

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan media massa kini telah membawa perubahan besar terhadap cara menyampaikan pesan keagamaan atau berdakwah. Media massa seperti televisi menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas.

Diantara stasiun televisi yang aktif dalam upaya menyiarkan program dakwah adalah stasiun televisi TV One. TV One memiliki peran aktif dalam proses dakwah melalui produksi program-program religi salah satunya yaitu program “Damai Indonesiaku”. Program “Damai Indonesiaku” merupakan ceramah dengan konsep tabligh akbar secara tatap muka langsung sehingga audiens dapat mendengar ceramah dan bertanya seputar topik yang dibahas kepada ustaz yang sedang mengisi program tersebut.

KH. Asep Sudarman atau akrab dengan sapaan ustaz Asep Anom adalah seorang ulama yang aktif dalam berdakwah. Beliau selalu diundang untuk mengisi ceramah di majelis ta’lim, sekolah-sekolah atau pondok-pondok pesantren yang ada di Jawa Barat. Ustaz Asep Anom dikenal sebagai sosok mubaligh yang memiliki tutur bahasa yang baik, kental dengan bahasa Sunda halus namun dimengerti oleh banyak orang sehingga

jama'ah tertarik untuk mendengarkan ceramahnya. Beliau juga terkadang menggunakan rima dalam menyampaikan ceramahnya seperti "*semua didoakan hidupnya barokah, rizki berlimpah, doa di ijabah, putra-putri soleh solehah*".

Sebagai seorang mubaligh, ustaz Asep Anom tidak hanya tampil di majelis ta'lim, sekolah, atau pondok pesantren saja. Namun beliau aktif di media penyiaran yang masih menarik minat masyarakat hingga saat ini, yaitu televisi. Salah satu stasiun televisi yang membuat ustaz Asep Anom dikenal diantaranya TV One dengan program "Damai Indonesiaku". Melalui televisi beliau memiliki nama branding yang dikenal, yakni ustaz AA atau Asep Anom.

Ustaz Asep Anom memiliki pembawaan yang menarik ketika menyampaikan ceramah. Beliau memiliki suara yang lembut tetapi lugas dalam menjelaskan yang membuat jamaah tertarik untuk mendengarkan ceramah-ceramah beliau di program "Damai Indonesiaku". Dari segi pakaian beliau memiliki ciri khas yaitu semi formal dengan menggunakan pakaian koko *full colour* yang dilengkapi dengan jubah, sorban yang dikalungkan di bagian bahu, serta menggunakan peci hitam membuat ustaz Asep Anom terlihat *stylish* dan berwibawa. Selain itu ustaz Asep Anom memiliki pelafalan yang lugas ketika membaca ayat al-qur'an ataupun hadits.

Alasan peneliti membahas tentang retorika ustaz Asep Anom, karena peneliti melihat penyampaian materi dakwah yang dibawakan oleh

ustaz Asep Anom mudah dipahami dan selalu diselingi dengan humor sehingga tidak membuat jemaah bosan saat mendengarkan ceramah beliau. Hampir semua materi ceramah yang disampaikan ustaz Asep Anom di program “Damai Indonesiaku” masuk ke semua kalangan mulai dari anak-anak muda hingga orang tua baik bapak-bapak atau ibu-ibu. Hal ini karena ustaz Asep Anom mampu menyesuaikan penggunaan bahasa ketika berhadapan dengan jemaahnya. Kemampuan menyampaikan dakwah ustaz Asep Anom yang bagus seperti pembacaan ayat al-qur’an yang baik, mimik muka yang tepat, serta penggunaan intonasi suara yang tegas dan lugas menjadi suatu hal yang membuat peneliti tertarik melakukan penelitian tentang retorika dakwahnya.

Retorika dakwah adalah keterampilan menyampaikan ajaran Islam secara lisan untuk memberikan pemahaman yang benar kepada umat muslim, agar mereka bisa memahami dan menerima seruan dakwah Islam. Keberhasilan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada jemaah sangat ditentukan oleh mubaligh dalam menyampaikan pesan kepada jemaahnya, sehingga membuat orang yang mendengarkannya merasa tertarik dan senang serta mampu memberikan pemahaman kepada jemaah tentang pesan yang disampaikan oleh mubaligh.

Dakwah bertujuan untuk *amar ma’ruf nahi munkar*. Dakwah diselenggarakan dengan kebijaksanaan, anjuran yang baik, dan perdebatan yang santun. Dakwah dilaksanakan dengan memberi peringatan, bukan dengan paksaan apalagi kekerasan. Karena itu, retorika persuasif menjadi

sangat penting bagi dakwah. Lebih dari itu, retorika sangat penting bagi kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya.

Meskipun retorika telah menjadi bagian yang signifikan dalam upaya menyampaikan dakwah, namun penting untuk memahami bagaimana retorika digunakan untuk mempengaruhi dan membentuk persepsi agama masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang peran retorika dalam konteks dakwah dan bagaimana penggunaannya dapat ditingkatkan untuk mencapai dampak yang lebih positif dalam menyebarkan dakwah di masyarakat.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana *Ethos* Ustaz Asep Anom dalam program acara Damai Indonesiaku?
2. Bagaimana *Phatos* Ustaz Asep Anom dalam program acara Damai Indonesiaku?
3. Bagaimana *Logos* Ustaz Asep Anom dalam program acara Damai Indonesiaku?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *Ethos* Ustaz Asep Anom dalam program acara Damai Indonesiaku.
2. Untuk mengetahui *Phatos* Ustaz Asep Anom dalam program acara Damai Indonesiaku.

3. Untuk mengetahui *Logos* Ustaz Asep Anom dalam program acara Damai Indonesiaku.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Kegunaan secara akademis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran, khazanah ilmu pengetahuan tentang retorika seorang da'i dalam berdakwah di tengah masyarakat.

2. Kegunaan secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan tentang retorika khususnya bagi penulis umumnya bagi pembaca, serta bisa menarik minat pembaca untuk penelitian selanjutnya terkait fenomena dan permasalahan yang sama.

E. Landasan Penelitian

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori retorika Aristoteles. Teori Retorika merupakan sebuah teori komunikasi persuasi yang dimiliki pembicara untuk mempengaruhi khalayaknya. Retorika awalnya merupakan seni berbicara di Yunani yang digunakan oleh orator untuk berpidato. Aristoteles seorang filsuf Yunani berkontribusi besar dalam penerapan ilmu-ilmu retorika di dalam komunikasi publik. Menurut defisini Aristoteles, retorika adalah kemampuan untuk mempraktekan, pada

berbagai kondisi, cara-cara persuasi yang tersedia. Dengan mengemukakan definisi ini, Aristoteles mengubah posisi retorika dari semata-mata sebuah praktek berpidato atau berorasi menjadi sebuah proses kreatif. Tiga poin utama dalam retorika Aristoteles yaitu:

a) *Ethos* (kepribadian atau karakter personal pembicara)

Dalam kajian retorika bahwa *ethos* merupakan potensi persuasif pada karakter dan kredibilitas personal pembicara (Ma'arif, 2015: 9). Dengan demikian secara *ethos*, kepribadian pembicara menjadi poin penting dalam kesuksesan berretorika seseorang. *Ethos* adalah *source credibility* (kredibilitas sumber), yakni kepercayaan yang dimiliki atau yang harus ada pada seorang pembicara yang dapat mempengaruhi *audience* agar retorika bisa membekas dan meninggalkan kesan (Higgin & Walker, 2012: 194). Ketika seorang pembicara mempunyai *ethos* yang kuat, *audience* lebih cenderung untuk percaya dan menerima pesan atau argument yang disampaikan oleh orang tersebut. Aristoteles dalam kesimpulannya menjelaskan bahwa masyarakat Yunani dapat mempercayai pembicara publik ketika mempunyai tiga hal yaitu *phronesis* (mengetahui baik dan buruk), *arete* (moderat antara sikap-sikap ekstrem), dan *eunomia* (berorientasi pada kepentingan audiens). (Ma'arif, 2019: 10).

b) *Pathos* (Ikatan Emosional Khalayak)

Aristoteles mengemukakan bahwa *pathos* mempunyai arti sebagai perasaan atau emosi jiwa dan Aristoteles menekankan pada persuasi

emosi pendengar (Ma'arif, 2019: 25). Pathos pada intinya yaitu seorang pembicara harus bisa mempengaruhi emosi komunikan atau imbauan emosional dimana melibatkan perasaan pendengar untuk menarik simpati dan empati mereka kepadanya. Pathos adalah sisi daya tarik emosional yang menyerta isi argument dari sisi logos dan kompetensi komunikator dari sisi ethos. Dimana aspek ini mempengaruhi kepada psikologi massa, mempermainkan perasaan pendengar, baik itu bahagia, sedih, takut, dan lain-lain. (Abidin, 2013: 17). Dengan demikian seorang orator harus bisa mempengaruhi emosi audiensnya dengan cara mengenal emosi pendengar dan merekayasanya. Oleh karena itu, seorang orator atau komunikator harus pandai membaca psikologis dari audiensnya supaya bisa mempersuasi ke dalam jiwa audiensnya tersebut. Aristoteles menekankan pada jiwa audiens melalui dua unsur yaitu emosi (pembangkit dan peredamnya) dan karakter audiens.

c) *Logos* (Logis/masuk akal)

Aristoteles mengartikan bahwa *logos* merupakan argumentasi dan logika dalam beretorika. Dengan demikian *logos* merupakan format pesan yang harus dibuat dan disampaikan oleh seorang orator untuk mempersuasi audiensnya (Ma'arif, 2019: 44). *Logos* adalah pemilihan kata, kalimat, atau emosi ungkapan dari seorang pembicara dengan baik dan benar yang memiliki bukti konkrit atas apa yang disampaikan kepada audience. Aristoteles menekankan bahwa isi pembicaraan seorang pembicara harus mencakup sampel atau perumpamaan (*example*),

adagium atau peribahasa (*maxim*), dan argumenasi retorik (*enthymeme*) (Ma'arif, 2019: 44).

2. Kerangka Konseptual

Retorika merupakan seni dan ilmu berbicara yang bertujuan untuk mempengaruhi, meyakinkan, dan memanipulasi pikiran dan perasaan audiens melalui penggunaan bahasa yang efektif dan persuasif. Retorika melibatkan penggunaan strategi komunikasi yang cermat dalam menyusun argumen dan pesan agar mencapai tujuan tertentu. Dalam era informasi dan komunikasi yang semakin kompleks, retorika tetap relevan sebagai alat penting untuk memahami bagaimana bahasa dan komunikasi dapat digunakan untuk mempengaruhi opini, sikap, dan tindakan orang lain. Memahami retorika memungkinkan individu untuk menjadi audiens yang kritis dan komunikator yang lebih efektif dalam berbagai konteks komunikasi.

Dakwah adalah mengajak manusia kepada jalan Allah secara menyeluruh, baik dengan lisan, tulisan, maupun dengan perbuatan sebagai ikhtiar (upaya) muslim mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan pribadi (*syahsiyah*), keluarga (*usrah*), dan masyarakat (*jama'ah*) dalam semua segi kehidupan secara menyeluruh sehingga terwujud khairul ummah (masyarakat madani) (Enjang, 2009: 44). Dakwah juga diartikan sebagai seruan atau ajakan kepada jalan kebaikan. Secara istilah dakwah merupakan proses islamisasi, yakni suatu usaha untuk mempertahankan keislaman setiap manusia yang beragama Islam

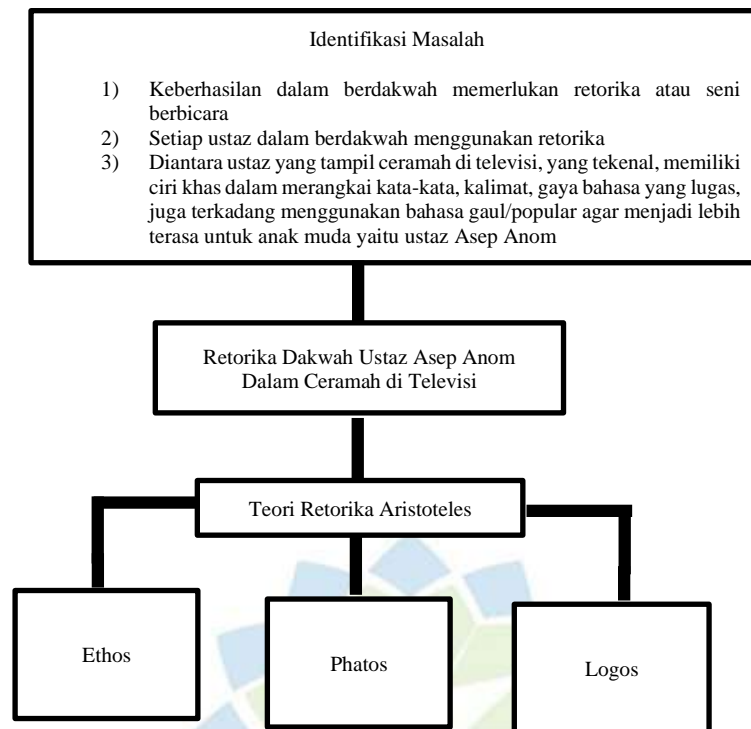
serta suatu proses pengupayaan seseorang yang ingkar agar kembali meyakini dan mengamalkan ajaran Islam (Sukayat, 2009: 2). Tujuan dakwah Islam yakni untuk merubah sikap buruk seseorang menjadi lebih baik, serta memberi pemahaman agar senantiasa ingat dan patuh pada perintah Allah. Hal ini selaras dengan tujuan Islam sendiri yaitu adanya perubahan (transformasi) sikap kemanusiaan dari objek dakwah (Ismail, 2011: 58). Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan yang di dalamnya melibatkan unsur-unsur tertentu agar tercapainya suatu tujuan dakwah.

Ceramah merupakan bentuk dari kegiatan dakwah. Definisi ceramah yaitu sebuah kegiatan berbicara di depan khalayak umum atau kelompok orang dengan tujuan untuk menyampaikan informasi, pengetahuan dan pemikiran tertentu (Nurdin, 2007: 38). Ceramah biasanya dilakukan oleh seorang pembicara yang memiliki keahlian, pengalaman, atau pengetahuan dalam topik yang dibahas. Ceramah memiliki peran penting dalam mendidik, menginspirasi, atau mengubah pandangan dan sikap pendengar. Karena tujuan utama dari ceramah adalah untuk memberikan pemahaman atau pencerahan kepada pendengar tentang suatu topik tertentu (Nurdin, 2007: 39). Topik ceramah dapat bervariasi, meliputi bidang pendidikan, agama, politik, ilmu pengetahuan, kesehatan, motivasi, seni, dan lainnya.

Televisi adalah medium komunikasi yang memanfaatkan sinyal elektromagnetik untuk mentransmisikan gambar bergerak, suara, dan informasi visual kepada audiens yang tersebar luas. Sebagai salah satu inovasi teknologi terpenting dalam sejarah media massa, televisi telah

mengubah cara manusia mendapatkan informasi, hiburan, dan edukasi. Televisi sebagai alat komunikasi massa memiliki empat fungsi yang meliputi fungsi *to inform*, *to educate*, *to entertain*, dan *to influence*. *To inform*, artinya televisi sebagai penyampai berita, peristiwa, gagasan yang bersifat actual (baru), *to educate* artinya apa yang disampaikan dapat menambah pengembangan intelektual, pembentukan watak, penambahan keterampilan, dan mampu memecahkan masalah di kalangan masyarakat, *to entertain* televisi bisa memberikan hiburan, menghilangkan ketegangan, penat dan lebih santai, dan *to influence* yaitu televisi mampu mempengaruhi pendapat, pikiran bahkan perilaku masyarakat, bahkan media yang memiliki kemandirian (independent) akan mampu bersuara atau berpendapat dan bebas melakukan pengawasan sosial (Afdjani, 2014: 156-157).

Televisi sebagai sumber informasi dan hiburan tentu memberikan banyak manfaat untuk penontonnya. Namun, televisi juga seringkali dijadikan sebagai alat untuk mengangkat isu-isu politik, sosial atau ekonomi. Sehingga kita perlu bijak dalam menonton televisi, diantaranya lebih baik menonton televisi yang memiliki program religi.



Gambar 1.1. Landasan Konseptual

3. Penelitian Relevan

Pertama. Skripsi Muhammad Fauzi Nurdin pada tahun 2022 dengan judul **“Retorika Dakwah Ustadz Zaky Mubarak Dalam Program Aksi Asia di Indosiar”**. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui retorika dakwah ustaz Zaky Mubarak dalam program acara “Aksi Asia” di Indosiar. Persamaannya adalah objek penelitian dan teori penelitian dan perbedaannya terdapat pada subjek penelitian.

Kedua, penelitian skripsi Nazhiva Silviana pada tahun 2022 dengan judul **“Retorika Pendakwah Haneen Akira Pada Generasi Z di Youtube”**. Persamaannya terletak pada jenis penelitian yang sama yaitu kualitatif, perbedaannya terdapat pada teori yang digunakan.

Ketiga, penelitian skripsi Anugerah Shilah Suci dengan judul **“Retorika Ustaz Asep Sudarman (Asep Anom) di Radio Dahlia 101,5 FM Bandung”**. Persamaannya terletak pada objek penelitian dan subjek penelitian yang sama, hanya saja perbedaannya penelitian anugerah yaitu pada program radio, sedangkan penelitian penulis pada program televisi.

Tabel 1.1 Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama	Judul	Metode	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Fauzi Nurdin, 2022, Skripsi	Retorika Dakwah Ustaz Zaky Mubarak Dalam Program Acara Aksi Asia di Indosiar	Deskriptif	Meneliti retorika, teori dan metode sama	Subjek penelitian
2.	Nazhiva Silviana, 2022, Skripsi	Retorika Pendakwah Haneen Akira Pada Generasi Z di Youtube	Deskriptif	Meneliti retorika, pendekatan dan metode sama	Teori yang digunakan
3.	Anugerah Shilah Suci, 2020, Skripsi	Retorika Ustaz Asep Sudarman (Asep Anom) di Radio Dahlia 101,5 FM Bandung	Deskriptif	Meneliti retorika, teori dan metode sama	Media yang diteliti
4.	Regi Raisa Rahman, Atjep Muhlis, Acep Aripudin 2019, Jurnal	Retorika Ustaz Evie Effendi di Video Youtube	Deskriptif	Meneliti retorika, teori dan metode sama	Jenis penelitian
5.	Irmawati, 2021, Tesis	Retorika Dakwah Ustaz Das'Ad Latief di Youtube (Studi Dramatisme dan Resepsi Khalayak kota Pare-Pare)	Deskriptif	Meneliti retorika, pendekatan sama	Jenis penelitian

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek peneliti memilih ustaz Asep Anom selaku pendakwah yang berdomisili di kota Bandung, tepatnya di Komp. Bumi Panyileukan Blok C11/No 3. Peneliti memilih ustaz Asep Anom sebagai objek penelitian karena ustaz Asep Anom merupakan sosok da'i atau mubaligh kondang yang tinggal di kota Bandung. Ustaz memiliki ciri khas yaitu kemampuan merangkai kata dalam mempengaruhi jamaah, beliau juga sering diundang untuk tampil di televisi seperti dalam program cahaya qolbu di TVRI Jawa Barat dan Damai Indonesiaku di TV One.

2. Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis meneguhkan asumsi bahwa setiap individu pasti berusaha memahami dunia tempat mereka hidup dan bekerja. Mereka mengembangkan makna-makna subjektif atas pengalaman mereka, makna yang diarahkan pada objek atau benda tertentu (Cresswell, 2010: 11). Melalui paradigma ini peneliti mendapatkan pemahaman mengenai retorika ustaz Asep Anom.

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan penelitian. Pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, tertulis, atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moeleong, 2018: 3). Peneliti menggunakan kualitatif ini untuk dapat mendeskripsikan seluruh data tentang ustaz Asep Anom ketika ceramah

3. Metodologi Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Data-data yang ditemukan dalam penelitian ini menggambarkan secara deskripsi tentang suatu subjek atau fenomena yang terjadi. Sehingga penelitian ini menghasilkan gambaran kualitatif dan analisis deskriptif mengenai retorika dakwah ustaz Asep Anom dalam program “Damai Indoesiaku”. Metode ini berisi uraian berupa kata-kata dan buka berupa angka-angka.

4. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data adalah data kualitatif, yaitu data yang disajikan dengan menggunakan kata-kata untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Adapun jenis data dalam penelitian ini berkaitan dengan retorika dakwah ustaz Asep Anom sebagai objek penelitian. Maka hasil penelitian akan diuraikan dalam bentuk kata-kata, perilaku yang terklasifikasikan dalam data primer dan data sekunder.

2) Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini merupakan gabungan data yang diperoleh langsung dari sumber utama atau informan melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara dan observasi juga observasi yang dilakukan melalui video youtube. Pada penelitian ini wawancara langsung dilakukan kepada ustaz Asep Anom. Sedangkan

observasi dilakukan terhadap ceramah ustaz Asep Anom pada siaran program “Damai Indonesiaku” di TV One yang sudah di upload pada kanal youtube TV One yaitu religiOne. Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, peneliti mengkaji ulang data-data yang sudah melalui arsip dokumen, artikel terkait retorika dakwah dan televisi sebagai media dakwah, atau sumber bacaan berupa buku dan jurnal yang relevan dengan objek penelitian.

5. Informan

Informan yang dijadikan sebagai sumber informasi dalam penelitian ini adalah ustaz Asep Anom selaku penceramah yang aktif tampil di program “Damai Indonesiaku”. Kemudian mas Agung Izzulhaq selaku informan tambahan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangat diperlukan dalam penelitian demi memenuhi prosedur penelitian yang lengkap. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yaitu pengambilan data langsung melalui pengamatan, pencatatan sistematis dan fenomena-fenomena yang diselidiki langsung dengan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan. (Moleong, 2018) Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan cara mengamati retorika dakwah Ustaz Asep Anom yang meliputi *ethos*, *pathos*, *logos*. Peneliti mulai mengamati video dakwah yang berasal

dari media Youtube religiOne serta mengamati pada beberapa pengajian ustaz Asep Anom secara offline yang ada di kota Bandung.

2. Dokumentasi

Dalam dokumentasi, peneliti melakukan penelusuran data objek penelitian serta melihat sejauh mana proses yang berjalan terdokumentasi dengan baik. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dan keterangan yang berhubungan dengan penelitian menggunakan dokumen (Usman, 1996). Dokumentasi yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah rekaman video ceramah Ustaz Asep Anom pada saat ceramah di program “Damai Indonesiaku”.

3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti dalam mengumpulkan data mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kegiatan wawancara kepada ustaz Asep Anom sebagai objek utama dalam penelitian, kemudian wawancara online juga dilakukan kepada mas Agung Izzulhaq melalui rekaman suara selaku informan tambahan.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik yang digunakan adalah **triangulasi data** yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Lexy J. Moleong, 2018). Uji keabsahan melalui triangulasi ini digunakan karena untuk menguji validitas data dan informasi tidak dapat dilakukan melalui

alat statistik. Teknik ini menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data yang sudah ada.

8. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten analisis yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan. Orang-orang dan perilaku yang dapat diamati kemudian digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, sehingga data yang diperoleh di deskripsikan secara rasional dan objektif yaitu menurut apa adanya, sesuai dengan kenyataan, selanjutnya peneliti mengadakan penafsiran-penafsiran secukupnya sebagai usaha untuk memahami kenyataan terhadap masalah-masalah yang ada. Dengan demikian secara sistematis Langkah-langkah analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh atau mengumpulkan data-data yang telah di proses dari hasil dokumentasi berupa video melalui youtube.
2. Mentransfer video kedalam bentuk kata-kata.
3. Melakukan interpretasi secukupnya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah.