

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Manusia ialah makhluk tuhan yang diciptakan sebagai makhluk sosial yang selalu berinteraksi satu sama lain. Setiap manusia harus mampu berbicara dan mengungkapkan pikiran, gagasan, dan perasaannya. baik mahir dalam mencatat informasi yang diperoleh maupun dalam mengkomunikasikan informasi yang diterima. Kemampuan berbicara sangat penting dalam kehidupan sosial dan budaya. Berbicara adalah bentuk komunikasi yang kuat dan efisien.

Berbicara yang dapat meninggikan taraf keberadaan antar satu dengan yang lain itu bukan hanya sekedar asal berbicara. Dengan bicara yang *attractive, informatif, recreative, persuasive* memerlukan taktik atau pendekatan tertentu. Berbicara secara luas dapat didefinisikan sebagai tindakan mengkomunikasikan maksud gagasan, emosi, dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa lisan agar maksud tersebut dapat dipahami oleh orang lain. (Haryadi dan Zamzani, 2000: 72).

Berbicara dengan baik memiliki banyak keuntungan yang langsung terlihat, antara lain memfasilitasi interaksi interpersonal, memfasilitasi penyampaian berbagai jenis informasi, meningkatkan kepercayaan diri, dan meningkatkan otoritas diri (Musaba, 2012: 13). Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan seseorang adalah kemampuannya untuk berbicara di depan umum dan presentasi verbal, terutama bagi mereka yang berada dalam posisi yang membutuhkan interaksi dengan orang lain. Karena manusia harus mengekspresikan diri melalui keterampilan berbicara dan presentasi agar dapat berkomunikasi sebagai makhluk hidup.

Orang-orang dalam pekerjaan yang mengharuskan mereka menghasilkan ide, melakukan analisis, atau berinteraksi dengan sekelompok orang harus mampu berbicara di depan banyak orang. Keterampilan berbicara dan presentasi di depan umum diperlukan untuk banyak karier di berbagai tahap pertumbuhan. Politisi, pejabat pemerintah, eksekutif bisnis, manajer, anggota staf, ilmuwan, pengusaha, dan guru semuanya pasti perlu berbicara atau hadir di depan sekelompok orang di beberapa titik, dan seberapa baik mereka melakukannya akan memengaruhi karier dan pribadi mereka. hidup baik secara langsung maupun tidak langsung. Seorang pembicara yang efektif yang dapat menginspirasi orang dan menyampaikan ajaran agama yang sehat adalah kualitas yang diperlukan seorang pemimpin. Seperti halnya sebagai seorang pemimpin Rasulullah SAW memiliki sifat *tabligh*, yaitu menyampaikan.

Sebagai seorang pemimpin, harus berkepribadian, cerdas, mampu mendelegasikan wewenang, dan mampu bekerja sama, tanggap, berkoordinasi, dan mengawasi (Murtado, 2019)., Sebagaimana Rasulullah SAW, memiliki sifat-sifat *tabligh* yang memungkinkannya bertindak sebagai perantara dalam menyampaikan risalah Allah kepada para pengikutnya. Rasulullah SAW harus menjadi komunikator karena hal tersebut. Prinsip ini sejalan dengan misi Nabi dalam sabdanya:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا. وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا

Artinya: “*Hai Nabi, sesungguhnya Kami mengutusmu untuk jadi saksi dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan, dan untuk jadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi.*” (QS.Al Ahzab:45-46).

Berdasarkan ayat tersebut, jelas salah satu tugasnya adalah untuk berkomunikasi dengan umatnya.

Retorika mengajarkan orang bagaimana menyusun wacana yang efektif. Kata retorika memiliki akar bahasa Yunani; *rhetorikos* artinya berbicara dengan baik, *rhetor* artinya berbicara di depan umum, dan *rhema* artinya kata-kata. Ilmu yang mengkaji bagaimana menyusun susunan kata sehingga timbul kesan yang dimaksud pada khalayak adalah pemahaman retorika yang lebih mendalam (Rahmat,2001:10).

Plato mendefinisikan retorika sebagai seni kata-kata yang dapat digunakan untuk memenangkan hati banyak orang. Pengetahuan ini menggarisbawahi perlunya setiap orang untuk terampil mengartikulasikan ide-ide mereka secara jelas di depan audiens sehingga mereka yang mendengarkan dapat terpesona oleh apa yang mereka dengar. Tentu saja, dalam hal itu, pengetahuan dan kecerdikan seseorang dalam menggunakan perangkat retorika untuk menyusun kalimat-kalimat efektif memegang peranan penting. Penggunaan retorika dan bahasa sebagai bentuk seni yang didasarkan pada pengetahuan sistematis sangat erat kaitannya. Ada dua konsep kunci dalam retorika yang harus diketahui: yang pertama adalah ilmu bahasa dan bagaimana menggunakannya dengan benar sesuai dengan hukum, dan yang kedua adalah pemahaman.

Hal-hal yang menawarkan kebaikan, mendorong perilaku positif, atau mengajak seseorang untuk berbuat baik dan bermanfaat tentunya menjadi bahan penelitian yang akan disampaikan. Kita dihibau untuk saling mengingatkan dan mengajak manusia untuk beriman dan beramal saleh melalui cita-cita ajaran Islam, selain menguasai seni bertutur kata yang indah. Syekh Ali Mahfudz menjelaskan bahwa dalam ajaran Islam, dakwah merujuk pada mereka yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip agama dan menasihati orang lain untuk berperilaku moral dan menjauhi maksiat untuk menemukan kebahagiaan sejati, baik di dunia maupun di akhirat. Kata "*dakwah*" berasal dari akar bahasa Arab "*da'a yad'u*

*da'watan*," yang berarti "memanggil, menyampaikan, atau berdoa." Hal itu dilakukan untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan.

Kredibilitas *da'I* memainkan peran yang sangat penting dalam menyampaikan pesan dengan efektif. Ketika seseorang memiliki kredibilitas yang tinggi, pesan yang disampaikan lebih mungkin diterima dan dipercayai oleh audiens. Kredibilitas dibangun melalui kombinasi pengalaman, pengetahuan yang mendalam, integritas, dan rekam jejak yang positif. Tanpa kredibilitas, pesan dapat dianggap sebatas retorika atau manipulasi, bahkan jika isinya berharga.

Kredibilitas menciptakan fondasi kepercayaan antara pembicara atau pengirim pesan dengan penerima pesan. Orang-orang cenderung lebih terbuka untuk menerima informasi dari seseorang yang dianggap memiliki pengetahuan dan wawasan yang kompeten dalam bidang tersebut. Dalam konteks bisnis, kredibilitas dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, kerjasama dengan mitra bisnis, dan citra merek.

Ketika seseorang ingin menjadi seorang pemimpin atau *influencer*, kredibilitas adalah aset yang tak ternilai. Orang-orang akan lebih menerima gagasan dan arahan dari seseorang yang telah membuktikan diri mereka dalam tindakan dan keputusan sebelumnya. Dalam esensi, kredibilitas adalah pondasi untuk membangun hubungan yang kuat dan saling percaya dalam berbagai konteks. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu atau lembaga yang ingin menyampaikan pesan dengan dampak positif untuk berinvestasi dalam membangun dan memelihara kredibilitas mereka.

Mengomunikasikan pesan dengan emosi adalah salah satu cara efektif untuk membuat pesan tersebut melekat dalam pikiran dan perasaan audiens. Emosi memiliki kemampuan untuk memicu perhatian, keterlibatan, dan pengertian yang lebih dalam terhadap apa yang

disampaikan. Mengomunikasikan pesan dengan emosi dapat membantu membangun hubungan yang lebih dekat antara pengirim pesan dan audiens. Ini membantu membangun kepercayaan, kesetiaan, dan keterikatan yang lebih kuat.

Penggunaan emosi dalam komunikasi perlu dilakukan dengan bijak. Emosi yang tidak tepat atau berlebihan dapat menyebabkan pesan menjadi terdistorsi atau memicu reaksi yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, memahami audiens, konteks, dan tujuan komunikasi adalah kunci dalam menggunakan emosi secara efektif untuk menyampaikan pesan.

Bahasa yang digunakan dalam proses dakwah sangat menentukan, seolah-olah ceramah hanya dilakukan sebagai kegiatan formal jika kata-katanya tidak dipahami atau digunakan tidak sesuai dengan *mad'u*. Supratman mengatakan bahwa seorang pembicara yang efektif harus menyadari hasil potensial, seperti ketika pendengar mulai merasa tidak nyaman setelah beberapa saat dan menunjukkan penampilan cemas, tidak sabar, dan tidak sabar. Pemilihan kata meliputi penentuan makna yang digunakan untuk mengungkapkan pikiran, bagaimana menyusun kata dengan baik, dan bagaimana menggunakan gaya bahasa yang efisien dan tepat sesuai dengan keadaan *mad'u*.

Pidato seseorang pasti mencerminkan kebiasaan dan kepribadiannya. Kapasitas yang kuat untuk membedakan gaya dan cara berbicara kita tergantung pada keadaan, orang yang kita ajak bicara, dan skenario, kondisi, dan keadaan kita berada. Oleh karena itu, akan berdampak positif pada pendengar, yaitu *mad' u*, jika retorika yang disampaikan oleh *da'I* dilaksanakan dengan baik, lancar, bahkan menarik, dalam arti *mad'u* mendengarkan dan terkagum-kagum serta sangat antusias dalam memperhatikan ceramah-ceramah dari *da'i* yang secara metodis menggunakan gaya atau gaya dan disertai dengan sikap memikat.

Aristoteles mendefinisikan seorang pembicara yang baik sebagai seseorang yang mengetahui audiens mereka dan menggunakan fakta yang relevan dan dapat dipercaya untuk mendukung klaim mereka. dengan bukti yang membuat pembicara tampak kredibel. Retorika Aristoteles memiliki lima nilai dasar, yaitu *ethos*, *pathos*, *logos*, *aim* dan *mode*. (Berger, 2000 : 60).

*Ethos*, *logos*, dan *pathos* semuanya digunakan sebagai alat persuasif dalam teori retorika Aristoteles. Penulis mengamati bahwa terdapat argumentasi yang memasukkan *logos*, *pathos*, dan *etos* dalam menyampaikan pesan dakwah. Karena itu, penulis berusaha untuk memeriksa struktur argumen dan mengidentifikasi *etos*, *phatos*, dan *loghos* da'i dalam retorika H. M. Ridwan Kamil, S.T., M.U.d.

Mayoritas *mad'u* dalam kajian dakwahnya adalah kaum muda. Selain itu, saat menyampaikan ceramah, ia berbicara dalam bahasa anak muda. Penulis ingin tahu lebih jauh tentang retorika yang digunakan oleh Ridwan Kamil, dalam kaitannya dengan faktor-faktor di atas dan kaitannya dengan topik yang dibahas. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk memberikan analisis yang lebih mendalam tentang video YouTube tersebut yang berjudul “Ceramah Tarawih 4 Ramadan 1443 H ~ Dr. (H.C) Mochamad Ridwan Kamil, S.T., M.U.D. “,

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah diuraikan pada latar belakang penelitian ini yaitu dimana inti dari pembahasan ini untuk mengetahui tentang bagaimana retorika yang digunakan oleh H.M. Ridwan Kamil, S.T, M.U.d. Maka dalam proses ini penulis mencoba secara lebih rinci merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk *Ethos* Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan dakwah dalam video *youtube* “Ceramah Tarawih 4 Ramadan 1443 H ~ Dr. (H.C) Mochamad Ridwan Kamil, S.T., M.U.D.”?
2. Bagaimana bentuk *Phatos* Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan dakwah dalam video *youtube* “Ceramah Tarawih 4 Ramadan 1443 H ~ Dr. (H.C) Mochamad Ridwan Kamil, S.T., M.U.D.”?
3. Bagaimana bentuk *Loghos* Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan dakwah dalam video *youtube* “Ceramah Tarawih 4 Ramadan 1443 H ~ Dr. (H.C) Mochamad Ridwan Kamil, S.T., M.U.D.”?

### **C. Tujuan Penelitian**

Selaras dengan apa yang ada pada fokus penelitian yang telah disebutkan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Mengetahui bentuk *Ethos* Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan dakwah dalam video *youtube* “Ceramah Tarawih 4 Ramadan 1443 H ~ Dr. (H.C) Mochamad Ridwan Kamil, S.T., M.U.D.”
2. Mengetahui bentuk *Phatos* Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan dakwah dalam video *youtube* “Ceramah Tarawih 4 Ramadan 1443 H ~ Dr. (H.C) Mochamad Ridwan Kamil, S.T., M.U.D.”
3. Mengetahui bentuk *Loghos* Ridwan Kamil dalam menyampaikan pesan dakwah dalam video *youtube* “Ceramah Tarawih 4 Ramadan 1443 H ~ Dr. (H.C) Mochamad Ridwan Kamil, S.T., M.U.D.”

### **D. Manfaat Penelitian**

Tentunya lembaga atau civitas akademika berharap dapat memanfaatkan temuan penelitian ini setidaknya dalam dua hal. Ini adalah sebagai berikut:

## 1. Teoritis

Pembahasan Secara teoritis diharapkan pembahasan kajian penelitian ini dapat bermanfaat bagi civitas akademika mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada umumnya dan menjadi narasumber bagi mahasiswa Jurusan/Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam. (KPI) yang ingin menambahkan dimensi baru pada penelitian analisis deskriptif tentang retorika seorang pemimpin dalam menyampaikan pesan keagamaan.

## 2. Praktis

Apabila diartikan secara harfiah, penulis ingin agar temuan kajian penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya sebagai model atau landasan bagi pelaksanaan dakwah sehingga seiring berjalannya proses, temuan penelitian ini dapat dikontraskan dengan temuan-temuan tersebut.

## E. Landasan pemikiran

Peneliti menempuh berbagai tahapan untuk menentukan mana yang menjadi landasan pemikiran agar dokumen ini tidak disalahpahami, tetap pada jalurnya, dan tidak memiliki konotasi yang dianggap tidak benar. Landasan pemikiran ini meliputi:

### 1. Landasan Teoritis

Tak perlu dikatakan bahwa sebuah teori diperlukan dalam studi penelitian ini yang membahas retorika, yang mengungkapkan banyak tentang seni berkomunikasi dengan kata-kata untuk menangkap jiwa khalayak umum. Retorika yang selama ini dikenal erat kaitannya dengan kegiatan berpidato atau perkuliahan, ternyata tidak hanya terbatas pada kegiatan praktik tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai

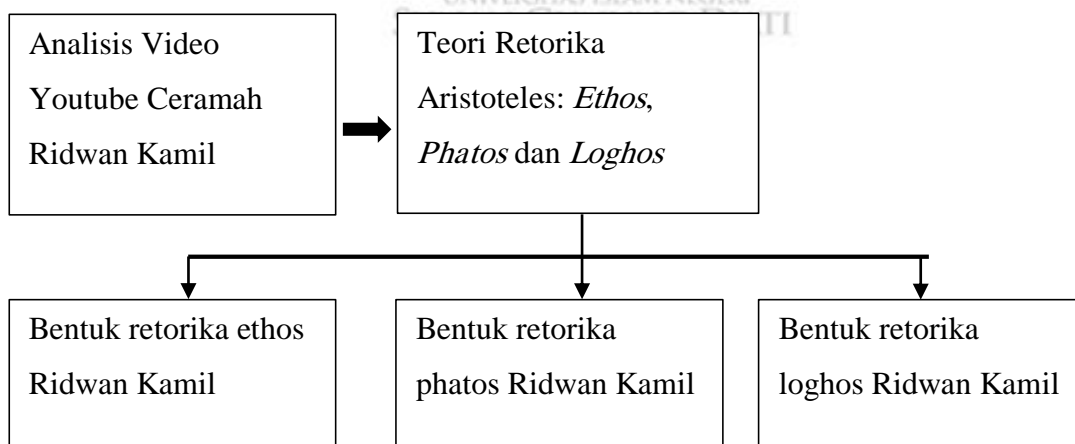


penunjang salah satu capaian kegiatan perkuliahan bila dicermati secara lebih mendalam.

Sebagaimana dinyatakan dalam Teori Retorika Aristoteles, ada tiga pendekatan terhadap dasar pemikiran retorika. Yaitu: *ethos*, yang mengacu pada kredibilitas seorang komunikator ketika menyampaikan pesan atau bersikap persuasif di depan khalayak ramai; tentunya harus bisa dipercaya dan diterima dengan baik oleh penonton; *pathos*, yang mengacu pada kemampuan komunikator untuk memahami keadaan emosi dan karakter audiens atau pendengar dan menggunakan emosi itu sebagai alat komunikasi. Dan *loghos* untuk memberikan pesan atau informasi yang dapat dikatakan masuk akal atau mudah untuk dicerna (Effendy, 2003:33).

## 2. Kerangka Konseptual

Secara sistematis, kerangka berfikir dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.1.



**Gambar 1. 1** Kerangka Berpikir

## F. Hasil-Hasil Penelitian yang Relevan

No	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Gaya retorika Ustadz Adi Hidayat dalam ceramah “keluarga yang di rindukan Rasulullah SAW” pada media youtube, oleh Masrun Billah 2018	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek, penelitian mengambil tokoh Ustadz Adi Hidayat sedangkan penelitian ini mengambil tokoh Ridwan Kamil.	Penelitian isi samasama meneliti tentang gaya retorika seseorang
	Retorika dakwah Oki Setiana Dewi dalam program acara “Islam Itu Indah” di Trans TV april 2016. Oleh Ajeng Siti Hawa, 2016.	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek dan juga konten yang mana penelitian karya ini melalui media televisi sedangkan penelitian ini menggunakan konten situs berbagi video youtube	Penelitian ini samasama dilakukan dengan menggunakan jenis deskriptif analisis.

No	Judul	Perbedaan	Persamaan
	Retorika dakwah K.H Muchamad Syarif Hidayat.oleh Leiza Sixmansyah 2014	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada obejek penelitian yang tidak menggunakan media elektornik sedangkan penelitian ini menggunakan media elektronik yaitu Youtube	Penyusunan penelitian ini sama sama menggunakan metode kualitatif dan menganalisis tentang gaya retorika

**Tabel 1. 1** Penelitian yang Relevan

## G. Langkah-langkah Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Pada penelitian kali ini penulis menentukan objek yang akan diteliti ialah Video Youtube yang berjudul “Kajian Tarawih Bersama Gubernur Jawa Barat H.M. Ridwan Kamil, S.T, M.U.d”.

### 2. Paradigma dan Pendekatan

Peneliti akan menggunakan paradigma interpretatif dalam hal ini. Menurut interpretatif, situasi sosial mengandung banyak ketidakpastian dalam maknanya. Paradigma inilah yang memunculkan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang berusaha memperhatikan setiap fenomena dan peristiwa

sosial yang terjadi, yang merupakan pokok utama dan terpenting bagi peneliti itu sendiri.

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dan metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif didasarkan pada interpretasi menggunakan ide-ide generik yang tidak menawarkan data numerik, seperti etnometologi, dan dipandang sebagai pendekatan interpretatif (Stoke, 2006:15).

Dengan menggunakan analisis deskriptif, di mana peneliti berusaha untuk secara jujur dan benar mencirikan fakta atau fitur sistematis dari populasi atau bidang tertentu (Rakhmat, 2005; 22).

### 4. Jenis dan Sumber data

#### a) Jenis data

Jenis data yang ditawarkan dalam penelitian ini meliputi sumber tertulis, kata-kata lisan, dan perbuatan. Untuk memahami retorika Ridwan Kamil, penelitian ini menggunakan data berupa teks atau kata-kata yaitu transkrip data.

#### b) Sumber data

##### 1) Sumber data primer

Dalam penelitian ini penulis berusaha mengumpulkan data untuk suatu kebutuhana dalam proses kajian penelitian ini yaitu berupa data deskriptif yang memperoleh data transkrip dalam video ceramah youtube “Kajian Tarawih Bersama Gubernur Jawa Barat H.M. Ridwan Kamil, S.T, M.U.d”.

##### 2) Sumber Data Sekunder

Selain sumber primer berupa transkrip video perkuliahan, data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dan mendukung proses penelitian yang relevan. Contoh sumber data sekunder antara lain jurnal ilmiah, buku, internet, dan lain-lain. Biasanya, data sekunder berupa laporan atau data dokumentasi yang tersedia untuk umum.

## 5. Unit Analisis

Unit analisis data adalah salah satu proses untuk mencari tahu dan menyusun secara metodis data yang diperoleh dari hasil penelitian dan berusaha mengelompokkannya ke dalam kategori, memilah dan memilih data mana yang dikatakan penting untuk dikaji lebih dalam, dan menarik kesimpulan sehingga apa yang dihasilkan dapat kita pahami dan dapat diambil hikmahnya baik untuk konsumsi pribadi maupun untuk orang lain.

Diuraikan di tempat lain bahwa analisis data adalah suatu kesimpulan atau gambaran umum yang telah dinyatakan lengkap atau lengkap melalui proses pemeriksaan perkembangan suatu fenomena. Di luar itu, kita juga perlu memahami pentingnya fakta dan gejala suatu fenomena sosial agar dapat menganalisis prosedur dengan baik. Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah untuk mengungkap fenomena yang melatarbelakangi teks serta kegiatan yang terdapat dalam isi teks.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Data yang peneliti cari dan temukan adalah fakta dalam proses penelitian. Akibatnya, seorang peneliti yang mengumpulkan informasi sebanyak mungkin untuk mengumpulkan data dan menarik kesimpulan yang lebih akurat tentang studi mereka. Oleh karena itu, penulis berusaha mengumpulkan data yang relevan untuk penelitian ini dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

### a. Observasi

Dengan mengamati dan mencatat secara metodis apa yang diperlukan atas terjadinya gejala-gejala yang diselidiki, observasi merupakan suatu metode untuk mengumpulkan data. Dimungkinkan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang masalah ini dan menemukan arah solusi yang menjanjikan dengan melihat hasil pengamatan.

## b. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah kegiatan yang melibatkan pengumpulan dan analisis bahan literatur yang relevan untuk memanfaatkannya sebagai sumber referensi dan sebagai dasar untuk menggambarkan hipotesis penelitian. Buku ilmiah, ensiklopedia, jurnal ilmiah, dan sumber lain yang mungkin ditemukan dan berkaitan dengan penyelidikan penelitian dikutip dalam bentuk penelitian ini sebagai sumber data kepustakaan. Peneliti juga dapat mengumpulkan informasi dengan menggunakan metode ini berupa transkrip, catatan, surat, atau gambar, gambar, dan lainnya. Biografi Gubernur Jawa Barat H.M. Ridwan Kamil, S.T., M.U.D., serta video perkuliahan yang menjadi dasar penelitian dapat digunakan sebagai data yang dikumpulkan.

## 7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pentingnya data pada tingkat penelitian, serta kebenarannya, harus diperhitungkan. Tentu saja, validitas data harus divalidasi untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah data yang relevan. Kami menjelaskan berbagai teknik untuk menetapkan validitas berdasarkan kriteria berikut:

- a. Menerapkan standar kredibilitas. Peneliti harus lebih teliti dan penuh perhatian dengan data yang digunakan dan selalu memeriksa untuk memastikan tidak ada kesalahan untuk memenuhi persyaratan ini.
- b. Terapkan kriteria ketergantungan. Karena ketergantungan membantu mencegah penelitian berjalan ke arah yang salah, peneliti harus waspada dan bekerja untuk bertanggung jawab atas informasi yang mereka kumpulkan.
- c. Produksi data dalam bentuk proses objektif memenuhi syarat kepastian. Akibatnya, temuan penelitian dapat diperiksa ulang keakuratannya dan diperiksa ulang dengan sumber informasi asli.

## 8. Teknik Analisis Data

Hammersley & Atkison memberikan sudut pandang berikut tentang klasifikasi data: Kategori yang digunakan mungkin yang dibuat sendiri oleh peneliti, kategori yang dibuat oleh responden (kategori emic), kategori yang dibuat oleh peneliti sebelumnya (kategori etic), atau kombinasi dari semua kategori tersebut (Alwasilah, 2002: 235).

Pendekatan kategorisasi data adalah metode yang diterapkan secara metodis untuk tujuan penelitian dengan tetap mengacu pada keahlian peneliti dan mengikuti aturan logika dan akal sehat. Data kemudian akan dikategorikan, dilanjutkan dengan pencarian putaran kedua dan perbandingan temuan dengan kategori lainnya. Menurut Mc Millian dan Schumacher, pendekatan analisis kategorisasi harus digunakan dengan cara-cara berikut:

- a. Perlu memahami semua dari data yang diperoleh. Maka dari itu peneliti berusaha memahami dari video ceramah Gubernur Jawa Barat H.M.Ridwan Kamil, S.T, M.U.d yang akan diteliti.
- b. Munculkan menjadi beberapa topik dari data yang ada. Dari data yang berupa kata-kata hasil dari transkrip video ceramah maka peneliti akan mengeluarkan topik yang masuk kepada *ethos,phatos* dan *loghos*.
- c. Data diuji coba sistem klasifikasi. Maka pada tahap ini ditinjau kembali yang menjadi pembagian klasifikasi apakah sesuai atau tidak.
- d. Disortir kembali atau disaring pada sistem pengategorian. Memisahkan antara satu topik dengan yang lainnya.