

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman sekarang yang merasakan dampak pandemi covid-19 sangat sulit sekali menggelar tabligh akbar, dikarenakan adanya beberapa larangan serta prokes yang harus di taati. Disinilah peran media sosial sebagai media dakwah dengan mendokumentasikan ceramah dalam bentuk video dan audio visual.

Media sosial banyak digandrungi oleh masyarakat terutama dikalangan remaja karena dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Sudah banyak video para ustadz yang berdakwah melalui platform media sosial salah satunya adalah youtube yang dapat diakses oleh siapa saja.

Dakwah merupakan salah satu proses pengembangan umat islam dari zaman dahulu sampai sekarang. Karena dakwah merupakan salah satu jalan yang ditempuh oleh Nabi dan Rasul sejak zaman dahulu kala untuk menyebarkanluaskan agama Islam. Tujuan utama dalam berdakwah adalah mewujudkan kehidupan yang bahagia baik di dunia maupun di akhirat yang di senantiasa di ridhai oleh Allah SWT. Dengan berbagai cara Rasullulah Saw memberikan contoh untuk kita dalam berdakwah kepada umatnya melalui lisan, tulisan maupun perbuatan.

Dakwah ini memiliki beberapa komponen di dalamnya yang saling berkaitan sehingga yaitu seorang Da'i(Subjek), Mad'u(Objek), Maudu(Materi), Ushlub (Metode), Wasilah(Media).

Dari semua komponen tersebut Da'i merupakan komponen yang sangat penting karena merupakan objek dakwah, perannya sangat vital dalam penyampaian pesan dalam berdakwah karena sebelum ia menyampaikan pesan dakwahnya tersebut kepada mad'u, ia harus terlebih dahulu mengamalkan isi pesan tersebut kepada dirinya sendiri. Tak luput juga di zaman sekarang Dakwah tetap konsisten dalam cara penyebaran kajian – kajian keislaman bahkan teknologi di zaman sekarang sangatlah canggih sehingga tidak perlu menggunakan cara seperti yang di contohkan Nabi yaitu melalui perdagangan yang memang dahulu sangatlah efektif dengan menyelipkan bacaan tahlil, tahmid, takbir yang mudah untuk diterima pada saat itu. Namun di zaman sekarang media – media sudah mulai berkembang, kita sudah mampu berkomunikasi dengan orang lain meskipun jarak kita sangatlah jauh, hal ini cukup efektif dengan diselipkannya konten – konten dakwah kepada media – media tertentu.

Da'i harus memikirkan strategi menggunakan metode atau cara yang efektif dalam berdakwah saat ini. Dengan melihat realitasnya di zaman sekarang dimana kegiatan seperti pengajian Tabligh Akbar sudah mulai kurang diminati oleh kaum muda masa kini, mereka cenderung lebih memperhatikan internet, bermain sosial media di rumah ketimbang mengikuti pengajian di masjid, melihat realitasnya masjid di zaman sekarang lebih berisikan bapak – bapak yang sudah tua dan ibu – ibu yang mengaji di sore hari, hanya sedikit saja anak muda yang selalu pergi ke masjid. Disitulah peran da'i masuk dengan menyampaikan syariat islam menggunakan metode content dakwah media sosial bias berbentuk video maupun gambar. Sehingga pesan dakwah tersebut bisa tersampaikan meskipun pelan –

pelan dan tidak terikat waktu dan tempat tetapi sangat efektif karena mereka bisa mengaksesnya kapan saja dan dimana saja, baik sedang makan, bersantai, nongkrong di warkop, tanpa harus mengganggu kegiatan sehari – hari sehingga pemanfaatan media oleh da'i sangatlah penting.

Perkembangan zaman serta teknologi di masa kini membuat penyampaian pesan dakwah tidak hanya dengan ceramah dengan tatap muka secara langsung, namun kegiatan dakwah ini diberikan ruang penyampaian yang bagus dan lebih luas serta efisien dengan menggunakan media sebagai alat penyampainya. Media yang bisa digunakan antara lain media cetak seperti buku, media elektronik berbentuk tulisan seperti artikel, jurnal, berbentuk audio seperti podcast dakwah, serta visual dan audio yang di gabungkan seperti content video dakwah. Semua media tersebut bisa disebut media massa karena seluruh media tersebut di konsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Keunggulan media massa yaitu sangat mudah diakses kapan saja, itu yang menjadi daya tarik bagi masyarakat yang sangat sulit meluangkan waktunya dikarenakan kesibukan yang sangat padat.

Media yang merupakan salah satu komponen kegiatan dalam berdakwah yang disebut wasilah, yaitu sebagai alat atau penghubung da'i dengan mad'u dalam proses penyampaian pesan dakwahnya. Bertujuan agar terciptanya dakwah yang lebih efisien dan praktis dalam pelaksanaannya. Maka efektivitas dakwah melalui berbagai upaya media sebagai upaya dalam penyebaran agama islam sangatlah menjanjikan.

Media sosial adalah media online yang digunakan sebagai sarana interaksi sosial online di internet. Media sosial memungkinkan pengguna untuk

berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, berjejaring, dan melakukan berbagai aktivitas satu sama lain. Media sosial dengan menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Contoh media sosial yang banyak digunakan antara lain YouTube, Facebook, blog, dan Twitter. Lainhalnya dengan kegiatan dakwah pada zaman sekarang, sudah maraknya penggunaan Media Sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dimulai dari kalangan atas hingga kalangan bawah sudah menggunakannya. Itulah yang menjadi dasar terciptanya sebuah ide dakwah Islam melalui media sosial.

Retorika merupakan sebuah disiplin ilmu yang mempelajari seni berbicara yang diperlukan oleh setiap orang terutama bagi seorang komunikator (Rakhmat, 2012: 2). Teori retorika yang digunakan oleh seorang komunikator akan mempermudah ia untuk mempengaruhi khalayak sebagai mana Aristoteles mengasumsikan retorika sebagai seni untuk mempengaruhi orang lain (Effendy, 2013: 55). Sebagaimana dalam kegiatan dakwah, retorika sering kali digunakan untuk menjadikan pesan-pesan dakwah tersampaikan dan dipahami dengan baik oleh Jemaah.

Seorang mubaligh bisa dikatakan sukses dalam berdakwahnya apabila pesan dakwah yang disampaikan bisa mendapatkan hasil yang sangat maksimal atau feedback yang baik dari mubalagh dan ketika menyampaikan pesannya bisa menyentuh hati para pendengar.

Untuk mempengaruhi mubalagh, seorang mubaligh harus menggunakan teknik atau metode dalam menyampaikan pesannya. Salah satu tekniknya yaitu

adalah seni berbicara atau yang bisa kita sebut dengan retorika. Seni berbicara dalam menyampaikan pesan tablighnya.

Retorika merupakan suatu bagian dalam seni tabligh yang dapat kita lihat dan kita rasakan di zaman sekarang dengan banyak sekali gaya penyampaian seorang da'i yang dikemas dengan sangat baik sehingga mampu diterima dengan baik oleh mad'u itu sendiri

Salah satu media massa yang sangat efisien dan banyak peminatnya di zaman sekarang adalah halaman berbagi video atau biasa kita sebut dengan Youtube. Pemanfaat jaringan yang sangat luas membuat youtube banyak diminati baik dari seluruh kalangan. Dengan melihat perkembangan zaman ini pula, para da'i dan juga umat muslim lainnya di tuntut untuk tidak ketinggalan zaman dan mampu beradaptasi dengan media teknologi, jangan sampai buta dengan teknologi atau biasa kita sebut dengan gaptik. Dalam pemanfaat youtube dibuatlah channel dengan konten video mengenai kegiatan berdakwah. Sudah banyak ustadz yang memposting video saat mereka sedang ceramah, salah satunya kanal youtube Ustadz Abdul Somad, Ustadz Yusuf Mansur, dan masih banyak lagi. Tak lupa juga Ustadz yang akan dilakukan penelitian mengenai retorika dakwahnya yaitu Ustadz Rizal Fadli Nurhadi dengan nama channel youtubanya yaitu ABU TAKERU.

ABU TAKERU adalah salah satu dari banyaknya channel youtube ustadz yang banyak mengupload video – video tentang dakwah serta kajian islam. Nama channel ABU TAKERU sendiri di ambil dari dua bahasa yaitu Abu dari bahasa Arab dan Takeru dari bahasa Jepang yang di tuliskan latin. Untuk mempengaruhi mad'u, seorang da'i harus menggunakan teknik atau metode dalam menyampaikan

pesannya. Salah satu teknikny yaitu adalah seni berbicara atau yang bisa kita sebut dengan retorika. Retorika merupakan sebuah disiplin ilmu yang mempelajari seni berbicara yang diperlukan oleh setiap orang terutama bagi seorang komunikator (Rakhmat, 2012: 2).

Ustadz Abu Takeru sendiri mempunyai gaya retorika sendiri dalam menyampaikan pesan tablighnya. Ia cenderung lebih tenang, ramah, selera humornya tinggi, namun kata – kata yang dikeluarkan bisa membuat para mubalagh tergerak hatinya. Dalam channel Youtube pribadinya pun ia sering membagikan motivasi untuk bertaubat, berbagi tips seputar dunia Islam, dan banyak sekali membuat parodi – parodi cerita tokoh kartun, namun dikemas dengan islami. Itulah yang membuat Ustadz Abu Takeru di gandrungi para pemuda yang sedang mencari jati dirinya. Ustadz Abu Takeru juga mempunyai sebuah komunitas bernama Paradise Striver yang dimana mengajak para remaja di seluruh Indonesia untuk berhijrah dengan konsep kartun Anime Jepang yang di masukan kedalam konten islam.

Penelitian mengenai channel youtube ABU TAKERU selaras dengan kompetensi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fokus peneliti yaitu mengenai Khithabah dan I'lam, dengan meneliti Ethos, Phatos, dan Logos dengan memperhatikan disetiap dakwah Ustadz Rizal di channel Youtube ABU TAKERU, sehingga kita mampu memahami retorikanya sehingga mudah di cerna oleh masyarakat.

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan agar setiap civitas akademik komunikasi dan penyiaran islam, mampu memahami gaya retorika dari

dunia publik speaking (*khithabah*) serta media video tabligh (*I'lam*) sebagai salah satu cara dakwah yang sangat efektif guna mengikuti perkembangan zaman dan teknologi.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, sebagai fokus dalam masalah penelitian, yaitu retorika dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel youtube ABU TAKERU. Maka untuk pemecah masalah tersebut, disusunlah beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana ethos dalam dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel ABU TAKERU ?
2. Bagaimana pathos dalam dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel ABU TAKERU ?
3. Bagaimana logos dalam dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel ABU TAKERU ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini, yaitu mampu menerapkan retorika ethos pathos logos dalam setiap isi dari video dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi yang mampu memengaruhi khalayak umum, sehingga mampu mencetak para da'i yang hebat dalam berkemampuan public speaking yang baik kepada masyarakat terlebih lagi di zaman sekarang yang serba canggih dalam dunia teknologi.

Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui :

1. Mengetahui Ethos dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel ABU TAKERU.

2. Mengetahui Phatos dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel ABU TAKERU.
3. Mengetahui Logos dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel ABU TAKERU.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari kajian peneliti ini diharapkan dapat membantu dan memiliki nilai guna secara praktisi dan akademis sebagai berikut :

1. Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan bisa berguna serta bermanfaat bagi para praktisi bahwa kita dapat memberikan kontribusi dan diharapkan dapat menambahkan khazanah ilmu dakwah bagi masyarakat di media sosial yang dapat dijadikan wadah dalam sebuah media dakwah yang efektif.

2. Secara Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna serta bermanfaat dengan memberikan sumbangsih terhadap jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang di persiapkan untuk menjadi seorang da'i yang mampu memberikan wadah dalam dakwah di media sosial serta menerobos dunia teknologi di zaman sekarang sehingga mampu membuat terobosan agar dakwah menjadi lebih efektif.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian yang Relevan

Jika dilihat dari beberapa hasil penelitian yang telah ada sebelumnya penelitian ayng terkait dengan retorika dakwah ustadz baik secara langsung

melalui tabligh akbar atau menganalisis video dakwah di media sosial telah banyak dilakukan. Disini peneliti mengkaji ulang penelitian yang telah ada sebelumnya dalam hal ini untuk menghindari adanya persamaan penelitian. Diantara beberapa penelitian mengenai Retorika Dakwah Ustadz yang telah ada sebelumnya adalah sebagai berikut.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Regi Raisa Rahman (2018) dengan judul penelitian “*Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi Di Video Youtube*”. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini Regi Raisa Rahman menjelaskan tentang retorika dakwah dari ustadz yang sedang booming pada masanya di tahun 2018 yaitu Ustadz Evie Effendi yang terkenal dengan bahasa yang sangat bagus dalam menata kata sehingga enak untuk didengar dan dipahami pada platform digital video yaitu di channel youtube. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi video, kualitatif. Yang melatar belakangi penelitian ini adalah karena pada saat itu Ustadz Evie Effendi banyak di gandrungi oleh kaula muda dalam dakwahnya, tak heran beliau memiliki banyak pengikut dari kalangan remaja karena mempunyai keterampilan retorika yang baik dan cocok di kalangan anak muda zaman sekarang. Meskipun dalam aspek subjek penelitiannya sama dengan peneliti yaitu Retorika Dakwah Ustadz namun objek yang menjadi bahan penelitiannya berbeda.

Kedua, penelitian selanjutnya dilakukan oleh Siti Rosa Farihatul'ain (2017) dengan judul penelitian “*Retorika Tabligh Buya Yahya (Studi Deskriptif di Al-Bahjah TV Online)*”. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam

Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Yang melatar belakangi penelitian ini masih sama yaitu tentang Retorika melalui sebuah media namun yang menjadi pembeda adalah objek penelitiannya.

Ketiga, jurnal tabligh yang dilakukan oleh Nida Farhatun Nisa pak Encep Taufiq Rahman, dan pak Atjep Mukhlis dengan judul “*Retorika K.H. Junaedi Al-Baghdadi Dalam Pengajian Dzikir Manaqib* (Studi Deskriptif pada Pengajian Dzikir Manaqib di Rengasdengklok Kabupaten Karawang)”. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Yang melatar belakangi jurnal ini ialah Retorika Dakwah yang disampaikan secara langsung tatap muka melalui pengajian.

Keempat, penelitian kali ini dilakukan oleh Asep Saeful Millah (2018) dengan judul penelitian yaitu “*Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny*. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Latar belakang dari penelitian ini adalah retorika dakwah dari Ustadz sendiri melalui pengamatan video ceramahnya di media youtube serta melakukan wawancara langsung dengan objek penelitiannya.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Ilna Sri Rahmawati (2017) dengan judul penelitian yaitu “*Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauw Melalui Media Youtube*”. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis isi video di media sosial youtube. Objek yang diteliti yaitu mengenai gaya bahasa, intonasi, Bahasa tubuh (gesture), berbeda dengan fokus kajian dari peneliti.

Keenam, Penelitian kali ini berjudul “*Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hasan Di Media Sosial Instagram @haikalhassan_quote*”. Yang dilakukan oleh Meri Astuti (2019). Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini membahas Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hasan melalui quote quote yang bernuansa islam. Berbeda dengan peneliti yang menggunakan video, penelitian ini mengamati sebuah gambar yang terdapat tulisan yang memiliki makna islami dengan unsur dakwah didalamnya.

NO	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian	Fokus kajian	Perbedaan/Persamaan
1	Regi Raisa Rahman / 2018 / “ <i>Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi Di Video Youtube</i> ”.	Metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi	Untuk mengetahui Retorika dakwah Ustadz Evie Effendi melalui video di platform youtube	Fokus kajian menjadi pembeda dengan penelitian yang dilaksanakan kali ini, adalah pada objek dakwah dari Ustadznya namun persamaannya terletak pada penelitian yang dilakukan di channel youtube
2	Siti Rosa Farihatul’ain / 2017 / “ <i>Retorika Tabligh Buya Yahya (Studi Deskriptif di Al-Bahjah TV Online)</i> ”.	Analisis Deskriptif.	Mengetahui Retorika Buya Yahya pada Al-Bahjah TV Online	Fokus kajian pada penelitian tersebut memang sama dengan yang peneliti lakukan, namun dari objek dan subjek penelitiannya berbeda
3	Nida Farhatun Nisa, Encep Taufiq Rahman, Atjep Mukhlis / 2018 /	Metode Kuantitatif dengan	Meneliti Retorika	Fokus kajian menjadi pembeda dengan penelitian yang

	<i>“Retorika K.H. Junaedi Al-Baghdadi Dalam Pengajian Dzikir Manaqib (Studi Deskriptif pada Pengajian Dzikir Manaqib di Rengasdengklok Kabupaten Karawang)”</i> .	analisis deskriptif	Dakwah K.H. Junaedi Al-Baghdadi pada pengajian dzikir manaqib secara langsung	dilaksanakan kali ini, peneliti berfokus pada Retorika dakwah pada sebuah video di youtube
4	Asep Saeful Millah/2018/ <i>“Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny”</i> .	Metode Kualitatif	Meneliti Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny menggunakan metode dakwah bil hikmah, maw izhah’ hasanah, dan mujadalah	Fokus kajian menjadi pembeda dengan penelitian yang dilaksanakan serta teori yang dipakai pun berbeda dengan peneliti namun persamaannya yaitu meneliti retorika
5	Ilna Sri Rahmawati/2017/ <i>“Gaya Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauw Melalui Media Youtube”</i> .	Metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi	Meneliti Retorika dakwah Ustadz Felix Siauw melalui video di platform media sosial youtube	Fokus kajian dan objek penelitian menjadi pembeda dengan penelitian yang dilaksanakan. Namun media sosial yang digunakan untuk meneliti retorika terdapat kesamaan
6	Meri Astuti/2019/ <i>“Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hasan Di Media Sosial Instagram @haikalhassan_quote”</i> .	Metode Kualitatif Analisis Isi	Meneliti Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hasan di media sosial Instagram	Fokus dan objek penelitian menjadi pembeda dengan peneliti serta media sosial yang di gunakan, namun terdapat kesamaan dalam meneliti retorika dakwah

Tabel 1. 1 Perbandingan yang relevan

2. Kerangka Konseptual

Retorika merupakan sebuah disiplin ilmu yang mempelajari seni berbicara yang diperlukan oleh setiap orang terutama bagi seorang komunikator (Rakhmat, 2012: 2). Teori retorika yang digunakan oleh seorang komunikator akan mempermudah ia untuk mempengaruhi khalayak sebagai mana Aristoteles mengasumsikan retorika sebagai seni untuk mempengaruhi orang lain (Effendy, 2013: 55).

Ethos berasal dari Bahasa Yunani kuno yang berarti ciri khas atau karakter yang dimiliki oleh sebuah kelompok, bangsa, suku. Namun beberapa filsuf mengartikannya dengan beberapa hal yang berbeda, *Aristoteles* menggunakan ethos sebagai seseorang yang ingin mempengaruhi orang lain dengan tujuan agar orang itu mau atau bersedia tahu, setuju dan akhirnya melakukan apa yang diinginkan orang tersebut.

Berdasarkan konsep penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bahwa kerangka konseptual harus menjadi acuan dalam penelitian terkait dalam Retorika Dakwah seorang ustadz yang sedang diteliti saat ini.

a. Ethos

Ethos adalah kredibilitas yang dimiliki oleh seorang pemimpin atau pembicara yang merujuk pada keahlian (kompetensi) yang dimiliki atau yang sudah diakui oleh orang lain. Dengan demikian maka apa yang di katakan atau dikemukakan oleh orang tersebut terkait dengan bidang keilmuannya, orang yang mendengarpun tidak akan meragukan atau mempertanyakannya.

b. Phatos

Phatos adalah personal branding, penampilan yang tepat dan menarik, kecakapan dalam berbicara di depan publik, Gerakan tubuh dan mimik muka, serta ciri khas lainnya dalam diri si pembicara, mempengaruhi emosi dan perasaan pihak lain dengan memanfaatkan modal apa yang kita punya.

c. Logos

Logos adalah penggunaan logika, yaitu dapat dengan menggunakan argumentasi atau suatu alasan yang berbobot dan bisa diterima oleh pihak lain. Namun argumentasi itu harus didukung oleh rujukan yang tepat dan kuat. Aristoteles juga menyebutkan bahwa ada lima hukum dasar dalam penyusunan retorika (*The Five Canons Of Rhetoric*).

Penerapan lima hukum dasar retorika ini adalah :

1) *Inventio* (Penemuan)

Menurut Aristoteles yang dimaksud dengan penemuan adalah pembicara terlebih dahulu melakukan riset terhadap khalayak agar dapat menentukan tujuan serta topik yang tepat yang dilakukan untuk metode persuasi terhadap khalayak.

2) *Dispositio* (Penyusunan)

Pembicara senantiasa harus mengorganisasikan pesan atau menyusun pesan. Aristoteles menyebutkan ada tiga bagian dalam penyusunan pesan yaitu pendahuluan, badan dan kesimpulan. (Onong Uchjana, 2013, hal.55)

3) *Elucatio* (Gaya)

Seorang komunikator harus menggunakan bahasa yang sesuai untuk menyampaikan pesannya. Aristoteles menganjurkan agar memilih diksi yang tepat, jelas, dan langsung sampaikan kalimat indah dan hidup.

4) *Memoria* (Memori)

Pembicara harus mengingat apa yang disampaikan dengan mengatur bahan materi dan pesan yang disampaikan.

5) *Pronuntiatio* (Penyampaian)

Komunikator menyampaikan pesan yang telah disiapkan secara lisan kepada khalayak, selain bermain kata dan vocal, juga harus memainkan gesture tubuh, mimik muka agar tidak monoton dan mendapat perhatian dari khalayak

3. Kerangka Teoritis

Dalam proses dakwah media yang dapat digunakan meliputi beberapa macam yaitu lisan, tulisan, audiovisual dan akhlak. Dalam media youtube yang dipergunakan adalah audiovisual mengacu pada indra pendengaran dan penglihatan. Dalam channel youtube yang di teliti pada Ustadz Rizal Fadli Nurhadi dilakukan penelitian terhadap retorika dari setiap video dakwahnya, menggunakan teori retorika dari Aristoteles yaitu ethos, phatos dan logos.

Menurut Aristoteles, retorika adalah seni berbicara untuk mempengaruhi orang lain (Onong, 2013:55). Aristoteles adalah murid Plato yang paling cerdas. Dia menulis tiga jilid berjudul *De Arte Rhetorica*. Sejak

Aristoteles, ada lima tahap yang membentuk wacana yang dikenal sebagai Lima Aturan Retorika (Lima Hukum Retorika): Pertama, Inventio (penemuan). Tujuan dari temuan di sini adalah agar pembicara menyelidiki atau menggali lebih dalam topik di depan audiens dengan tujuan mengetahui cara persuasi yang paling tepat. Pada fase ini, komunikator menetapkan tujuan dan mengumpulkan materi yang memenuhi kebutuhan audiens (Jalaluddin Rakhmat, 2011: 7). Koordinasi di sini berarti pembicara harus mengorganisasikan pesan. Jika tidak, Aristoteles menyebutnya sebagai klasifikasi atau pembagian (Rahmat, 2011:7). Ia menyusun pembagian menjadi tiga bagian: prolegomena, teks dan kesimpulan (Onong, 2013: 55). Menurutnya, referensi dapat digunakan sebagai upaya untuk menarik perhatian masyarakat umum, mempromosikan kredibilitas dan menjelaskan tujuannya. Ketiga, Elucio (gaya). Pada titik ini, pembicara menggunakan bahasa yang tepat untuk menyampaikan pesan. Aristoteles berkata: pilihlah pidato yang jelas dan langsung. Ini menyampaikan frase yang indah, mulia dan hidup. Dan itu menyesuaikan bahasa dengan pesan, audiens dan pembicara” (Rachmat, 2011: 8). Keempat, kenangan (ingatan). Pada titik ini, pembicara harus mengingat apa yang perlu dikomunikasikan melalui pengaturan dokumen dan pesan. semua sisa-sisa retorika klasik, ingatannya kurang jelas Quinta, Pronuntiatio (parto). pandai mengkomunikasikan pesan dengan cara yang tidak monoton, pembicara harus pandai mengatur ucapan, memanipulasi suara dan gerak tubuh (Ridwan, 2013: 5253).

F. Langkah – Langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Retorika Dakwah seorang Ustadz di channel Youtube, beliau adalah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi atau biasa dikenal dengan sebutan Ustadz Abu Takeru. Channel Youtube ABU TAKERU sendiri memiliki pengikut sebesar 15,5 ribu subscriber.

2. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, mengamati video platform youtube yang berkaitan dengan dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi kemudian meneliti gaya Retorika dakwahnya sehingga digandrungi anak muda.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah memahami subjek penelitian melalui gambaran yang menyeluruh serta membuat gambaran secara sistematis, faktual, serta akurat sesuai dengan fakta dan sifat tertentu. Penelitian kualitatif adalah Teknik pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci dan hasilnya lebih menekankan makna daripada generalisasi (Anggito & Setiawan, 2018: 8). Pendekatan kualitatif tidak menggunakan statistik melainkan melalui teknik pengumpulan data, analisis dan kemudian di interpretasikan.

4. Metode Penelitian

Metode yang di gunakan oleh peneliti adalah deskriptif, dimana peneliti mengamati dan melakukan pengumpulan data dengan observasi kepada platform youtube. Menganalisis video di channel ABU TAKERU.

5. Jenis data dan sumber data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Ada dua jenis data yang bisa diambil dalam penelitian ini yaitu :

1) Jenis Data Primer

Data primer adalah data utama penelitian, dalam hal ini yaitu video dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi channel youtube ABU TAKERU

2) Jenis Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang terkait dengan data primer, seperti Instagram Ustadz Rizal Fadli Nurhadi.

b. Sumber data

a) Sumber Data Primer

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu, channel youtube dari Ustadz Rizal Fadli Nurhadi itu sendiri yaitu ABU TAKERU

b) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang menempel pada data primer.

c. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah bagian yang penting dalam melakukan penelitian. Pentingnya pengumpulan data dalam suatu penelitian yaitu mampu merencanakan dengan baik apa yang akan di teliti dari penelitian tersebut.

Seorang peneliti harus meyakinkan bahwa pengumpulan data pada penelitiannya dapat dikumpulkan. Studi analisis yang peneliti lakukan adalah menggunakan studi dokumentasi dan observasi sebagai Teknik pengumpulan data.

Studi dokumentasi dilakukan yaitu dengan cara menghimpun berbagai macam data yang berkaitan dengan pembahasan dari penelitian ini, penghimpunan data yang mendapatkan data primer dan sekunder yang kemudian dijadikan tinjauan Pustaka dan bahan analisis. Subjeknya terdapat pada suatu media yang dibuat langsung oleh sumber yang bersangkutan.

d. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

Pertama, menonton dan mengamati berbagai konten video dakwah Ustadz Rizal Fadli Nurhadi di channel youtubenanya sendiri yaitu ABU TAKERU

Kedua, mengklasifikasikan data yang telah didapat setelah mengamati sesuai dengan jenis dan kategorinya

Ketiga, mendisplay serta mendeskripsikan data-data yang sudah ada

Keempat, menyimpulkan, yaitu menghubungkan satu data dengan data yang lain.

Data penelitian akan dilakukan dengan proses analisis data studi dokumentasi terlebih dahulu kemudian melakukan studi kepustakaan sebagai pembandingan dengan objek penelitian yang sedang diteliti.

Penyajian data dilakukan setelah semua data terkumpul dan melakukan penyeleksian dengan menggunakan teori retorika dakwah untuk memperoleh kesimpulan diakhir penelitian.

Menyeleksi data dari semua hasil yang sudah diteliti sehingga menyimpulkannya secara objektif.

