, 2020:34).

Analisis data merupakan proses terpenting dalam sebuah penelitian dalam mengubah pengumpulan data yang ada menjadi data yang bermakna bagi penelitian yang dilakukan dan kemudian dapat menjawab sejumlah pertanyaan penelitian (Jogiyanto, 2018:72).

Dalam penelitian ini, analisis data merupakan suatu cara yang ditempuh peneliti ketika data yang telah berhasil dikumpulkan kemudian di analisis dan kemudian data yang telah di analisis peneliti dapat digunakan dalam menjawab rumusan masalah penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data berupa analisis kualitatif dengan menerapkan penulisan deskriptif sehingga perlu melalui tahapan-tahapan berikut :

1. Mengumpulkan dan menyusun data teori retorika Aristoteles pada akun *Instagram* @alfatahar_
2. Mengklasifikasikan data yang telah diperoleh sesuai dengan jenis sumber data, baik itu sumber data primer serta sumber data sekunder.
3. Menganalisis dari sumber data yang telah diklasifikasikan sebelumnya, dan kemudian ditafsirkan dengan berdasarkan teori retorika Aristoteles
4. Penarikan kesimpulan terhadap hasil pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan sehingga akan tergambar dengan singkat juga jelas jawaban dari permasalahan yang dibahas oleh peneliti pada penelitian.