

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Aktivitas dakwah dan islam sangat berkaitan erat, dakwah merupakan kegiatan menyeru atau mengajak seseorang dalam berbuat kebaikan, serta tidak menyimpang dari norma-norma agama. (Sukayat, 2015: 7) Secara definisi, dakwah adalah ajakan untuk selalu mengingat Allah SWT atau dakwah juga menjadi motivasi bagi manusia untuk dapat mengikuti petunjuk, serta berbuat kebaikan dan mencegah keburukan guna mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Di era modern ini, masyarakat dapat berdakwah dengan apapun, dimanapun dan kapanpun, dengan perkembangan teknologi yang saat ini sangat pesat, mempermudah dalam mendakwahkan agama Islam, salah satunya melalui media sosial dengan menggunakan internet. Media sosial di internet telah banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. berdasarkan penelitian oleh platform manajemen media sosial HootSuite serta lembaga pemasaran sosial "Global Digital Reports 2022", sekitar 73,7% dari total penduduk Indonesia terhubung ke Internet, dan jumlah pengguna telah mencapai 204,7 juta sedangkan jumlah penduduk Indonesia 277,7 juta, jumlah pengguna Internet di Indonesia meningkat 28 juta (+ 1%) pada periode 2021-2022 (datareportal.com, 15 februari 2022).

Salah satu media sosial di internet yang saat ini sedang populer dan sangat digandrungi oleh banyak kalangan diantaranya adalah aplikasi Tiktok, Aplikasi Tiktok adalah aplikasi populer untuk merekam, mengedit, dan mengunggah video

berdurasi 15 detik hingga 5 menit. Video Tiktok ini juga dapat dibagikan di jejaring sosial lain sehingga semua orang yang tidak menggunakan Tiktok dapat melihat karya seseorang di aplikasi Tiktok ini.

Berdasarkan data dari Statista, di Indonesia per Februari 2023 pengguna Tiktok mencapai 109,9 juta pengguna, jika diurutkan Indonesia menempati peringkat kedua terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat (CNN Indonesia, 11 April 2023). Dari data diatas, jumlah pengguna Tiktok cukup besar, dan penulis mengatakan jika media Tiktok digunakan oleh para da'i sebagai sarana dakwah dinilai cukup efektif dari segi efektifitas jumlah pengguna Tiktok hari ini. Yang dimana, kegiatan dakwah merupakan tanda seseorang muslim untuk beriman kepada Allah SWT. Dengan kebaikan yang menyeluruh yang dapat menggiring orang-orang di sekitarnya untuk berbuat kebaikan, tentunya segala kebaikan yang di sebarkan juga sejalan dengan ajaran Islam, seperti ayat Allah dalam Q.S Ali Imron: 104


  
 وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru suatu kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah kepada yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung” (Q.S. Ali Imron: 104)

Dari ayat tersebut, mengutip dari Tafsir Quraish Shihab “Mereka yang melakukan prinsip itu (menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah kepada yang munkar) adalah orang-orang yang memperoleh keberuntungan yang sempurna”.

Dalam kajian ilmu dakwah, ada beberapa poin penting yang diperhatikan dalam pelaksanaannya, salah satunya adalah rukun-rukun dakwah, sebagai acuan dalam pelaksanaan dakwah. Hal ini dilakukan agar dakwah dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuannya. Pilar-pilar dakwah juga terbagi menjadi beberapa poin, salah satunya adalah media, sebagai sarana para da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Beberapa media yang dapat digunakan dalam berdakwah adalah: lisan, tulisan, visual, audio. Pemilihan media sangat penting dilakukan dalam kegiatan berdakwah, hal yang baik dalam keberlangsungan kegiatan dakwah. Di media dakwah, penulis menemukan pengguna aktif media sosial yang memanfaatkan media tersebut sebagai media berdakwah dalam bentuk visual, merekam dan membuat beberapa konten dalam bentuk video yang didalamnya mengandung pesan - pesan dakwah dilanjutkan dengan *posting* dan menyebarkan di aplikasi Tiktok yaitu akun @aabelkarimi milik Aab Elkarimi, ada ratusan video yang sudah ia dibagikan dalam akun tersebut, yang di dalamnya memuat tentang ajaran keIslaman, mulai dari nasehat, motivasi keIslaman, dan ciri khasnya dalam mengomentari fenomena sosial dengan perspektif islam. Aab Elkarimi mengemas konten Tiktoknya dengan gaya tutur yang ramah dan santai agar khalayak atau pengikutnya dapat memahami pesan dan maksud yang ia sampaikan.

Media sebagai alat untuk menyampaikan pesan dakwah dari da'i kepada para mad'unya, dan penulis berpendapat bahwa video akun TikTok milik @aabelkarimi ini bisa menjadi media sebagai sarana dakwah, dengan ia merekam, menyunting, dan mengunggah video tersebut menjadi cara Aab Elkarimi untuk

dapat menyampaikan pesan - pesan dakwah dalam ajaran Islam. Aab Elkarimi mengemas konten video Tiktok ini dengan berbagai cara, yaitu penyampaian isi konten yang sangat berhubungan dengan realitas sosial yang ada sehingga isi konten dapat diterima dengan baik oleh khalayak banyak, atau disebut sebagai mad'u sebagai penerima isi pesan dakwah tersebut.

Dalam media sosial TikTok, istilah tanda pagar atau *Hashtag* sudah tidak asing oleh para penggunanya, dengan kata FYP atau *#foryourpage* yang mengartikan bahwa video tersebut dilihat, disukai dan dikomentari oleh khalayak banyak, dan konten video akun milik @aabelkarimi ini termasuk video - video yang sering muncul tersebut, yang artinya konten tersebut sering kali dilihat oleh banyak orang. Aab Elkarimi dengan akunnya @aabelkarimi memiliki pengikut 376,6 ribu (Tiktosk @aabelkarimi, Oktober 2022), dengan kata lain hal tersebut dapat mendukung Aab Elkarimi untuk terus berkarya dalam membuat video - video dalam menyampaikan pesan - pesan dakwah. Konten video Tiktok yang disebarluaskan oleh akun milik @aabelkarimi banyak berisi ajakan untuk nasehat diri dan berbuat kebaikan sesuai dengan ajaran Islam, hal tersebut menunjukkan bahwa, ramainya pengguna aplikasi Tiktok yang digunakan oleh masyarakat umum secara luas sehingga memudahkan bagi pengguna untuk memperoleh informasi dari video yang dibagikan di jejaring social Tiktok tersebut. Maka dari itu, penulis sangat tertarik dalam membahas objek tersebut sebagai bahan penelitian.

Seorang pendakwah dapat dikatakan berhasil dalam aktivitas dakwahnya jika pesan dakwah yang disampaikan mendapatkan hasil yang maksimal atau

*feedback* yang baik dari mad'u. Untuk mencapai itu pendakwah harus menggunakan cara atau metode dalam menyampaikan pesan dakwahnya, salah satu metodenya adalah seni berbicara atau retorika.

Retorika adalah disiplin ilmu yang mengkaji seni berbicara yang diperlukan oleh setiap komunikator atau dalam hal ini adalah pendakwah. Teori ini akan mempermudah komunikator dalam mempengaruhi komunikan atau dalam aktivitas dakwah mempengaruhi mad'unya, seperti Aristoteles mengasumsikan retorika sebagai seni untuk mempengaruhi orang lain (Effendy, 2013: 55).

Aab Elkarimi sendiri memiliki gaya retorika yang khas dalam menyampaikan pesan dakwahnya, ia cenderung lebih tenang dan ramah dengan kata-kata yang tertata dan mudah difahami. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami gaya retorika dakwah dari Aab Elkarimi dalam akun Tiktoknya. Selaras dengan kompetensi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yaitu Khitabah dan I'lam dengan meneliti gaya retorika Aab Elkarimi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti konten video TikTok oleh Aab Elkarimi sebagai media dakwah dengan judul "GAYA RETORIKA DAKWAH AAB ELKARIMI DI AKUN TIKTOK @AABELKARIMI".

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana gaya bahasa Aab Elkarimi dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada akun Tiktok @aabelkarimi?
2. Bagaimana gaya gestur Aab Elkarimi dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada akun Tiktok @aabelkarimi?
3. Bagaimana intonasi Aab Elkarimi dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada akun Tiktok @aabelkarimi?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui gaya bahasa Aab Elkarimi dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada akun Tiktok @aabelkarimi?
2. Mengetahui gaya gestur Aab Elkarimi dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada akun Tiktok @aabelkarimi?
3. Mengetahui intonasi Aab Elkarimi dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada akun Tiktok @aabelkarimi?

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Secara Akademis**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi pelaku dakwah dengan menggunakan media sosial, salah satunya dengan menggunakan media sosial Tiktok sebagai sarana dakwah. Juga diharapkan sebagai acuan untuk kebutuhan

akademis Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terkhusus untuk jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang kedepannya dapat menjadi bahan kajian serta referensi dalam pengembangan Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

## **2. Secara Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan aksi dakwah dimedia online, dimana didalamnya mengkaji pengembangan unsur-unsur dakwah yang relevan bagi kehidupan manusia modern yang diharapkan akan bermanfaat bagi para pelaku dakwah.

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang dakwah bahwa di zaman modern ini berdakwah dapat dilakukan melalui media sosial, salah satunya adalah melalui media sosial Tiktok.

## **E. Kajian Penelitian yang Relevan**

Kebaruan dalam sebuah karya ilmiah menjadikan penelitian tersebut lebih berkualitas. TikTok dikenal sebagai media sosial yang hanya berisi hiburan saja. Berdasarkan hasil penelusuran penulis, TikTok dimanfaatkan oleh beberapa *content creator* sebagai media yang memiliki nilai guna serta kebermanfaatan. Maka dari itu, dalam penelitian ini, penulis ingin memberi pemaparan bahwa Aplikasi Tiktok merupakan media yang memiliki nilai guna dan manfaat, yaitu sebagai media dan sarana dakwah. Berikut penelitian terdahulu yang membahas penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media dakwah :



No	Judul	Objek Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Krisdiani, Maya Dewi (2021), Gaya reorika youtuber : Gaya retorika Wirda Mansur pada akun youtube.	Wirda Mansur	Sama-sama meneliti tentang retorika	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek dan focus penelitiannya yang lebih berfokus kepada gaya bahasa dan karakter pembeda dari objek penelitiannya
2	Salsabila, Dinda tahun (2021), Retorika Tabligh Ustadz Aang Kunaefi : Studi deskriptif pada Majelis Silaturahmi Kampung Ujung Harapan Bekasi.	Ustadz Aang Kunaefi di Majelis Silaturahmi Kampung Ujung Harapan Bekasi	Sama-sama meneliti tentang retorika	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek penelitiannya berfokus kepada gaya Bahasa, intonasi dan gesture dari objek penelitiannya
3	Millentia, Azzara tahun (2022), Retorika dakwah melalui Podcast : Analisis pragmatik Cinta lewat Cerita karya Farah Qoonita.	Cerita karya Farah Qoonita	Sama-sama meneliti tentang retorika	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek dan focus penelitiannya yang lebih menekankan kepada gaya Bahasa dan imbauan pesan dakwah yang disampaikan oleh objek penelitiannya

Table 1. Kajian Penelitian yang Relevan



Sebelum memulai penelitian ini, penulis telah lebih dahulu mempelajari beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian tersebut diantaranya:

1. Skripsi yang berjudul “Gaya Retorika Youtuber: Gaya Retorika Wirda Mansur Pada Akun Youtube” yang ditulis oleh Maya Dewi Krisdiani mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Relevansinya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu Maya sama-sama meneliti tentang retorika serta menggunakan metode deskripsi analisis dalam format video yang berisi dakwah dari konten video. Adapun letak perbedaannya adalah pada objek penelitian dan fokus penelitian yang lebih berfokus kepada gaya bahasa dan karakter pembeda dari objek penelitiannya
2. Skripsi yang berjudul “Retorika Tabligh Ustadz Aang Kunaefi : Studi deskriptif pada Majelis Silaturahmi Kampung Ujung Harapan Bekasi.” yang ditulis oleh Dinda Salsabila mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Relevansinya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu Dinda sama-sama meneliti tentang retorika serta menggunakan metode deskriptif sebagai memberikan upaya uraian dan gambaran. Adapun letak perbedaannya adalah pada objek penelitian masing-masing. Dalam penelitiannya, Dinda meneliti retorika dakwah yang terdapat pada majlis, sedangkan penulis meneliti retorika dakwah yang terdapat pada video Tiktok.

3. Skripsi yang berjudul “Retorika Dakwah Melalui Podcast : Analisis Pragmatik Cinta Lewat Cerita Karya Farah Qoonita..” yang ditulis oleh Azzara Milentia, mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitiannya, Azzara menggunakan teori analisis pragmatis dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisa ucapan, ujaran, atau dialog. Adapun letak perbedaannya terdapat pada objek penelitian masing-masing. Dalam penelitiannya, Azzara meneliti retorika dakwah pada media podcast, sedangkan penulis meneliti retorika dakwah pada kanal Tiktok, serta fokus penelitian yang lebih berfokus kepada gaya bahasa dan imbauan pesan dakwah yang disampaikan.

Sesuai dengan judul yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu “Retorika Dakwah Aab Elkarimi di Akun Tiktok @Aabelkarimi”. Dan dengan memperhatikan persamaan dan perbedaan yang telah diuraikan diatas, penulis menyimpulkan bahwa tidak ada unsur plagiat dalam penelitian yang akan penulis lakukan.

## **F. Landasan Pemikiran**

### **1. Landasan Teori**

#### **a. Dakwah**

Dalam bahasa Arab “Dakwah” دعوة (Da'watan) yaitu bentuk isi masdar dari kata kerjanya دعوة - يدعو - دعا (Da'a – Yad'u – Da'watan) yang berarti do'a, seruan, ajakan, undangan dan permintaan (Tata Sukayat, 2015).

Adapun definisi dakwah secara istilah, terdapat beberapa pengertian dakwah oleh beberapa pakar, diantaranya yang dikemukakan antara lain oleh M. Quraisy Shihab mengartikan bahwa dakwah merupakan sebuah ajakan atau seruan kepada situasi yang lebih baik terhadap diri sendiri, perorangan ataupun masyarakat luas, dan kehadiran dari dakwah tersebut bukan hanya sekedar salah satu cara meningkatkan pemahaman ilmu agama, tetapi juga menuju cakupan yang jauh lebih luas.

Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa dakwah mengajak seorang insan agar beriman kepada Allah SWT dan serta para RasulNya dengan meyakinkan kebenaran dan mentaati apa yang sudah diperintahkanNya.

Muhammad Nastir, memiliki definisi tentang dakwah yaitu sebagai cara dalam menyampaikan dan menyerukan tentang pandangan dan tujuan manusia di dunia yang meliputi; amar ma'ruf nahi mungkar kepada perorangan manusia dan seluruh umat Islam. cara yang diperbolehkan dalam perseorangan, bermasyarakat, serta bernegara (Abdul Rasyid Shaleh, 1997:8-9).

## **b. Retorika**

Retorika (*rhetoric* atau *rhetorica*) merupakan ilmu sekaligus seni yang mempelajari tentang pemakaian bahasa dengan efektif dan efisien. Retorika juga sering disebut dengan seni untuk “memanipulasi” percakapan. Retorika pertama kali berkembang pada zaman Socrates, Plato dan Aristoteles yang juga menjadi penggagas awal lahirnya ilmu retorika.

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam arti luas retorika merupakan ilmu yang mengkaji tentang metode mengatur kata-kata supaya muncul kesan yang diinginkan pada diri khalayak. (Sunarto, 2014: 4). Karena tujuan dari retorika bersifat persuasive, artinya dengan itu khalayak dapat mengikuti kehendak dari *rhetor*.

Adapun menurut Gorys Keraf berpendapat bahwa retorika adalah suatu Teknik pemakaian bahasa sebagai seni, baik lisan ataupun tulisan yang berdasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik.

Penggunaan istilah retorika dalam dakwah, yang digunakan untuk strategi ataupun seni yang memiliki tujuan untuk dakwah yang lebih baik dan nyaman didengar oleh mad'u. Ilmu retorika di dalam dakwah biasanya dipergunakan agar pelaksanaan dakwahnya itu lebih bagus, dan memberikan pesan yang dapat diterima oleh audiens dan menghindari dari suasana lingkup yang jenuh, membosankan serta monoton.

Aristoteles menyebutkan tiga cara mempengaruhi orang. Pertama ialah *ethos* yaitu pembicara harus mampu menunjukkan kepada publik bahwa memiliki

pengetahuan yang luas, kepribadian yang dapat dipercaya, dan posisi yang terhormat. Kedua *pathos*, pembicara harus menyentuh hati orang: perasaan, emosi, keinginan, kemarahan, dan kasih sayang mereka. Para ahli retorika modern kemudian menyebut ini sebagai daya tarik emosional. Ketiga *logos*, pembicara membujuk audiens dengan menghadirkan bukti atau hal-hal yang tampak seperti bukti, di sini pembicara mendekati penonton melalui otak mereka. (Rakhmat, Jalaluddin, 2012: 7)

### c. Ruang Lingkup Retorika

Menurut Aristoteles, retorika tidak hanya menyangkut masalah bicara, cakupannya jauh lebih luas daripada pidato dan komunikasi lisan lainnya. Retorika juga mencakup masalah komunikasi tertulis, dengan kata lain, ruang lingkup retorika adalah masalah apapun peristiwa yang dibicarakan. Ruang lingkup retorika di atas adalah ruang lingkup retorika dalam arti luas. Sementara itu, Jalaluddin

Rahmat memaparkan retorika dalam arti sempit yang ia rincikan dalam bukunya Retorika Modern Pendekatan Praktis yaitu Persiapan pidato, penyusunan pidato, penyampaian pidato, cara-cara pidato, pidato-pidato khusus dan evaluasi pidato. (Sunarto, 2014: 6)

Gorys Keraf (2016:1) memberikan definisi retorika sebagai penggunaan Bahasa yang merupakan seni yang didasarkan pada pengetahuan yang terstruktur dengan baik. Retorika juga diartikan sebagai prinsip-prinsip komposisi pidato

yang persuasif dan efektif. Menurut Keraf, terdapat tiga fokus utama retorika, yaitu gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak.

Gaya bahasa digunakan dalam komunikasi untuk memilih kata-kata atau kalimat yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan gaya bahasa harus disesuaikan dengan logika atau argumen yang akan disampaikan. Pilihan kata dapat mencakup gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, dan gaya bahasa percakapan.

Gaya suara adalah cara seorang pembicara menggunakan suara untuk menekankan atau mengeluarkan suara pada kalimat tertentu. Tujuannya adalah untuk menjelaskan pesan-pesan khusus yang disampaikan. Keberhasilan seorang pembicara dalam menyampaikan pesan tabligh tergantung pada kemampuan yang dimiliki. Di antara kemampuan tersebut termasuk pengolahan vokal, intonasi, tempo, dan volume suara.

Gaya gerak juga merupakan aspek penting dalam retorika, karena gerakan tubuh membantu dalam penyampaian pesan secara non-verbal. Gaya gerak digunakan untuk memberikan rangsangan dan mendapatkan respon dari pendengar, seperti gerakan kepala, jari, atau ekspresi wajah. Menurut Paul Nelson, terdapat lima aspek penting dalam bahasa non-verbal, termasuk kontak mata, ekspresi wajah, gestur tubuh atau tangan, gerakan tubuh secara keseluruhan, dan penampilan fisik.

Dengan memahami dan menguasai tiga fokus utama retorika ini, seorang pembicara dapat meningkatkan kemampuan dalam menyampaikan pesan dengan persuasif dan efektif.

## 2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan kerangka model berpikir keterkaitan teori dengan berbagai faktor yang berhubungan yang kemudian telah didefinisikan sebagai rumusan masalah pada penelitian. Berikut kerangka konseptual tentang gaya retorika dakwah Aab Elkarimi.

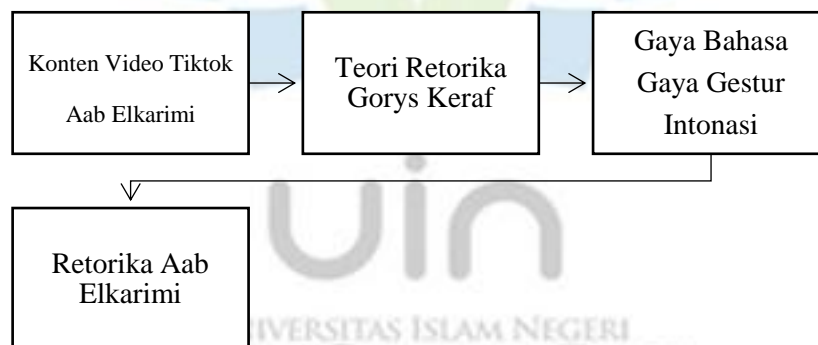


Table 2. Kerangka Konseptual

## G. Langkah-langkah Penelitian

### 1. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan suatu cara pandang yang digunakan untuk memahami kerumitan dunia nyata. Paradigma tersebut dipengaruhi oleh



pengalaman dan pendidikan para penganut dan praktisi. Paradigma menentukan pandangan mereka terhadap apa yang dianggap penting, sah, dan masuk akal. Selain itu, paradigma juga memiliki sifat normatif, yang memberikan panduan kepada praktisi mengenai tindakan yang harus diambil tanpa perlu mempertimbangkan faktor eksistensial atau epistemologis yang kompleks (Mulyana, 2003:9).

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif dan dengan pendekatan kualitatif. Menurut Muslim (2016:78), paradigma interpretatif adalah suatu sistem sosial yang memberikan makna secara rinci terhadap perilaku melalui pengamatan langsung.

Pada penelitian kualitatif, langkah-langkah penelitiannya menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber dan perilaku yang dapat diobservasi. Hal tersebut memberikan gambaran terhadap objek dan subjek penelitian.

## **2. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah serangkaian langkah sistematis dalam mengumpulkan data terkait dengan masalah tertentu, yang kemudian diolah dan dianalisis untuk mencapai kesimpulan. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis fakta dengan menggunakan pengetahuan yang ada guna mendapatkan kebenaran mengenai suatu hal (Hamidi, 2004:100).

Metode deskriptif adalah untuk membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. (Syahza, Almasdi 2021:28) Penulis mengeksplorasi dan mengumpulkan data dengan mengobservasi akun tiktok milik Aab Elkarimi untuk menyelesaikan segala pertanyaan seputar apa dan bagaimana. Metode deskriptif ini dipilih karena dirasa cukup tepat dalam menjelaskan dan menguraikan dan menemukan jawaban dari beberapa pertanyaan seputar gaya retorika dakwah yang ada pada konten tiktok Aab Elkarimi.

### **3. Jenis Data**

Jenis data kualitatif digunakan Dalam penelitian ini, yaitu data deskriptif yang melekat pada subjek atau objek penelitian. Dalam penelitian ini, lebih memfokuskan pada data mengenai retorika dakwah.

### **4. Sumber Data**

#### **a) Sumber Data Primer**

Yang dimaksud dengan data primer adalah data yang diperlukan oleh seorang penulis yang diperolehnya dari sumber utama secara langsung. (Syahza, Almasdi 2021:90) Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah kanal Tiktok @aabelkarimi yang berisikan video-video dari Aab Elkarimi.

#### b) Sumber Data Sekunder

Sedangkan sumber data sekunder ialah data yang diperoleh dari sumber yang sifat datanya sudah didokumentasikan oleh sumber lain. (Syahza, Almasdi 2021:90) Beberapa sumber data sekunder pada penelitian ini adalah video-video yang menampilkan isi pemikiran Aab Elkarimi yang terdapat pada kanal-kanal lain.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau metode yang digunakan dalam mengumpulkan data oleh penulis dalam penelitiannya (Arikunto, 2002:136). Untuk mendapatkan data yang tepat, berikut beberapa metode yang digunakan oleh penulis dalam memperoleh data, yaitu:

#### 1) Observasi.

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pengindraan yang dimaksudkan untuk menghimpun data penelitian. Adapun penelitian untuk mendapatkan data dan informasi, dalam hal ini penulis melakukan *research* online. Objek observasi dalam penelitian ini yaitu konten tiktok akun milik Aab Elkarimi.

#### 2) Dokumentasi

Menurut Uhar (2012:215), dokumen adalah catatan mengenai peristiwa masa lalu yang tertulis, direkam, dicetak, dan dapat berbentuk surat, catatan harian, buku harian, serta dokumen lainnya.

Adapun bahan dokumentasi dalam penelitian ini adalah unduhan konten video dan bukti *screenshoot* konten oleh @aabelkarimi, pelaksanaan dokumentasi yang dilakukan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, menerangkan, mencatat, dan mengaitkan dengan objek penelitian yaitu konten video tiktok akun milik @aabelkarimi.

## 6. Teknik Analisis Data

Model analisis Miles and Huberman (1984) dipilih dalam penelitian ini, dikarenakan aktivitas dan kegiatan dalam kualitatif dan analisis dilakukan sampai tuntas secara interaktif dan berlangsung konstan (Sugiyono, 2013:246). Tahapan analisis data yaitu sebagai berikut:

### a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Tahap awal dari penelitian ini adalah Reduksi data, dengan mencari dan mengumpulkann data dari berbagai sumber. Dilanjutkan melakukan analisis dengan cara mengkategorikan, memilih, dan memfokuskan pada data yang penting. Dengan mengumpulkan data-data dari hasil penelitian observasi dan wawancara. Dilanjutkan dengan memilih data dengan menyesuaikan dengan tujuan penelitian. Terdapat dua langkah reduksi data yang dilakukan oleh penulis, diantaranya:

- 1) Tahap pertama, penulis melakukan kajian pada tiap unggahan yang ditentukan serta tujuan dari pada penelitian ini, diikuti dengan analisis teori yang relevan.

2) Tahap kedua, menggabungkan data-data dari dokumentasi dan observasi, kemudian penulis memberikan pendapat atau argumen secara analisis terhadap objek penelitian, yaitu gaya retorika dakwah yang terdapat dalam konten tiktok akun milik @aabelkarimi.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

tahap lanjutan yaitu penyajian data, dimana dalam penelitian kualitatif penyajian data disajikan dalam bentuk teks naratif, bagan, chart, dan sejenisnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teks naratif dalam menyajikan data – data.

c) *Conclusion Drawing / Verification* (Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi)

Pada tahap akhir penulis memberikan jawaban atas rumusan penelitian. Memberikan kesimpulan dan jawaban yang kredibel dengan dukungan data yang lengkap. Dalam tahap ini, rumusan penelitian yang akan di jawab penulis dengan lebih jelas dan rinci terkait bagaimana metode dakwah yang telah dibahas dalam penelitian ini.

## **H. Rencana Jadwal Penelitian**

Penulis merencanakan jadwal penelitian guna mendapatkan informasi yang lebih mendalam sesuai arahan dari dosen pembimbing

dalam penyusunan naskah penelitian ini.

No	Daftar Kegiatan	Agustus 2022	September 2022	Oktober 2022	November 2022	Februari 2023	Mei 2023	Juni 2023
1	Pengumpulan Data Proposal							
2	Penyusunan Proposal							
3	Bimbingan Proposal							
4	Revisi Proposal							
5	Sidang Usulan Penelitian Penelitian							
6	Revisi Usulan Penelitian							
7	Pelaksanaan Penelitian							
8	Analisis dan Pengolahan Data							

9	Penulisan Laporan							
10	Bimbingan Skripsi							
11	Bimbingan Akhir Skripsi							
12	Sidang Skripsi							
13	Revisi Skripsi							

Table 3. Rencana Jadwal Penelitian