

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Program keagamaan masih punya tempat penting dalam industri penyiaran televisi nasional. Di tengah dominasi tayangan hiburan dan berita, program dakwah tetap bertahan karena fungsinya menyampaikan nilai moral, spiritual, dan sosial kepada masyarakat. Kekuatan audio visual serta jangkauan audiens televisi yang luas membuat pesan keagamaan bisa disampaikan secara lebih komunikatif dan mudah diterima berbagai kalangan (Morissan, 2018: 12).

Salah satu program keagamaan yang cukup menonjol adalah Gapai Kemuliaan yang tayang di CNN Indonesia. Program ini mengemas ceramah keislaman dengan format dialogis dan reflektif, serta mengaitkan ajaran agama dengan persoalan hidup sehari-hari, menunjukkan bagaimana dakwah beradaptasi dengan karakter media modern yang menuntut pesan yang singkat, relevan, dan kontekstual (Aziz, 2019: 351-352). Keberadaan program ini juga sudah diakui secara resmi, terbukti dari penghargaan Anugerah Syiar Ramadan 2025 untuk kategori Dakwah Talkshow (Dialog) Televisi yang berhasil diraihinya, mengalahkan program dakwah dari stasiun televisi lain seperti Cahaya Hati Indonesia (iNews), Indahnya Ramadan (TV One), Serambi Islami Ramadan (TVRI), dan Shihab & Shihab (Indosiar). Penghargaan ini

diserahkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia dalam acara di Kementerian Agama RI pada Mei 2025 (Kementerian Agama RI, 2025).

Salah satu narasumber dalam program *Gapai Kemuliaan* adalah KH. Muhammad Faiz Syukron Ma'mun, atau akrab disapa Gus Faiz. Beliau menempuh pendidikan agama sejak kecil di pesantren, lalu melanjutkan studi ke Universitas Islam Madinah dan Universitas Al-Azhar Kairo. Selain aktif berdakwah hingga ke pelosok daerah, Gus Faiz juga menjabat sebagai Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia Provinsi DKI Jakarta periode 2023-2028 dan Rais Syuriah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama periode 2022-2027. Rekam jejak ini menjadikannya figur da'i yang kredibel dan relevan untuk dikaji, terutama karena gaya dakwahnya yang komunikatif dan terbuka pada dialog dengan audiens.

Penempatan program dakwah dalam kanal televisi berita seperti CNN Indonesia juga punya nilai strategis, karena televisi berita identik dengan kredibilitas dan kepercayaan publik, sehingga kehadiran program dakwah di dalamnya memberi legitimasi bahwa dakwah adalah bagian dari wacana publik yang penting (Eriyanto, 2011).

Dakwah lewat televisi menuntut kemampuan komunikasi yang mumpuni karena audiensnya beragam. Salah satu pendekatan yang dianggap lebih efektif menghadapi audiens modern adalah dialogika, yaitu penyampaian pesan yang melibatkan interaksi dua arah antara komunikator dan komunikan, berbeda dengan monologika yang bersifat satu arah. Pendekatan ini memungkinkan pesan agama tersampaikan

sekaligus direspons langsung oleh audiens (Rakhmat, 2001). Program Gapai Kemuliaan menerapkan pendekatan ini lewat sesi dialog dan tanya jawab antara Gus Faiz dengan host dan audiens penanya, yang menjadi ciri khas sekaligus daya tariknya dibanding program dakwah televisi lain yang cenderung monolog.

Retorika Aristoteles yang mencakup ethos, pathos, dan logos memberikan kerangka konseptual yang cocok untuk menganalisis dakwah dialogis semacam ini. Ethos berkaitan dengan kredibilitas da'i, pathos dengan kedekatan emosional terhadap audiens, dan logos dengan kekuatan argumentasi yang rasional. Ketiganya menegaskan bahwa dakwah bukan sekadar aktivitas keagamaan, tapi juga praktik komunikasi persuasif yang tersusun rapi (Aristoteles, 2018).

Persoalannya, meski format dialogis dinilai lebih efektif, belum banyak kajian akademis yang membedah bagaimana strategi retorika seorang da'i bekerja dalam format tersebut, khususnya pada program yang tayang di televisi berita nasional. Kebanyakan penelitian retorika dakwah justru lebih banyak menasar konten digital di YouTube dan media sosial, sementara dakwah dialogis di televisi berita nasional masih jarang disentuh. Kesenjangan inilah yang mendasari pentingnya penelitian ini.

Penelitian Asep Maida Wati (2023) mengkaji retorika dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di YouTube dan menemukan bahwa platform ini memberi ruang bagi pendakwah membangun kedekatan emosional

lewat narasi reflektif, namun penelitiannya masih dalam konteks media digital yang interaktif dan fleksibel, belum menggambarkan dinamika retorika di media televisi yang lebih terstruktur. M. F. Ozi (2023) meneliti retorika dakwah da'i dalam program Serambi Iman di TVRI Lampung dan menunjukkan bahwa dakwah televisi menuntut pesan yang ringkas dan menyesuaikan aturan penyiaran, tapi ruang lingkupnya masih terbatas pada televisi lokal. Sementara itu, Moyasarah (2018) menganalisis retorika dakwah Ustadz Arifin Ilham di YouTube dengan teori Aristoteles dan Cicero, menegaskan relevansi kerangka retorika klasik untuk dakwah kontemporer, namun fokusnya masih pada media digital dan belum mempertimbangkan struktur media televisi.

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, kajian retorika dakwah memang sudah cukup berkembang, tapi masih terpusat pada platform digital dan televisi lokal. Belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji gaya retorika dialogis seorang da'i dalam program keagamaan di televisi berita nasional dengan kerangka retorika Aristoteles secara komprehensif. Penelitian ini diharapkan bisa mengisi kekosongan tersebut sekaligus memperkaya kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam konteks televisi nasional berbasis berita.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana KH. Muhammad Faiz membangun kredibilitas dan otoritas dirinya sebagai pendakwah dalam program gapai kemuliaan di channel CNN Indonesia?
2. Bagaimana KH. Muhammad Faiz membangun kedekatan emosional dan mempengaruhi perasaan audiens dalam penyampaian ceramah pada program gapai kemuliaan?
3. Bagaimana KH. Muhammad Faiz menyusun dan menyampaikan pesan dakwah secara rasional dan argumentatif dalam program gapai kemuliaan di channel CNN Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mendeskripsikan cara KH. Muhammad Faiz membangun kredibilitas dan otoritas dirinya sebagai pendakwah dalam program gapai kemuliaan di channel CNN Indonesia.
2. Untuk menganalisis bagaimana KH. Muhammad Faiz membangun kedekatan emosional serta memengaruhi perasaan audiens melalui penyampaian ceramah dalam program gapai kemuliaan.
3. Untuk menguraikan bagaimana KH. Muhammad Faiz menyusun dan menyampaikan pesan dakwah secara rasional, sistematis, dan argumentatif dalam program gapai kemuliaan di channel CNN Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan yang dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

1. Kegunaan Akademis

Dari sisi akademis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat nyata sebagai rujukan ilmiah bagi mahasiswa dan peneliti yang tertarik mengkaji pemahaman di bidang retorika persuasif. Temuan penelitian ini juga dapat memberikan manfaat bagi seluruh civitas akademika, khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam memperluas wawasan keilmuan, dan juga diharapkan bisa membantu banyak bidang profesional lainnya.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para praktisi dakwah, khususnya para da'i, dalam mengembangkan pola komunikasi yang lebih efektif dan persuasif di media televisi maupun platform digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi lembaga penyiaran, dalam merancang format tayangan keagamaan yang lebih informatif, inspiratif, serta sesuai dengan kebutuhan pemirsa masa kini.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teoris

Retorika merupakan salah satu fondasi utama dalam kajian komunikasi publik yang telah berkembang sejak era Yunani Kuno

hingga era komunikasi modern. Secara etimologis, istilah retorika berasal dari kata *rhethorike* yang berarti seni berbicara di hadapan publik. Dalam konteks komunikasi kontemporer, retorika tidak hanya dipahami sebagai kemampuan berbicara, melainkan sebagai strategi penyusunan pesan untuk memengaruhi audiens secara efektif melalui bahasa, simbol, dan gaya penyampaian tertentu.

Dalam tradisi komunikasi Islam, retorika menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari praktik dakwah. Dakwah tidak hanya berorientasi pada isi pesan, tetapi juga pada strategi komunikasi agar pesan tersebut dapat dipahami, diterima, dan diamalkan oleh audiens. Alwi (2012) menegaskan bahwa retorika berfungsi sebagai sarana untuk menjelaskan, mengarahkan, serta memengaruhi cara berpikir pendengar agar menerima gagasan yang disampaikan. Oleh karena itu, retorika dalam dakwah dapat dipahami sebagai strategi komunikasi persuasif yang bertujuan membentuk pemahaman dan sikap keagamaan audiens.

Salah satu tokoh paling berpengaruh dalam pengembangan teori retorika adalah Aristoteles. Dalam karyanya *Rhetoric*, Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai kemampuan untuk menemukan cara persuasi yang paling efektif dalam setiap situasi komunikasi. Definisi ini menempatkan retorika sebagai proses strategis yang bergantung pada konteks, audiens, dan tujuan komunikasi.

Kennedy (1991) menyatakan bahwa teori retorika Aristoteles tetap relevan dalam kajian komunikasi modern karena menawarkan kerangka analisis yang sistematis dan logis terhadap praktik persuasi. Retorika Aristoteles tidak hanya menjelaskan bagaimana pesan disampaikan, tetapi juga mengapa pesan tersebut dapat diterima atau ditolak oleh audiens. Oleh karena itu, teori ini banyak digunakan dalam analisis komunikasi politik, media, dan dakwah.

Aristoteles merumuskan tiga unsur utama persuasi, yaitu kredibilitas komunikator, daya tarik emosional pesan, dan kekuatan argumentasi rasional. Ketiga unsur ini bekerja secara simultan dalam membentuk pesan yang persuasif dan bermakna (Herrick, 2011). Dalam konteks dakwah televisi, ketiga unsur tersebut menjadi penting karena dakwah disampaikan kepada audiens yang luas, heterogen, dan berada dalam keterbatasan durasi siaran.

Dalam teori retorika Aristoteles, kredibilitas komunikator merupakan sumber persuasi yang sangat penting. Audiens cenderung lebih mudah menerima pesan dari komunikator yang dianggap memiliki kompetensi, integritas moral, dan ketulusan. McCroskey (2006) menjelaskan bahwa kredibilitas komunikator dibentuk oleh persepsi audiens terhadap keahlian, kejujuran, dan niat baik komunikator.

Dalam konteks dakwah, kredibilitas pendakwah tidak hanya diukur dari penguasaan materi keagamaan, tetapi juga dari

keteladanan sikap dan perilaku yang ditampilkan. Arifin (2016) menegaskan bahwa da'i yang memiliki integritas moral dan konsistensi antara ucapan dan tindakan akan lebih mudah memperoleh kepercayaan jamaah. Pada media televisi, kredibilitas ini juga dibangun melalui penampilan visual, bahasa tubuh, serta cara berinteraksi dengan audiens.

Unsur emosional dalam retorika berfungsi untuk membangun keterlibatan afektif audiens terhadap pesan. Rakhmat (2003) menyatakan bahwa pesan yang menyentuh emosi cenderung lebih mudah diingat dan memiliki dampak yang lebih kuat dibandingkan pesan yang bersifat informatif semata. Dalam dakwah, pendekatan emosional sering digunakan untuk membangun empati, kesadaran spiritual, serta motivasi religius.

Herrick (2011) menjelaskan bahwa pengelolaan emosi dalam retorika bukan sekadar memainkan perasaan audiens, tetapi mengarahkan emosi secara etis agar audiens dapat memahami pesan secara lebih mendalam. Dalam dakwah televisi, unsur emosional diperkuat oleh karakter media audio-visual yang mampu menampilkan ekspresi wajah, intonasi suara, serta suasana visual secara langsung. Hal ini menjadikan pendekatan emosional sebagai strategi penting dalam menarik perhatian dan membangun kedekatan dengan pemirsa.

Selain kredibilitas dan pendekatan emosional, retorika juga menekankan pentingnya penyusunan pesan secara rasional dan sistematis. Aristoteles memandang argumentasi sebagai bagian penting dari persuasi agar pesan dapat diterima secara intelektual. Kennedy (1991) menyebutkan bahwa kekuatan argumentasi terletak pada struktur pesan yang logis, koheren, dan relevan dengan pengalaman audiens.

Dalam dakwah, penyusunan pesan secara rasional membantu audiens memahami ajaran Islam secara lebih terstruktur. Arifin (2016) menegaskan bahwa dakwah harus disampaikan secara logis dan didukung oleh dalil yang jelas agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Pada media televisi, penyusunan pesan rasional menjadi tantangan tersendiri karena keterbatasan durasi siaran, sehingga pesan harus dikemas singkat namun tetap padat dan bermakna.

2. Kerangka Konseptual

Penelitian ini mengkaji praktik dakwah dalam program keagamaan televisi, dengan menempatkan retorika dialogis KH. Muhammad Faiz sebagai objek penelitian dan Program Gapai Kemuliaan di CNN Indonesia sebagai lokasi penelitian tempat objek tersebut diamati. Kerangka ini disusun untuk menjelaskan bagaimana dakwah disampaikan dalam format televisi nasional, dengan fokus pada model penyampaian yang bersifat dialogis.

Dakwah sebagai aktivitas komunikasi keagamaan terus berkembang mengikuti perubahan media dan karakter masyarakat. Ruang dakwah kini tidak lagi terbatas pada masjid dan majelis taklim, tetapi meluas ke ruang publik melalui media massa, termasuk televisi. Televisi dipilih sebagai medium dakwah karena jangkauannya yang luas dan sifatnya yang audio visual, sehingga mampu menghadirkan sosok da'i secara langsung di hadapan pemirsa seolah bertatap muka meskipun pesan disampaikan lewat perantara media massa yang menjadikan televisi seakan berperan sebagai da'i itu sendiri (Rafik, 2019).

Kehadiran wasilah semacam ini dinilai penting karena semakin tepat media yang dipakai untuk berdakwah, semakin efektif pula pemahaman ajaran Islam yang bisa ditanamkan pada masyarakat. Meski begitu, dakwah lewat televisi juga memiliki keterbatasan, misalnya sisi bisnis penyiaran yang berorientasi profit sehingga program keagamaan harus bersaing dengan tayangan hiburan lain (Atabik, 2013). Kondisi ini menuntut da'i dan pengelola program untuk mengemas pesan keagamaan agar tetap relevan dan komunikatif di tengah audiens televisi yang heterogen.

Untuk membaca dan menganalisis model penyampaian dakwah KH. Muhammad Faiz, penelitian ini menggunakan kerangka retorika Aristoteles sebagai landasan konseptual. Retorika Aristoteles dikenal sebagai salah satu teori komunikasi tertua yang berkaitan

dengan upaya membujuk audiens, khususnya dalam konteks komunikasi publik (Aisyah, 2022). Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai kemampuan melihat segala cara yang mungkin digunakan untuk melakukan persuasi dalam suatu situasi tertentu, yang kemudian ia bagi ke dalam tiga elemen utama pembuktian, yaitu ethos, pathos, dan logos (Rokibullah, 2025). Ketiga elemen ini menjadi indikator analisis dalam penelitian ini untuk membaca bagaimana KH. Muhammad Faiz membangun kredibilitas, menyentuh emosi, dan menyusun argumentasi dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Ethos dipahami sebagai kredibilitas komunikator, yang dalam konteks dakwah tidak hanya mencakup kefasihan berbicara tetapi juga mencerminkan integritas moral dan spiritual sang da'i, karena seorang penyampai pesan dinilai audiens bukan semata dari kepaiwaiannya berbicara, melainkan juga dari akhlak dan keistiqamahannya dalam menjalankan nilai-nilai Islam (Rokibullah, 2025). Pathos merujuk pada pengaruh emosi audiens, yaitu bagaimana pesan dakwah mampu membangun kedekatan dan keterlibatan emosional pemirsa. Sementara logos dipahami sebagai kekuatan logika dan argumentasi, yang dalam retorika dakwah Islam biasanya disusun secara sistematis dan berlandaskan rujukan dalil naqli maupun aqli agar audiens lebih mudah menerima dan mempercayai isi pesan (Rokibullah, 2025). Ketiga elemen ini bekerja

secara terpadu, dan riset-riset terdahulu menunjukkan bahwa keseimbangan penggunaan ethos, pathos, dan logos justru menjadi kunci efektivitas seorang komunikator dalam menjangkau audiensnya secara luas.

Selain retorika Aristoteles, penelitian ini juga memakai konsep komunikasi dialogis untuk memahami model penyampaian dakwah yang digunakan KH. Muhammad Faiz dalam program Gapai Kemuliaan. Komunikasi dialogis, merujuk pada gagasan Martin Buber, diwujudkan lewat interaksi yang ditandai kesetaraan, empati, dan sikap saling menghormati antara pihak yang berkomunikasi, sehingga tercipta ruang yang aman bagi lawan bicara untuk mengekspresikan gagasannya secara bebas (Almadani, Fitri, & Abdurrazaq, 2025). Prinsip ini sejalan dengan model dakwah yang menempatkan da'i dan audiens dalam relasi yang lebih terbuka dan interaktif, berbeda dari model monolog yang bersifat satu arah dan lazim dijumpai dalam ceramah konvensional di televisi.

Pendekatan dialogis ini juga selaras dengan prinsip komunikasi dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nahl ayat 125

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

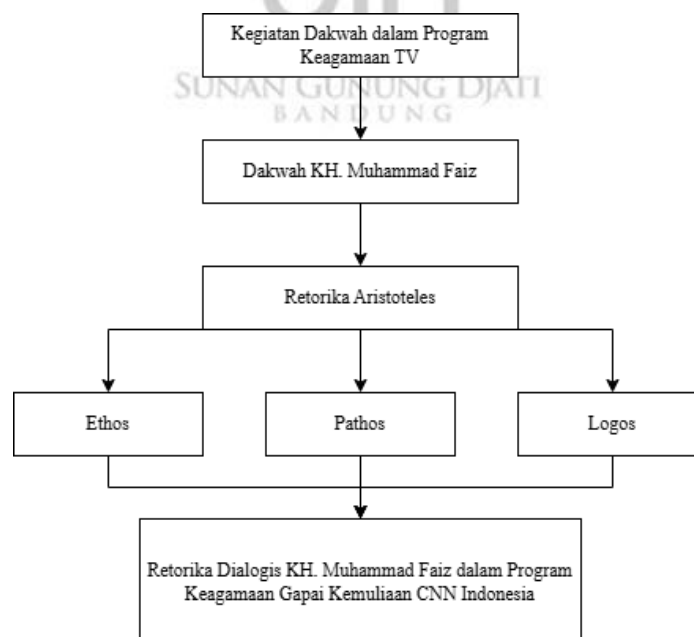
“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.

yang menekankan pentingnya dakwah dengan hikmah dan nasihat yang baik. Prinsip ini menegaskan bahwa dakwah idealnya dilakukan lewat pendekatan yang komunikatif, tidak memaksa, dan menghargai audiens sebagai lawan bicara yang setara.

Dengan memadukan kerangka retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos) dan prinsip komunikasi dialogis, penelitian ini bermaksud menjelaskan bagaimana retorika dialogis KH. Muhammad Faiz dibangun dan dipraktikkan dalam program Gapai Kemuliaan di CNN Indonesia, sekaligus menunjukkan bagaimana praktik dakwah tersebut dimaknai dalam konteks media televisi nasional yang menjangkau audiens luas dan beragam.

Alur kerangka konseptual penelitian ini secara ringkas dapat digambarkan sebagai berikut.

Bagan 1. 1 Kerangka Konseptual Penelitian



(Sumber: Olahan Peneliti, 2026)

Berdasarkan gambar tersebut, dapat dipahami bahwa penelitian ini bergerak dari konteks umum praktik dakwah dalam program keagamaan televisi, menyempit ke sosok KH. Muhammad Faiz sebagai da'i yang diteliti, kemudian dianalisis melalui kerangka retorika Aristoteles yang terdiri atas ethos, pathos, dan logos, hingga akhirnya bermuara pada pemahaman tentang retorika dialogis KH. Muhammad Faiz dalam Program Gapai Kemuliaan CNN Indonesia.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil lokasi pada tayangan program *Gapai Kemuliaan* di platform siaran resmi CNN Indonesia, baik melalui televisi nasional maupun akses digital CNN Indonesia. Peneliti juga memanfaatkan akses tayangan ulang (*recorded streaming*) sebagai sumber data untuk menganalisis gaya retorika KH. Muhammad Faiz secara lebih mendalam. Pemilihan lokasi ini memungkinkan peneliti mengamati tayangan secara berulang untuk mengidentifikasi unsur ethos, pathos, dan logos, sehingga proses analisis dapat dilakukan lebih akurat dan komprehensif.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi aktif dan pemaknaan subjektif individu atas interaksi simbolik di

lingkungannya (Creswell & Creswell, 2018). Dalam penelitian ini, pesan dakwah di media massa dipahami bukan sekadar transmisi informasi searah, melainkan proses produksi makna yang dirancang mubalig untuk memengaruhi audiens secara aktif melalui bahasa serta konteks sosial (Littlejohn et al., 2017).

Pada penelitian ini, paradigma konstruktivistik digunakan untuk membedah bagaimana KH. Muhammad Faiz mengonstruksi pesan dakwah dalam program *Gapai Kemuliaan* di CNN Indonesia. Peneliti menginterpretasikan strategi tuturan, narasi, dan komunikasi simbolik penceramah sebagai upaya sadar dalam membangun daya persuasif dan pembentukan makna keagamaan bagi pemirsa televisi.

Sejalan dengan paradigma konstruktivistik, penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif difokuskan untuk mengeksplorasi dan memahami makna fenomena sosial secara mendalam melalui data deskriptif berupa kata-kata dan tindakan, bukan angka statistik (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan ini menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci untuk mengamati fenomena secara alamiah guna memperoleh pemahaman yang kaya konteks (Moleong, 2021).

Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif diterapkan dengan mengumpulkan dan menganalisis tuturan serta komunikasi nonverbal KH. Muhammad Faiz selama acara berlangsung. Peneliti mendeskripsikan secara terperinci perwujudan tiga dimensi retorika

Aristoteles, yaitu kredibilitas (ethos), kedekatan emosional (pathos), dan argumentasi logis (logos), tanpa mereduksi data menjadi angka.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji suatu fenomena secara mendalam, holistik, dan kontekstual dalam batasan tertentu. Metode studi kasus merupakan strategi penelitian empiris untuk menginvestigasi fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata pada suatu sistem yang terikat atau bounded system (Yin, 2018). Metode ini berfokus pada keunikan atau kekhasan kasus tertentu melalui pengumpulan data yang spesifik dan menyeluruh (Moleong, 2021).

Pada penelitian ini, penerapan metode studi kasus membatasi fokus kajian secara spesifik pada praktik retorika dialogis KH. Muhammad Faiz dalam program *Gapai Kemuliaan* di CNN Indonesia. Peneliti mendokumentasikan tayangan, menganalisis transkrip dialog, dan mengkaji konteks penyiaran untuk mengurai bagaimana karakteristik media berita memengaruhi strategi retorika dakwah sang penceramah.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk deskripsi verbal,

berupa kata-kata, kalimat, atau narasi hasil pengamatan dan wawancara, bukan dalam bentuk angka atau statistik (Moleong, 2021). Data semacam ini digunakan untuk mengungkap makna, proses, dan konteks di balik suatu fenomena sosial secara mendalam.

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif berupa transkrip tuturan KH. Muhammad Faiz, deskripsi komunikasi nonverbal seperti intonasi dan gestur, serta narasi hasil wawancara dengan audiens program Gapai Kemuliaan. Data ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana ethos, pathos, dan logos terwujud dalam praktik retorika dialogis KH. Muhammad Faiz, tanpa direduksi menjadi angka atau ukuran statistik.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif merupakan asal informasi yang digunakan peneliti untuk memahami fenomena yang diteliti. Secara umum, sumber data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian dan situasi yang diteliti, sedangkan data sekunder berasal dari sumber pendukung yang relevan untuk memperkaya analisis dan memperkuat landasan konseptual penelitian (Arikunto, 2016).

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui tiga sumber utama. *Pertama*, wawancara dengan informan-informan yang terlibat dalam program Gapai Kemuliaan. Wawancara

dilakukan secara fleksibel, baik secara daring maupun luring untuk menggali informasi terkait. *Kedua*, observasi dilakukan terhadap tiga episode tayangan Gapai Kemuliaan bersama KH. Muhammad Faiz untuk mengidentifikasi secara langsung praktik retorika dialogis baik dari aspek verbal maupun non-verbal. *Ketiga*, dokumentasi berupa rekaman tayangan, transkrip ceramah, foto kegiatan, serta arsip pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti buku-buku retorika komunikasi dan komunikasi massa, jurnal ilmiah, skripsi dan tesis yang relevan, serta informasi resmi dari media dan institusi terkait. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis data primer dan memastikan bahwa temuan penelitian memiliki dasar teoretis dan akademik yang memadai.

5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Penentuan informan dilakukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan fenomena yang diteliti. Informan dipilih bukan karena jumlahnya, tetapi berdasarkan kualitas informasi yang dapat diberikan untuk membantu peneliti memahami objek penelitian secara mendalam. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* digunakan ketika peneliti menentukan

subjek penelitian yang paling tahu dan paling relevan dengan masalah penelitian.

Berdasarkan prinsip tersebut, penelitian ini menetapkan KH. Muhammad Faiz sebagai informan utama penelitian, karena beliau merupakan subjek daripada penelitian ini dan juga salahsatu narasumber pada program Gapai Kemuliaan CNN Indonesia. Retorika dialogis yang menjadi fokus kajian ini sepenuhnya bersumber dari tuturan, gaya bahasa, dan komunikasi nonverbal beliau selama tayangan berlangsung, sehingga seluruh data primer berupa observasi dan dokumentasi tayangan tetap berpusat pada praktik retorika KH. Muhammad Faiz.

Selain informan utama, penelitian ini juga menetapkan informan pendukung, yaitu seorang penonton tayangan Gapai Kemuliaan. Informan ini dipilih karena memiliki pengalaman langsung menyaksikan program tersebut, sehingga dapat memberikan perspektif audiens mengenai bagaimana pesan dakwah KH. Muhammad Faiz diterima, dipahami, dan dimaknai. Menurut Rahardjo (2011), keberadaan informan pendukung dibutuhkan untuk memberikan perspektif tambahan sehingga analisis menjadi lebih objektif dan komprehensif. Data dari informan pendukung ini digunakan sebagai bahan triangulasi atas hasil observasi peneliti terhadap tayangan, sekaligus membantu memperjelas efektivitas retorika dialogis yang tidak sepenuhnya dapat diukur hanya dari

analisis tayangan semata. Peran informan pendukung ini menjadi penting ketika wawancara langsung dengan KH. Muhammad Faiz tidak dapat terlaksana. Dengan demikian, data dari informan pendukung berfungsi melengkapi dan memperkuat analisis retorika yang bersumber dari observasi tayangan secara langsung.

6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yang saling melengkapi, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, sejalan dengan karakteristik penelitian kualitatif yang menekankan kedalaman makna dan konteks (Sugiyono, 2017).

a. Observasi

Peneliti melakukan observasi melalui pengamatan langsung terhadap tayangan ceramah KH. Muhammad Faiz dalam program Gapai Kemuliaan di CNN Indonesia, guna mengidentifikasi unsur ethos, pathos, dan logos yang muncul, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Peneliti menonton ulang tayangan secara berkala agar setiap detail retorika dapat dianalisis secara akurat. Teknik ini sangat sesuai untuk penelitian yang objeknya berupa tayangan audiovisual (Moleong, 2021).

b. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi dari informan utama yakni KH. Muhammad Faiz dan

informan pendukung. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti memiliki pedoman pertanyaan namun tetap fleksibel mengikuti alur penjelasan informan. Melalui teknik ini, peneliti dapat mengonfirmasi temuan observasi dengan perspektif subjektif informan yang tidak dapat diperoleh dari pengamatan tayangan saja (Rahardjo, 2011).

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data observasi dan wawancara, sekaligus memberikan bukti konkret atas perilaku komunikasi yang dianalisis, seperti bahasa tubuh, pola argumentasi, dan penggunaan referensi agama. Dokumentasi juga mendukung proses triangulasi karena memungkinkan perbandingan data dengan hasil wawancara dan observasi. Teknik ini penting dalam penelitian sosial karena mampu merekam fakta visual dan tekstual sebagaimana adanya (Nazir, 2014: 84).

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diperiksa melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yang merupakan cara umum untuk menguji kredibilitas data kualitatif dengan memeriksa konsistensi informasi dari berbagai sudut pandang (Moleong, 2021).

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan

mengonfirmasi informasi yang diperoleh dari hasil observasi tayangan, dokumentasi berupa transkrip dan arsip program, serta wawancara dengan informan. Dengan membandingkan ketiga sumber tersebut, peneliti dapat memastikan bahwa interpretasi mengenai gaya retorika yang muncul, baik terkait nada suara, pilihan diksi, teknik persuasi, maupun strategi penyampaian, betul-betul mencerminkan praktik nyata, bukan hanya kesimpulan sepihak peneliti.

Sementara itu, triangulasi teknik diterapkan dengan memadukan hasil dari tiga cara pengumpulan data yang digunakan, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil observasi tayangan digunakan untuk mengidentifikasi pola retorika yang tampak secara langsung melalui ekspresi verbal dan nonverbal. Temuan tersebut kemudian dibandingkan dengan hasil wawancara informan, untuk memastikan apakah gaya komunikasi yang teramati memang merupakan strategi yang dirancang, kebiasaan personal, atau bagian dari arahan produksi. Selanjutnya, data dokumentasi berupa transkrip, catatan lapangan, dan arsip tayangan digunakan untuk memverifikasi kembali temuan dari observasi dan wawancara. Dengan memadukan ketiga teknik ini, peneliti dapat melihat apakah suatu kategori retorika muncul secara konsisten di berbagai bentuk data, atau hanya muncul pada satu sumber saja.

8. Teknik Analisis Data

Setelah seluruh data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisisnya secara sistematis. Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri dari empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta verifikasi dan penarikan kesimpulan. Model ini dipilih karena memberikan struktur analisis yang menyeluruh dan fleksibel, sesuai dengan kebutuhan penelitian kualitatif (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah proses menghimpun seluruh informasi yang relevan dengan fokus penelitian, baik melalui observasi, wawancara, dokumen, maupun rekaman video (Creswell & Poth, 2018). Pada penelitian ini, data dihimpun melalui observasi tayangan Gapai Kemuliaan, wawancara dengan informan, serta dokumentasi berupa transkrip ceramah, catatan lapangan, dan arsip media. Data yang terkumpul dipilih berdasarkan keterkaitan dengan unsur retorika Aristoteles, yaitu ethos, pathos, dan logos, serta dinamika penyampaian dakwah di televisi, dan dilakukan secara berkelanjutan sampai memadai untuk dianalisis.

b. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah menjadi informasi yang bermakna, dan dilakukan terus-menerus sepanjang proses penelitian (Gunawan, 2017). Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi bagian penting dari retorika dialogis KH. Muhammad Faiz, seperti pilihan bahasa, gaya intonasi, ekspresi nonverbal, alur argumentasi, dan strategi penyentuhan emosi, sementara data yang tidak relevan dengan fokus penelitian dipisahkan.

c. Penyajian Data

Penyajian data adalah tahap menyusun informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti narasi, tabel, atau alur tematik, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan (Herdiansyah, 2015). Pada tahap ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian naratif, kategori tematik, tabel analisis, dan kutipan transkrip penting yang menggambarkan bentuk ethos, pathos, dan logos dalam retorika dialogis KH. Muhammad Faiz, agar hubungan antar kategori terlihat jelas.

d. Verifikasi

Verifikasi adalah proses melakukan peninjauan ulang, pengecekan konsistensi, dan interpretasi mendalam terhadap

data sehingga menghasilkan kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bersifat berkembang dan diuji secara terus-menerus sepanjang penelitian (Afrizal, 2014). Pada tahap ini, kesimpulan diambil melalui pengecekan ulang data, perbandingan antar temuan, dan konfirmasi dengan sumber data lainnya, sehingga hasil analisis mencerminkan realitas retorika dialogis yang digunakan oleh KH. Muhammad Faiz dalam konteks dakwah televisi.

