

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Habib Bahar bin Smith adalah seorang dai yang sering muncul dalam media YouTube, namun terkenal karena gaya retorikanya yang kontroversial. Dia dikenal karena beberapa pernyataan dan perilakunya yang kontroversial, yang sering kali menimbulkan polemik di masyarakat. Habib Bahar bin Smith sering kali membuat pernyataan yang kontroversial terkait agama, politik, dan isu sosial. Misalnya, pernyataan-pernyataannya tentang keislaman seseorang atau kelompok tertentu sering dianggap provokatif dan menyulut reaksi negatif.

Retorika dakwah yang ditampilkan oleh Habib Bahar bin Smith mencerminkan kombinasi antara keberanian dalam menyuarakan kebenaran dengan penuh semangat, serta kejelasan dalam menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayaknya. Gaya penyampaiannya yang tegas dan berapi-api tidak hanya membangkitkan emosi pendengar, tetapi juga mengundang mereka untuk merenungkan makna-makna mendalam dari ajaran Islam. Habib Bahar sering menggunakan bahasa yang sederhana namun penuh pengaruh, memilih kata-kata yang tepat untuk mempengaruhi pemikiran dan tindakan orang-orang yang mendengarnya. Selain itu, dalam retorikanya, ia juga sering memanfaatkan analogi-analogi yang kuat dan kisah-kisah yang menginspirasi dari kehidupan Rasulullah dan para sahabat untuk memperkuat pesannya.

Pendekatan retorika Habib Bahar juga sering kali mencakup kritik terhadap ketidakadilan dan korupsi dalam masyarakat, serta penekanan pada pentingnya moralitas dan keadilan sosial menurut nilai-nilai Islam. Hal ini menjadikan dakwahnya tidak hanya sebagai upaya untuk memperbaiki kehidupan spiritual individu, tetapi juga sebagai panggilan untuk berperan aktif dalam membangun masyarakat yang lebih baik dan adil. Meskipun gaya penyampaiannya kontroversial dan sering kali menuai pro dan kontra, keberanian dan ketegasannya dalam berdakwah telah membuatnya menjadi salah satu tokoh yang memiliki pengaruh signifikan dalam ranah keagamaan dan sosial di Indonesia.

Dalam menyampaikan dakwahnya, Habib Bahar bin Smith dikenal menggunakan gaya bahasa yang sangat tegas dan kadang-kadang mengandung nada yang keras. Hal ini dapat menimbulkan ketegangan dan ketidaknyamanan di antara pendengarnya, terutama mereka yang mungkin tidak terbiasa dengan gaya dakwah yang sangat langsung. Gaya retorika yang kontroversial Habib Bahar bin Smith dapat mempengaruhi pendengarnya dengan berbagai cara. Bagi sebagian orang, dia dianggap sebagai sosok yang tegas dan jujur, sementara bagi yang lain, gaya komunikasinya dapat dianggap sebagai menghasut atau tidak mendukung dialog yang konstruktif.

Perlu diketahui bahwa kegiatan dakwah islami tidak mesti selalu dilakukan di sekitar majlis ta'lim, yang meliputi ceramah, tausiyah, dan nasihat tentang pengetahuan agama, baik itu pembahasan tentang ilmu syari'at islam, tafsir, tauhid dan pembahasan syariat islam yang lain. Namun, dengan

berkembangnya teknologi komunikasi, dakwah Islam dapat dilakukan dengan cara yang berbeda yakni bisa dilakukan dengan cara memposting video, gambar dan lain-lain di berbagai macam jenis media sosial.

Perkembangan teknologi informasi di era modern sangat pesat, di dalam kehidupan masyarakat internet adalah salah satu bentuk media dari teknologi informasi yang berkembang secara pesat dari teknologi lainnya. Di dalam buku Teknologi Informasi dan Komunikasi karangan Hendri Pondia menyebutkan bahwa internet adalah sekumpulan komputer yang terhubung antara satu sama lain di dalam sebuah jaringan. Disebut yang terhubung karena internet menghubungkan komputer-komputer dan jaringan komputer yang ada di seluruh dunia menjadi sebuah jaringan komputer yang sangat besar.

Media yang ada saat ini memberikan kemudahan bagi masyarakat yang belum memilikinya waktu untuk menyaksikan studi agama hidup sementara orang sibuk dengan kegiatan, mereka dapat menyaksikan kajian agama melalui media elektronik mereka miliki, atau melalui surat kabar, majalah, buku, atau dari jaringan internet dan media sosial dan keuntungannya para pengguna media sosial tidak perlu takut akan ketinggalan informasi kajian keagamaan yang disebabkan oleh bentrohnya waktu kajian dengan aktivitas lainnya karena kajian dapat dilihat dan didengarkan bersamaan dengan aktivitas lainnya atau bisa juga dilihat sesudah aktivitas yang lainnya selesai. Jadi, sekarang orang tidak perlu khawatir tentang hal itu dapatkan informasi kegiatan dakwah, karena dimanapun kita berada kita dapat mengakses semua informasi ini dari media yang tersedia.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, metode dakwah melalui lisan juga mengalami perkembangan, terutama dengan memanfaatkan teknologi dan informasi sebagai sarana dakwah. Banyak da'i atau pendakwah yang kini menggunakan media sosial untuk berbagi aktivitas dakwah mereka. Salah satunya adalah Habib Bahar Bin Smith, yang memanfaatkan platform sosial media Youtube sebagai sarana dakwahnya. Youtube, sebagai situs berbagi media, memungkinkan penggunaanya untuk berbagi berbagai konten, mulai dari video, audio, hingga gambar. Dengan jangkauan yang luas dan akses yang mudah, hanya membutuhkan koneksi internet, Youtube menjadi pilihan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

Dalam proses dakwahnya, Habib Bahar Bin Smith sering membagikan kegiatan dakwahnya melalui channel Youtube pribadinya, Sayyid Bahar Bin Sumaith Official, yang telah memiliki 562 ribu subscriber. Channel Youtube ini, yang dibuat enam tahun lalu, menjadi media dakwah yang memungkinkan pesan-pesan dakwahnya dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Habib Bahar Bin Smith atau yang kerap dikenal sebagai Habib Bahar merupakan salah satu ulama yang ada di Indonesia, Beliau merupakan pendiri sekaligus pemimpin LSM Majelis Pembela Rasulullah Sejak tahun 2007. Beliau juga mendirikan paguyuban bernama Pondok Pesantren Tajul Alawiyyin yang mengadopsi sistem salaf di daerah Pabuaran, Kemang, Bogor. Dalam proses dakwahnya beliau memiliki hal unik yang dimana biasanya para pendakwah berdakwah menggunakan tutur kata yang baik, lemah lembut, namun berbeda dengan Habib Bahar Bin Smith, beliau berdakwah dengan cara

yang keras dan terkesan arogan, namun hal tersebut tidak membuat Habib Bahar Bin Smith kehilangan jamaahnya.

Dalam Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rita Wastiainsih yang berjudul Analisis Framing Pemeritaan Ujaran Kebencian Habib Bahar Bin Smith Pada Aksi Reuni 212 Di Media Online Detik.com Tanggal 2-3 Desember 2018 lebih membahas tentang framing ujaran kebencian yang dilakukan Habib Bahar dalam dakwahnya, sedangkan dalam penelitian saya ini membahas tentang gaya retorika yang dilakukan oleh Habib Bahar Bin Smith, yang dimana gaya retorika ini sangat penting untuk menyampaikan dakwah itu sendiri.

Berdasarkan Gaya Retorika Habib Bahar Bin Smith yang dilakukan dalam ceramahnya di media sosial itulah yang membuat peneliti ini memiliki ketertarikan untuk mejadikan bahan penelitian Skripsi. Dalam hal ini, Peneliti melakukan penelitian observasi langsung terhadap kajian yang dilakukan oleh Habib Bahar Bin Smith dalam media youtube tersebut.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini maka perlu adanya sebuah pengarahannya masalah yang mendalam dari skripsi ini, agar pembahasannya konsisten dan tidak keluar dari fokus kajian penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gaya bahasa yang diterapkan oleh Habib Bahar Bin Smith dalam menyampaikan dakwah di media youtube?

2. Bagaimana gestur dan mimik yang digunakan oleh Habib Bahar Bin Smith dalam menyampaikan dakwah di media youtube?
3. Bagaimana performa Habib Bahar Bin Smith dalam menyampaikan dakwah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gaya bahasa yang digunakan oleh Habib Bahar Bin Smith dalam menyampaikan dakwah di media youtube.
2. Untuk mengetahui gestur dan mimik yang digunakan oleh Habib Bahar Bin Smith di media youtube.
3. Untuk mengetahui performa yang dimiliki oleh Habib Bahar Bin Smith dalam menyampaikan dakwah.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk membagikan kontribusi akademis bagi kelanjutan studi komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya dalam mengukur dan memperkaya khazanah keilmuan dakwah dalam bentuk retorika dakwah bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya dan bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada umumnya, serta sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu, retorika dakwah Habib Bahar juga membantu mahasiswa untuk memahami lebih dalam tentang strategi komunikasi efektif dalam menyebarkan ajaran agama dan nilai-nilai moral.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan kontribusi pemikiran dalam aktivitas dakwah serta meningkatkan kegiatan dakwah yang lebih baik dan sempurna dengan gaya dakwah yang relevan agar Da"i dapat menyampaikan pesan secara efektif dan juga dapat diterima oleh para Da"i dan masyarakat. Gaya penyampaiannya Habib Bahar Bin Smith yang bersemangat dan tegas mengundang untuk dipelajari lebih dalam dalam konteks teknik komunikasi dakwah.

### E. Kajian Penelitian Yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti lebih dulu melaksanakan tinjauan Pustaka. Kajian yang memiliki hubungan dengan tema yang diangkat dengan penelitian ini. Berikut ini beberapa kajian yang serupa dengan penelitian ini yaitu:

Tabel 1.1. Kajian Terdahulu Yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Model Retorika Tabligh: Penelitian Deskriptif Terhadap Retorika Ceramah Ustadz Slamet Nur Anoom	Eneng Siti Hardianti	2021	Skripsi	Sama Sama menggunakan Teori Retorika Aristoteles	Teknik Analisis Datanya Berbeda

2.	Retorika Dalam Pidato Surya Paloh	Novi Fitriani, Dwi Mutia Chan	2022	Jurnal	Sama Sama Menggunakan Gaya Retorika	Objek Penelitiannya Berbeda
3.	Retorika Tabligh Ustadz Aam Amiruddin Dalam Meningkatkan Pemahaman Akhlak Jama'ah (Studi Deskriptif Pada Majelis Percikan Iman Di Masjid Al- Murosalah)	Hani Hadiyanti	2014	Skripsi	Sama Sama Menggunakan Studi Deskriptif	Teknis Analisis Datanya Berbeda
4.	Retorika Dakwah Ustad Das'ad Latief Di Youtube (Studi Dramatisme Dan	Irmawati	2021	Tesis	Sama Sama Menggunakan Retorika Aristoteles	Subjek Penelitiannya Berbeda



	Resepsi Khalayak Di Kota Parepare)					
5.	Gaya Retorika Bagian Metodologi Penelitian Pada Jurnal Nasional Terakreditasi Bidang Sosiologi	Netty Fitria Dinanti, Septi Armayani, Rini Puspita, Wiza Fitriani, Arono Arono	2021	Jurnal	Sama Sama Menggunakan an Gaya Retorika	Objek Pebelitiannya Berbeda

Sumber : Observasi Penulis, 2024

Adapun berdasarkan hasil penelitian yang relevan diatas, setelah dilakukan pengamatan dan analisis data Maka dapat dilihat perbedaannya dengan penelitian yang sedang dilakukan. penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif dengan teori Retorika Aristoteles, namun dengan menggunakan Teknik analisis yang berbeda.

## **F. Landasan Pemikiran**

### **1. Landasan Teoritis**

Dalam dakwahnya, Habib Bahar Bin Smith sering membagikan aktivitas dakwah melalui channel YouTube pribadinya, Sayyid Bahar Bin Sumaith Official, yang kini telah memiliki 562 ribu subscriber. Channel

YouTube yang ia buat enam tahun lalu ini menjadi sarana dakwah yang efektif untuk menjangkau khalayak luas.

Menurut Keraf (2010:11) bahwa Retorika adalah aktivitas berbicara langsung kepada audiens, di mana pesan disampaikan secara eksplisit dan interaktif. Pemahaman ini mencerminkan retorika sebagai alat untuk mempengaruhi audiens melalui pidato atau komunikasi langsung. (Astuti, 2020).

Teori retorika menurut Gorys Keraf mencakup gaya yang digunakan oleh seorang pembicara untuk menyampaikan pesan. Ini meliputi bahasa yang dipakai, ritme atau nada yang diciptakan, serta gerak tubuh dan perilaku yang ditampilkan. Pendekatan ini relevan dalam berbagai bidang, seperti politik, pendidikan, dan bisnis, di mana penggunaan bahasa yang efektif adalah kunci untuk mencapai tujuan persuasi (Dhanik dan Anna 2020: 3-4).

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2013) retorika ialah retorika menjadi lebih dari sekadar seni berbicara, melainkan juga sebagai teknik berbahasa yang dapat diaplikasikan dalam komunikasi tertulis. Ini menekankan pentingnya persiapan dan penyusunan pesan dalam retorika, yang merupakan aspek krusial dalam mencapai komunikasi yang efektif dan persuasif.

Seorang pembicara tidak hanya dinilai dari gaya bicarannya, tetapi juga harus mampu menyampaikan kata-kata yang menarik dan informatif. Selain itu, pembicara perlu memiliki kemampuan untuk menghibur audiens dan mempengaruhi mereka secara persuasif. Ini menunjukkan

bahwa berbicara secara efektif memerlukan keterampilan komunikasi yang baik, yang dikenal sebagai retorika (Ridwan, 2013 : 53).

Gorys Keraf (2016:1) menggambarkan retorika sebagai istilah yang secara tradisional digunakan untuk teknik penggunaan bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada pengetahuan yang terstruktur dengan baik. Retorika juga dapat diartikan sebagai prinsip-prinsip untuk menyusun pidato yang persuasif dan efektif.

## 2. Kerangka Konseptual

### a. Media Dakwah

Asal kata "media" berasal dari bahasa Latin "*median*," yang merupakan bentuk jamak dari "*medium*," yang secara harfiah berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media Lebih jelasnya, media merujuk pada alat-alat fisik yang membantu menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya (Amin S, 2009: 113).

Media dakwah mencakup segala bentuk sarana atau alat yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat. Ini bisa berupa media cetak seperti buku, majalah, dan pamflet, media elektronik seperti radio dan televisi, serta media digital seperti website dan media sosial (Mujiburrahman, 2014: 15)

Segala sesuatu yang bisa mendukung proses dakwah dan berfungsi untuk membuat penyampaian pesan dari da'i ke khalayak

lebih efektif dapat disebut sebagai media dakwah. Dengan banyaknya pilihan media yang ada, da'i perlu cermat dalam memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah, tentunya dengan mengikuti prinsip-prinsip penggunaan media (Aminuddin, 2016).

Pada dasarnya, dakwah bisa disampaikan melalui berbagai media yang dapat merangsang indra manusia dan menarik perhatian untuk menerima pesan dakwah. Berdasarkan jumlah audiens yang menjadi target dakwah, media bisa diklasifikasikan menjadi dua: media massa dan media non-massa (Ilaihi W, 2010: 105).

Seiring dengan perkembangan zaman, media dakwah juga ikut berkembang agar tetap relevan. Di era modern ini, dakwah dilakukan melalui berbagai media seperti media cetak, radio, audio, televisi, audio-video, hingga teknologi internet. Internet sendiri berfungsi sebagai media untuk menyebarkan informasi, termasuk tentang agama (Bunt, 2003).

#### b. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Dalam era digital yang terus berkembang, transformasi dalam cara kita berinteraksi dan memperoleh informasi telah menjadi sangat signifikan. Perkembangan teknologi, khususnya internet, telah mengubah pola komunikasi menjadi lebih cepat, terkoneksi, dan mendunia. (Arif & Roem, 2019). Dalam konteks ini, media sosial telah muncul sebagai salah satu alat utama yang memainkan peran krusial dalam memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi.

Media sosial telah muncul sebagai salah satu alat utama yang memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi. Dalam konteks dakwah, sosial media menawarkan potensi besar untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas, memungkinkan para dai dan organisasi dakwah menjangkau lebih banyak orang (Rohman, 2019).

Dengan karakteristiknya yang interaktif dan kemampuannya untuk berbagi konten secara cepat, media sosial menjadi platform yang efektif untuk dakwah. Namun, meskipun memiliki banyak potensi, pemanfaatan media sosial untuk dakwah juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Persaingan informasi yang ketat dan risiko penyebaran konten yang tidak akurat atau kontroversial menjadi beberapa hal yang harus dihadapi oleh para dai dan organisasi dakwah.

Dalam dakwah melalui media sosial dapat memberikan dampak positif yang signifikan, baik dalam meningkatkan pemahaman keagamaan audiens maupun memperkuat ikatan sosial. (Sumadi, 2016). masih ada kesenjangan dalam pemanfaatan media sosial untuk dakwah, terutama terkait keterampilan dalam mengoperasikan platform ini dan berinteraksi dengan audiens. Mengatasi kesenjangan ini sangat penting untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era digital.

Hal ini dicapai melalui penyediaan konten yang edukatif, informatif, dan mendalam. Media sosial memungkinkan audiens untuk mengakses berbagai sumber dan pemikiran yang beragam, yang pada gilirannya dapat memperkaya pengetahuan keagamaan mereka. Selain itu, media sosial juga berpotensi memperkuat ikatan sosial di antara audiens dengan menyediakan platform untuk diskusi dan interaksi. (Wibowo, 2019).

Pandangan ini menekankan kekuatan media sosial sebagai alat untuk edukasi dan penyebaran informasi yang lebih luas. Dalam konteks dakwah, media sosial bisa menjadi jembatan yang menghubungkan berbagai pemikiran dan pandangan, memungkinkan dakwah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Nurhidayah, & Chaerunisa (2019) menyebutkan bahwa meskipun media sosial memiliki potensi besar untuk dakwah, ada kesenjangan dalam pemanfaatannya. Selain itu, para dai dan organisasi dakwah harus menghadapi tantangan berupa persaingan informasi yang ketat dan risiko penyebaran konten yang tidak akurat atau kontroversial. Tantangan ini menyoroti kebutuhan akan strategi yang tepat dalam penggunaan media sosial untuk dakwah, termasuk pengelolaan konten dan pemilihan platform yang sesuai.

### c. Retorika

Retorika/*rhetoric* berasal dari bahasa latin yakni Rethorika yang berarti ilmu berbicara atau seni berbicara. Menurut Aang

Ridwan dalam bukunya, dijelaskan bahwa seorang pembicara tidak hanya diukur dari gaya bicaranya, tetapi juga dari kemampuannya untuk menyampaikan kata-kata yang menarik, informatif, rekreatif, dan persuasif. Artinya, retorika adalah gabungan dari berbagai keterampilan berbicara yang dirancang untuk mempengaruhi audiens secara menyeluruh.

Dalam konteks dakwah, retorika tidak hanya berfungsi untuk berbicara di depan umum, melainkan juga untuk menyampaikan pesan agama dengan cara yang menarik dan meyakinkan. Pengetahuan dan keterampilan retorika yang baik sangat penting bagi seorang da'i untuk menjangkau dan mempengaruhi audiens mereka secara efektif. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan ilmu retorika dalam dakwah menjadi kunci untuk mencapai tujuan komunikasi yang sukses (Ridwan,2013:53).

Retorika merupakan elemen esensial dalam komunikasi, terutama dalam konteks dakwah. Sebagai seni berbicara, retorika tidak hanya melibatkan teknik berbicara di depan umum, tetapi juga menggabungkan berbagai keterampilan untuk membuat pesan lebih menarik, informatif, rekreatif, dan persuasif.

Nilai seorang pembicara ditentukan oleh kemampuannya untuk menggunakan kata-kata yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan informasi yang jelas, menghibur audiens, dan mempengaruhi mereka secara persuasif. Ini menunjukkan bahwa

retorika merupakan alat penting dalam menyampaikan pesan dengan cara yang efektif dan mempengaruhi audiens untuk menerima pesan tersebut (Sixmansyah, 2014).

retorika memiliki peran yang krusial. Retorika dakwah sering kali disamakan dengan public speaking, namun sebenarnya lebih dari sekadar berbicara di depan umum. Retorika dakwah mencakup seni berbicara yang dirancang untuk menyakinkan audiens tentang ajaran agama melalui pendekatan persuasif (Prasetyo, 2019). Tempatkan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens, sesuaikan dengan kebutuhan yang diharapkan.

Sebagai seorang da'i harus bisa menempatkan bahasa yang cocok pada setiap objek dakwahnya. (Rafiq, 2015) bukan hanya tentang menyampaikan informasi agama, tetapi juga tentang memahami situasi audiens dan memiliki pengetahuan serta wawasan yang luas. Beretorika yang baik berarti memiliki keyakinan teguh dalam menjalankan agama, sehingga audiens dapat lebih mudah dan cepat menerima ajakan kebaikan. Jika seorang da'i tidak menguasai ilmu retorika, pesan dakwah yang disampaikan bisa terasa hampa dan tidak mendapatkan respons yang diharapkan dari audiens, yang dapat berdampak negatif pada efektivitas dakwah.

Syarat lain yang penting dalam komunikasi retorika adalah penalaran yang benar. Aristoteles telah lama menekankan bahwa retorika bukan hanya permainan kata-kata atau bahasa semata.



Penalaran yang logis adalah dasar dari persuasi yang efektif. Zainal (2020) mengungkapkan bahwa dalam retorika terkandung dua aspek penting: alasan-alasan yang digunakan sebagai bukti dan karakter komunikator.

Alasan-alasan ini berfungsi sebagai dasar persuasi, sedangkan karakter komunikator mempengaruhi kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Menyampaikan pesan dengan argumen yang logis dan memberikan contoh konkret dapat memperkuat daya persuasi dan meningkatkan kredibilitas pembicara.

d. Youtube Sebagai Media Dakwah

YouTube telah menjadi salah satu platform media berbagi video yang paling populer di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Dengan kemampuannya untuk menyebarkan informasi dengan cepat, YouTube memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai jenis konten, seperti berita, hiburan, pendidikan, tutorial, dan banyak lagi, tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu. Fenomena ini sejalan dengan kewajiban untuk menyampaikan dan menerima dakwah yang berlaku bagi siapa saja. (Sulaiman, 2020).

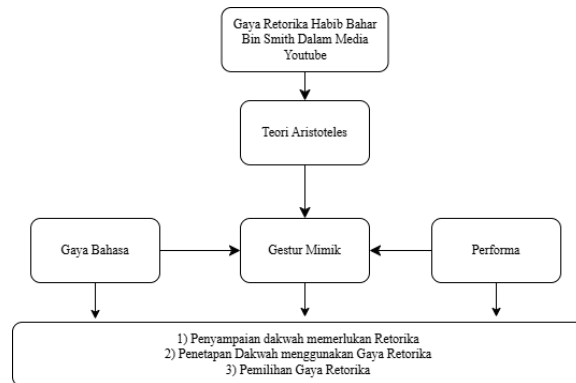
YouTube sebagai platform media sosial memiliki peran signifikan dalam penyebaran dakwah. Salah satu keunggulan utama YouTube adalah kemampuannya untuk menjangkau audiens global dengan cepat dan efisien. Dengan berbagai jenis konten yang dapat diakses, seperti video ceramah singkat, potongan ceramah, ceramah

serial, musik, dan aliran langsung, YouTube menyediakan banyak pilihan bagi pendakwah untuk menyampaikan pesan mereka kepada berbagai segmen audiens. (A'raf, 2013). Kemudahan akses yang ditawarkan oleh YouTube membuatnya menjadi pilihan utama bagi banyak pendakwah dalam menyebarkan pesan mereka. (Hamdan, 2003).

Dakwah melalui YouTube juga menawarkan fleksibilitas yang besar bagi masyarakat. Sidik (2019) mengungkapkan bahwa masyarakat bebas memilih materi dakwah yang mereka minati, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih fleksibel dan tidak terpaksa. Dengan adanya berbagai opsi konten, audiens dapat memilih video yang sesuai dengan minat mereka, apakah itu tentang agama, bisnis islami, atau silaturahmi. Ini menciptakan pengalaman yang lebih personal dan relevan bagi setiap individu.

Namun, untuk memaksimalkan dampak dakwah di YouTube, penting untuk memperhatikan segmentasi audiens. Hamdan (2021) menekankan bahwa pembuatan konten harus disesuaikan dengan preferensi audiens yang ditargetkan. Misalnya, jika target dakwah adalah anak muda atau generasi milenial, maka konten yang relevan mungkin termasuk musik, film, atau tema yang populer di kalangan mereka. Dengan memahami segmentasi audiens dan menciptakan konten yang sesuai, pendakwah dapat meningkatkan kemungkinan

bahwa pesan mereka akan diterima dan diresapi oleh audiens yang tepat.



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual  
Sumber: Observasi Penulis, 2024

Penyampaian retorika dalam dakwah bukan hanya tentang menyampaikan pesan agama, tetapi juga tentang membangun pemahaman yang lebih dalam, memotivasi perubahan positif, dan memperkuat nilai-nilai moral dalam masyarakat. Dengan memahami dan menggunakan retorika dengan baik, pemimpin dakwah dapat menjadi agen perubahan yang efektif dalam mempengaruhi kehidupan spiritual dan sosial audiens mereka.

Penggunaan retorika dalam dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi pemahaman dan sikap audiens terhadap ajaran agama atau pesan-pesan spiritual. Retorika dalam dakwah sering kali mencakup penggunaan argumentasi yang berbasis logika untuk memperkuat pesan-pesan agama.

## G. Langkah-Langkah Penelitian

### 1. Objek Penelitian

Pada penelitian kali ini yang akan menjadi objek penelitiannya adalah video pada kanal youtube Sayyid Bahar Bin Sumaith Official pada tabel berikut.

Tabel 1.2. Objek Penelitian

No	Judul Video	Penonton	Penyuka Video	Komentar Video	Unggahan
1.	Seru Saling Serang!!Habib Bahar Ber	37.519	1.700	608	21 Oktober 2023
2.	Nyesel Gak Nonton!!Si Imad Di Sikat Di Sarang Nya Sendiri!!Hbs Ceramah Di Banten Jam 4 Pagi Ditunggu	294.802	5.300	4.937	30 Juli 2023
3.	Viral!!Hb Bahar Angkat Suara Atas Pemecatan 3	244.598	8.600	4.199	2 April 2023

	Avsec,Hbs : Akan Saya Lawan & Hadapi Angkasa Pura li				
4.	Hbs Menggeparkan Aksi!!Orasi Full Habib Bahar Yg Membuat Israel Dan Amerika Serta Antek2 Nya Gemetar	36.912	2.100	489	26 Oktober 2023

Sumber: Observasi Penulis 2024

Pada penelitian kali ini yang akan menjadi objek penelitiannya adalah video pada channel youtube Habib Bahar Bin Smith yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan retorika dakwah Habib Bahar Bin Smith. Bagaimana cara Habib Bahar Bin Smith dalam menyampaikan pesan ceramahnya selalu menggunakan gaya bicara yang unik dan pesan

agama yang disampaikan oleh Habib Bahar Bin Smith pun sangat jelas dan mudah dipahami oleh para Jama'ahnya.

## **2. Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian ini mengadopsi paradigma interpretif untuk memahami dan menganalisis gaya retorika yang digunakan oleh Habib Bahar Bin Smith dalam media YouTube. Paradigma interpretif, sebagaimana dijelaskan oleh Muslim (2016), merupakan pendekatan yang berfokus pada penjelasan rinci tentang perilaku manusia melalui observasi langsung. Pendekatan ini mirip dengan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam tentang peristiwa sosial atau budaya dengan mengandalkan perspektif orang yang diteliti.

Dalam konteks penelitian ini, paradigma interpretif memungkinkan peneliti untuk menyelidiki bagaimana Habib Bahar Bin Smith menggunakan gaya retorika dalam video-video YouTube-nya dan bagaimana gaya tersebut mempengaruhi audiens.

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menggali secara mendalam gaya retorika Habib Bahar Bin Smith dan dampaknya terhadap audiens. Beni (2015) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi ilmiah dengan menekankan pemahaman mendalam daripada generalisasi.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif penelitian ini dapat digunakan untuk menggali dan memahami secara mendalam bagaimana gaya retorika yang kontroversial dari Habib Bahar bin Smith

mempengaruhi pendengarnya dan bagaimana pesan-pesan yang disampaikan diterima dan diinterpretasikan oleh audiens.

### **3. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Metode studi kasus, seperti yang diuraikan oleh Nursalam (2016), adalah jenis penelitian yang berfokus pada pengkajian mendalam terhadap satu kasus tertentu untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang latar belakang, sifat, dan karakter kasus tersebut. Studi kasus bertujuan untuk mengkaji suatu kasus secara intensif dan rinci,

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk menghasilkan gambaran secara mendetail mengenai gaya retorika yang digunakan Habib Bahar Bin Smith dalam media youtube. Dalam hal ini, metode studi kasus dapat digunakan untuk mengeksplorasi secara mendalam beberapa video atau pidato spesifik yang diberikan oleh Habib Bahar bin Smith di platform YouTube.

### **4. Jenis Data dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Data**

Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang berlandaskan pada konstruktivisme. Konstruktivisme beranggapan bahwa realitas bersifat multidimensional, interaktif, dan merupakan hasil dari pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu secara subjektif (Sukmadinata, 2005).

Dalam jenis penelitian ini, data yang dikumpulkan meliputi hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan, yang disusun secara langsung di lokasi penelitian tanpa diubah menjadi angka-angka.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, artinya Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang rinci dan komprehensif mengenai topik yang diteliti, berfokus pada pemahaman kontekstual dan interpretasi dari data yang diperoleh.

#### **b. Sumber Data**

Dalam penelitian ini terdapat dua bagian Sumber Data yaitu:

##### 1) Sumber Data Primer

sumber yang memberikan informasi langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2020). Untuk penelitian ini, data primer berasal dari kata-kata atau kalimat dakwah yang diucapkan dalam video ceramah Habib Bahar Bin Smith di channel YouTube Sayyid Bahar Bin Sumaith Official.

##### 2) Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder yaitu informasi yang bersumber dari bacaan dan dokumen yang diperoleh dari tangan kedua (Nasution, 2013). Data sekunder dalam penelitian ini mencakup berbagai jenis informasi yang relevan dengan topik penelitian, seperti website, artikel, media sosial, hasil wawancara langsung,



dan buku-buku terkait dengan dakwah Islam, gaya pidato, serta metodologi penelitian. Sumber data sekunder ini memberikan konteks tambahan dan mendukung pemahaman tentang gaya retorika Habib Bahar Bin Smith.

## **5. Unit Analisis**

Analisis dilakukan pada unit tertentu yang dianggap relevan dengan subjek penelitian. Dalam hal ini, unit analisis adalah gaya retorika dakwah yang disampaikan oleh Habib Bahar Bin Smith melalui channel YouTube-nya.

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan oleh peneliti sendiri. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai perancang, pengumpul data, penganalisis, dan penafsir sebelum melaporkan temuannya. Proses pengumpulan data dan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi untuk analisis ini. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### **a. Observasi**

Teknik ini melibatkan pengamatan langsung terhadap perilaku dan makna dari apa yang diamati (Sugiyono, 2020:229). Dalam penelitian ini, peneliti menonton dan mendengarkan video ceramah Habib Bahar Bin Smith untuk mengamati gaya bahasa, mimik atau gestur, serta pemilihan materi dakwah yang disampaikan. Observasi

ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana retorika Habib Bahar Bin Smith diterapkan dalam video ceramahnya.

b. Dokumentasi

Teknik ini melibatkan penggunaan dokumen sebagai sumber data yang mendukung dan memperkaya informasi penelitian (Moleong, 2010). Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini mencakup arsip, catatan harian, majalah, autobiografi, serta buku-buku tentang ilmu dakwah. Selain itu, dokumen terekam seperti foto-foto dan video dari akun YouTube Sayyid Bahar Bin Sumaith juga digunakan sebagai bagian dari data yang dikumpulkan.

## 7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif teknik yang dapat dipakai untuk menentukan keabsahan data, cara yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan lebih memilih menggunakan teknik triangulasi. Proses pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri, yang berperan sebagai perancang, pengumpul data, penganalisis, dan penafsir. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti secara langsung mengumpulkan dan menganalisis data untuk memahami secara mendalam gaya retorika dakwah Habib Bahar Bin Smith. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana retorika dakwah disampaikan dan diterima oleh audiens

## 8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah penting dalam proses penelitian kualitatif, di mana data yang telah dikumpulkan diolah secara sistematis untuk menghasilkan informasi yang bermakna. Menurut Sugiyono (2020), analisis data kualitatif melibatkan tiga alur kegiatan utama:

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

Adalah proses penyaringan, pemfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari catatan lapangan. Ini merupakan langkah awal yang krusial dalam analisis data kualitatif.

### b. Penyajian Data (*Data Display*)

Adalah tahap di mana informasi yang telah dipilih dan direduksi diorganisasikan untuk memudahkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada tahap ini, data disajikan dalam bentuk yang terstruktur, seperti narasi deskriptif, tabel, grafik, atau diagram, yang memungkinkan peneliti untuk melihat pola atau hubungan yang ada dalam data.

Bentuk penyajian data yang paling umum adalah teks uraian yang memaparkan temuan-temuan penting dari data secara sistematis. Penyajian data yang baik akan memudahkan peneliti dalam memahami makna dari data yang diperoleh dan membuat keputusan mengenai langkah-langkah analisis lebih lanjut atau tindakan yang perlu diambil berdasarkan informasi tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan (*verification*)

proses akhir dalam analisis data kualitatif di mana peneliti meninjau kembali catatan lapangan dan melakukan diskusi dengan teman sejawat untuk mengembangkan validitas temuan. Pada tahap ini, peneliti mengevaluasi makna yang muncul dari data untuk memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik adalah sah dan konsisten. Proses ini melibatkan verifikasi terhadap kebenaran dan kekuatan data, dengan membandingkan temuan dengan catatan lapangan dan mendapatkan umpan balik dari kolega atau sumber informasi lain.

Penarikan kesimpulan yang akurat hanya dilakukan setelah peneliti yakin bahwa tidak ada informasi tambahan yang dapat mempengaruhi hasil analisis. Kesimpulan akhir diperoleh setelah mencapai konsensus yang optimal antara peneliti, sumber-sumber informasi, dan rekan-rekan peneliti, sehingga menjamin validitas dan akurasi temuan.