

PERSEPSI TERHADAP GAYA RETORIKA DAKWAH
(Studi Terhadap *Viewers Channel Youtube Husain Basyaiban*)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

ROIHANIFA AL KUDUS
NIM 1917102100

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF K.H SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roihanifa Al Kudus
NIM : 1917102100
Jenjang : S1
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul **Persepsi Terhadap Gaya Retorika Dakwah (Studi Terhadap Viewers Channel Youtube Husain Basyaiban)** ini secara keseluruhan hasil penelitian atau karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi sitasis dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya akan bertanggung jawab.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



1000
METRO
TEMA
72B5BAKX59642181

Roihanifa Al Kudus
NIM. 1917102100

LEMBAR PENGESAHAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN
Skripsi Berjudul

Persepsi Terhadap Gaya Retorika Dakwah
(Studi Terhadap *Viewers Channel Youtube Husain Basyaiban*)

Yang disusun oleh **Roihanifa Al Kudus** NIM. 1917102100 Program Studi **Komunikasi Dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **11 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam **Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II


Uus Uswatusolihah, M.A.
NIP. 19770304 200312 2 001


Iif Alfiyatul Mukaromah, M.Kom

Penguji Utama,


Dr. Umi Halwati, M.Ag
NIP. 19840819 201101 2 011

Mengesahkan,

Purwokerto, **24-10-2023**
Dekan,


Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi maka kami sampaikan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Roihanifa Al Kudus
NIM : 1917102100
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Persepsi Terhadap Gaya Retorika Husain Basyaiban (Studi Etnografi Virtual Terhadap *Viewers Channel Youtube* Husain Basyaiban)

Telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Waalaikumussalam Wr. Wb.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Pembimbing,



Uus Uswatusolihah, M.A.

NIP. 19770304 200312 2 001

PERSEPSI TERHADAP GAYA RETORIKA DAKWAH
(Studi Terhadap *Viewers Channel Youtube Husain Basyaiban*)

Roihanifa Al Kudus
NIM 1917102100
roihanifaa@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan serta perkembangan teknologi saat ini telah memberi kemajuan serta kelengkapan dalam berhubungan di kehidupan manusia serta memberi banyak perubahan, salah satunya dalam bidang dakwah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam penyebaran dakwah sehingga para pelaku dakwah pun harus turut mengikuti perkembangan teknologi, contohnya menggunakan sosial media. Platform sosial media yang banyak digunakan oleh para pendakwah yaitu *youtube*. Salah satu pendakwah yang cukup menarik perhatian mad'u yaitu Husain Basyaiban. Dimana Husain dalam waktu singkat dapat menarik banyak perhatian penonton dikarenakan dalam penyampaian dakwahnya dia memberikan sumber atau dalilnya juga, kemudian juga pemilihan tema dakwah yang *fresh* membuat mad'u banyak yang tertarik.

Penelitian ini menggunakan jenis dan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya yaitu menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pemilihan sample secara *purposive sampling*. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi dari *viewers channel youtube* Husain Basyaiban yaitu "kadamsidik" terhadap gaya retorika dakwahnya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa menurut persepsi penonton, dalam penyampaian ceramahnya, penonton setuju bahwa Husain memiliki ritma yang cepat sehingga terkesan tidak ada jeda dalam penyampaian dakwahnya. Tetapi dibalik cepanya ritma dari dakwah tersebut, penonton juga mengatakan bahwa Husain memiliki artikulasi yang jelas. Kemudian Husain juga menggunakan istilah-istilah perumpamaan dalam gaya bahasanya untuk mempermudah mad'u dalam menerima pesan dakwahnya. Selanjutnya yaitu pakaian yang dikenakan oleh Husain adalah pakaian santai sehari-hari, kemudian ekspresi yang dikeluarkan oleh Husain juga sangat ekspresif, sehingga penonton merasa senang dan asik saat menonton ceramahnya.

Kata Kunci: Persepsi, Gaya Retorika Dakwah, Youtube

PERCEPTION OF DA'WAH RHETORICAL STYLE
(A Study on Viewers Husain Basyaiban's Youtube Channel)

Roihanifa Al Kudus
NIM 1917102100

ABSTACT

The advancement and development of technology today has given progress and flexibility in dealing with human life and has made many changes, one of which is in the field of da'wah. This is a challenge in the spread of da'wah so that the perpetrators of da'wah must also follow technological developments, for example using social media. The social media platform that is widely used by preachers is YouTube. One of the preachers who is quite interesting to mad'u is Husain Basyaiban. Where Husain in a short time can attract a lot of audience attention because in delivering his da'wah he provides the source or dalil as well, then also the selection of fresh da'wah themes makes many mad'u interested.

This research uses a descriptive qualitative research type and approach. The data collection technique is using observation, interviews and documentation techniques by selecting samples using purposive sampling. In this research, researchers want to know how viewers of Husain Basyaiban's YouTube channel, namely "kadamsidik", perceive the rhetorical style of his preaching.

The results of this research show that according to the audience's perception, in delivering his lecture, the audience agrees that Husain has a fast rhythm so it seems that there are no pauses in the delivery of his sermon. But behind the fast rhythm of the preaching, the audience also said that Husain had clear articulation. Then Husain also used parable terms in his language style to make it easier for Mad'u to receive his preaching message. Next, the clothes worn by Husain are casual everyday clothes, then the expressions made by Husain are also very expressive, so that the audience feels happy and engrossed when watching his lecture.

Keywords: *Perception, Rhetorical Style of Da'wah, Youtube*

MOTTO

“Jangan melihat ke diri orang lain untuk melihat sebuah kesuksesan. Tetapi lihatlah proses yang telah kamu lalui hingga mencapai titik ini. Bisa jadi apa yang kamu dapatkan sekarang adalah doa-doa yang telah kamu panjatkan dahulu.

Life is still going on, maka berusahalah yang terbaik untuk hidupmu.”

Roihanifa Al Kudus



PERSEMBAHAN

Puja serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Atas segala garis takdir yang telah terukir sehingga memberikan saya kesempatan untuk bisa menjelajahi sebagian ilmu-Nya yang melimpah, dan membekali saya kekuatan, kesabaran, serta ketabahan sampai Lantunan sholawat semoga sampai pada kekasih Allah SWT yakni Nabi Muhammad SAW.

Dalam setiap langkah, saya selalu berusaha dan berdoa untuk mewujudkan harapan-harapan dari orang-orang terkasih serta selalu berusaha untuk membahagiakan orang-orang disekeliling saya. Dengan penuh rasa bangga dan cinta, skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua saya, Ibu Ismah dan Bapak Sudarko yang telah melimpahkan doa, kasih sayang, semangat serta materi. Teimakasih karena selalu berusaha menjadi yang terbaik untuk saya, terimakasih karena sudah selalu berada di samping saya yang juga tidak sempurna ini. Kemudian kepada kakak saya Zul Aziz Baehaqi yang selalu mendorong dan menemani saya dalam menulis skripsi ini, terimakasih atas segala motivasi serta emosi yang selalu menyertai.

Persembahan selanjutnya yaitu untuk almamater saya yaitu Universitas Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dan tak lupa pula terimakasih kepada Allah SWT, atas segala rahmat, berkah serta hidayahnya yang melimpah dan tiada hentinya. Saya mengharapkan skripsi ini nantinya dapat memberi manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Terimakasih pula kepada semua yang telah terlibat dalam pembuatan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur selalu kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa, sholawat serta salam pun senantiasa kita panjatkan kepada Nabi Agung kita Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaatnya di akhirat nanti.

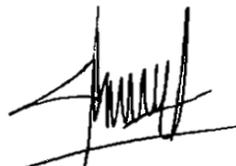
Peneliti menyadari tentu skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan proposal penelitian hingga menjadi sebuah skripsi. Dengan segenap ketulusan hati, peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Prof.Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Manajemen Komunikasi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Uus Uswatussholihah, M.A.
4. Kepala Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom.
5. Dosen Penasehat Akademik Saya, Warto, S.Kom. M.Kom.
6. Dosen Pembimbing Skripsi Uus Uswatussholihah, M.A, yang sudah memberi arahan dalam penyusunan skripsi ini sehingga terselesaikan dengan baik.
7. Segenap Dosen dan staf di Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Staf Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Kedua orang tua saya, Ibu Ismah dan Bapak Sudarko yang telah memberi doa, dukungan, motivasi sera materi.
10. Kakak saya Zul Aziz Baehaqi yang selalu memberi motivasi sera emosi.
11. Sahabat saya sejak kecil, Meli Ayu Pangestika yang selalu memastikan peneliti tetap waras dalam mengerjakan skripsi.

12. Sahabat SMP saya, Restika dan Tia yang telah menemani saya hingga saat ini meskipun terhalang jarak dan waktu.
13. Sahabat SMA saya, Hanna, yang selalu mengajak saya healing, membayari jajan sera mengajak COD.
14. Sofi Kamilah serta Indra Eka Septiani yang selalu membantu saya jika mengalami kesulitan dalam pengerjaan skripsi serta menjadi teman curhat dan teman sambat saya.
15. Lutfiah yang memberi tempat tinggal gratis selama saya di Purwokerto.
16. Ira, Arinal, serta Linta yang telah kebersamai saya semenjak semester satu.
17. Mba Puspa yang banyak membantu sedari awal proposal skripsi ini dibuat.
18. Teman-teman seperjuangan khususnya KPI Bambang 2019 yang selalu kompak sera memberi banyak tawa, canda serta emosi dalam setiap langkahnya.
19. Terakhir namun bukan akhir, peneliti ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri. Terima kasih karena sudah bekerja keras, terima kasih karena telah mempercayai diri sendiri bahwa kamu bisa. Selanjutnya mari kita lanjutkan perjalanan hidup kita.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan peneliti. Tetapi peneliti berharap skripsi ini dapat memberi manfaat khususnya kepada pembaca khususnya Mahasiswa UIN SAIZU Purwokerto.

Purwokerto, 20 Oktober 2023
Peneliti,



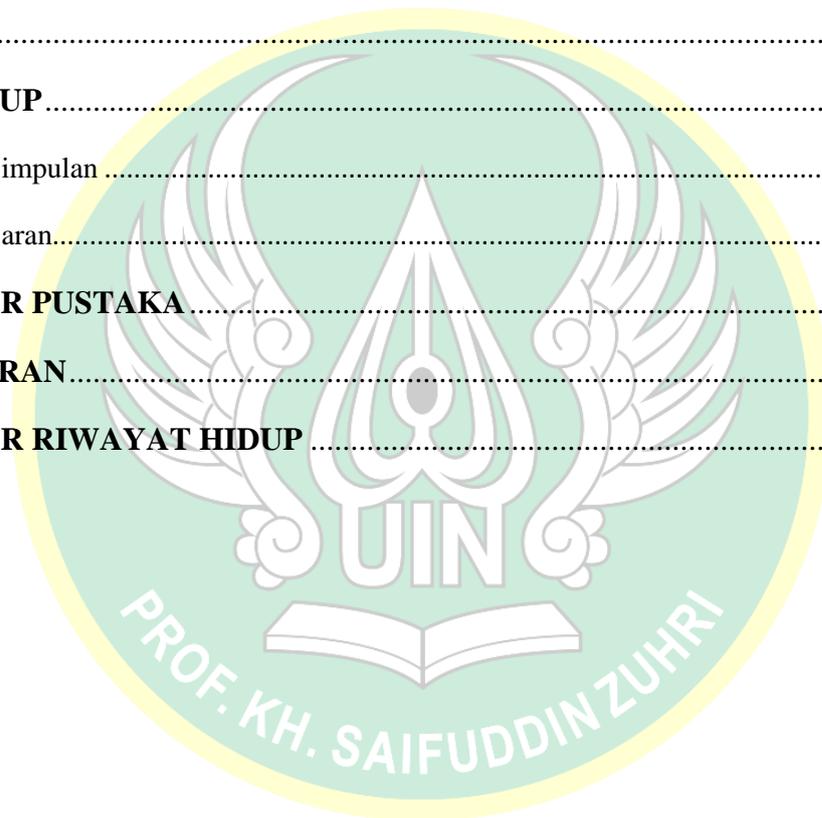
Roihanifa Al Kudus
NIM. 1917102100

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
ABSTACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Kajian Pustaka.....	5
G. Sistematika Penelitian	9
BAB II	10
PERSEPSI VIEWERS TERHADAP GAYA RETORIKA DAKWAH	10
A. Konsep Persepsi	10

1.	Pengertian Persepsi	10
2.	Ciri-Ciri Umum Dunia Persepsi.....	13
3.	Persepsi Bukan Cermin Realitas	13
4.	Hakikat Persepsi.....	14
5.	Dasar Fisiologi Persepsi.....	16
6.	Pengamatan Dunia Nyata.....	18
7.	Persepsi Kedalaman (<i>depth perception</i>).....	20
8.	Persepsi Gerak.....	21
9.	Ilusi	21
10.	Bentuk Persepsi.....	22
11.	Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Persepsi	23
12.	Pengaruh Kebudayaan Terhadap Persepsi	24
13.	Perubahan Persepsi	25
14.	Persepsi dalam Pandangan Al-Qur'an	26
B.	Gaya Retorika Dakwah	27
1.	Ruang Lingkup Retorika.....	27
2.	Dakwah	41
C.	Sosial Media <i>Youtube</i>	50
1.	<i>Youtube</i> sebagai Media Dakwah	50
2.	Tata Cara Pembuatan <i>Youtube</i>	52
D.	Khalayak atau Viewers	53
1.	Pengertian	53
2.	Prinsip-prinsip Khalayak.....	54
3.	Tingkat Kesadaran Khalayak Sasaran.....	56
BAB III		60
METODE PENELITIAN		60
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
B.	Sumber Data.....	60
C.	Subjek dan Objek Penelitian	61
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	61

E. Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV	64
PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Channel Youtube Husain Basyaiban	64
B. Hasil Pengumpulan Data terhadap Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban...	65
C. Hasil Analisis <i>Viewers</i> Terhadap Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban di <i>Youtube</i>	78
BAB V	92
PENUTUP	92
A. Simpulan	92
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Profil channel youtube Husain Basyaiban	2
Gambar 2: Ilusi Muller-Lyer	24
Gambar 3: screenshot video berjudul.....	65
Gambar 4: screenshot video berjudul.....	67
Gambar 5: screenshot video berjudul.....	68
Gambar 6: screenshot video berjudul.....	69
Gambar 7: screenshot video berjudul.....	70
Gambar 8: screenshot video berjudul.....	71
Gambar 9: screenshot video berjudul.....	72
Gambar 10: screenshot video berjudul.....	73
Gambar 11: screenshot video berjudul Kisah	74
Gambar 12: screenshot video berjudul.....	76
Gambar 13: screenshot video berjudul.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1: komentar mengandung unsur retorika dalam video Awaz Sesat Aqidah!! Fawaid #1	66
Tabel 2: komentar mengandung unsur retorika dalam video Maksiat Kok Bangga!! Fawaid #2	68
Tabel 3: komentar mengandung unsur retorika dalam video Cowok Halal Pake Crop Top!?! Tasyabbuh Gender?! Fawaid #5	69
Tabel 4: komentar mengandung unsur retorika dalam video Mau Suka Baca?! Sini Nonton, Fawaid #8	69
Tabel 5: komentar mengandung unsur retorika dalam video Sanad Keilmuan Naruto dan Urgensinya Dalam Agama, Fawaid #9	70
Tabel 6: komentar mengandung unsur retorika dalam video Ninggalin Sholat Lebih Parah Dosanya Dari Memb*nuh, Fawaid #10	71
Tabel 7: komentar mengandung unsur retorika dalam video Ghibah Jadi Halal Karena Ini!?! Fawaid #11	72
Tabel 8: komentar mengandung unsur retorika dalam video Siapa Sebenarnya Iblis? Apa Perbedaan Jin Dan Syaitan? Ajmal Qasas E1	73
Tabel 9: komentar mengandung unsur retorika dalam video Kisah Dzilqarnain Sang Penakluk Ya'juj Ma'juj, Ajmal Qasas E2	75
Tabel 10: komentar mengandung unsur retorika dalam video Kisah Juraij Sang Ahli Ibadah Yang Mendapat Celaka Karena Doa Ibunya, Ajmal Qasas E4.....	77
Tabel 11: komentar mengandung unsur retorika dalam video Anak Allah Versi Bani Israel, Ajmal Qasas E6	78
Tabel 12: komentar yang mengandung gaya bahasa.....	79
Tabel 13: komentar yang mengandung gaya irama suara.....	80
Tabel 14: komentar yang mengandung gaya gerak tubuh	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan serta perkembangan teknologi ini telah memberi kelapangan dalam berhubungan serta berkomunikasi dalam setiap kehidupan manusia serta memberikan pengaruh berupa transformasi terhadap berbagai dimensi salah satunya dalam pembaharuan di kehidupan beragama. Dimana hal ini menjadi rintangan tersendiri dalam menyebarkan pengetahuan, salah satunya yaitu pada dakwah Islam. Para da'i dituntut agar dapat mengikuti perubahan pada cara berdakwah serta media apa yang akan digunakannya dalam berdakwah. Salah satunya yaitu dengan menggunakan teknologi internet serta sosial media, dimana hal itu bisa memberi dampak yang cukup signifikan bagi masyarakat, khususnya dalam menerima informasi terkait dakwah Islam.¹

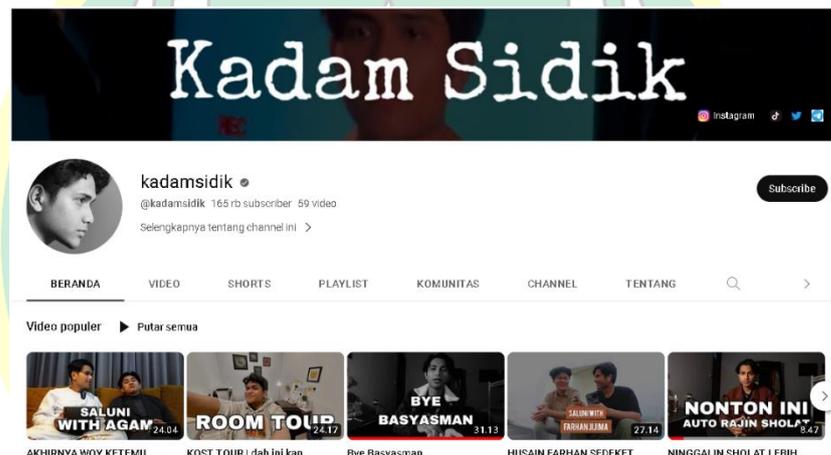
Salah satu platform sosial media yang cukup banyak dipergunakan oleh para da'i dalam penyebaran dakwahnya yaitu media *youtube*. Sebagai salah satu sosial media berbasis video, *youtube* banyak dipergunakan untuk media hiburan serta pembelajaran. Dengan menggunakan *youtube*, da'i dapat menjangkau mad'u lebih luas lagi tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Dari banyaknya dai muda yang bermunculan di sosial media, yang mampu menarik minat banyak mad'u untuk menonton konten nya adalah Husain Basyaiban atau akrab disapa Ucen atau Basyasman. Namun sekarang, per tanggal 1 Maret 2023, Husain memutuskan untuk mengubah nama panggungnya yang semula Basyasman menjadi Kadam Sidik. Hal tersebut diungkapkannya pada video yang diupload di *Channel Youtubanya* pada tanggal yang sama dengan judul video "Bye Basyasman". Nama Husain Basyaiban mulai banyak dikenal luas dikalangan netizen saat memuat konten dakwahnya pada aplikasi *TikTok* pada saat pandemi berlangsung sekitar tahun 2020 hingga

¹ A.S Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), Hal. 237.

kini. Bermula dari aplikasi instagram kemudian aplikasi berbagi video *TikTok* hingga kini dakwahnya juga mulai merambah ke media *Youtube* bahkan *telegram*. Tetapi Husain paling aktif mengunggah video dakwahnya melalui *TikTok*, *yotube* dan *telegram*. Dakwah yang disampaikan beragam, mulai dari ilmu fikih hingga hadist.

Di *channel* *youtub*nya sendiri yaitu “kadamsidik”, Husain memiliki sebanyak 168 ribu lebih *subscriber*. Kemudian dengan total video yang diupload hingga saat ini adalah sebanyak 60 video dengan 5 *play list*. *Channel Youtube* milik Husain tidak hanya memuat konten dakwah, tetapi juga memuat konten random dari Husain sendiri, seperti *vlog* keseharian hingga kisah-kisah dalam sejarah Islam. *Playlist* yang terdapat pada *channel youtube* Kadamsidik yaitu: Random, Hadzihi Hayati, Saluni, Fawaid, dan Ajmal Qasas.



Gambar 1: Profil *channel youtube* Husain Basyaiban
Sumber: *youtube* kadamsidik

Keunggulan dari dakwah yang disampaikan oleh Husain yaitu dalam menyampaikannya digunakan kata yang mudah untuk dimengerti khalayak umum. Serta dia juga selalu memberikan rujukan terhadap permasalahan yang dibahasnya dari Al-Qur'an serta kitab. Selain itu, yang menjadi daya tarik lainnya yaitu dari segi usia, Husain termasuk salah satu da'i muda yang mana menjadi nilai lebih dikarenakan dakwahnya yang cenderung *fresh* sesuai dengan usianya.

Dalam berdakwah, selain pengetahuan yang memadai, seorang da'i haruslah memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi yang

dimilikinya kepada khalayak supaya pesan dakwah bisa diterima dengan baik dan tepat sasaran serta minimnya misinformasi. Maka dari itu seorang da'I harus mengetahui bagaimana cara berbicara di depan khalayak. Ilmu dalam berbicara ini disebut retorika.

Selain ilmu retorika, dalam berdakwah tentulah seorang da'I harus mengetahui bagaimana cara bersikap dihadapan mad'u agar dapat menarik perhatian mad'u tersebut. Oleh sebab itu, da'I pun tidak lepas dari yang namanya kritik dari dakwah yang dilakukannya. Baik dakwah yang dilakukan secara langsung, maupun dakwah melalui sosial media.

Dakwah yang dilakukan akan menimbulkan berbagai tanggapan atau persepsi dari para penonton terhadap dakwah yang dilakukan oleh da'i. Persepsi atau tanggapan adalah pendapat yang dikemukakan oleh seseorang terhadap adanya stimulus atau rangsangan yang didapatkan oleh panca indra. Dalam hal ini, tanggapan tersebut biasanya diberikan mad'u melalui kolom komentar yang tersedia. Maka seharusnya tanggapan yang diberikan oleh mad'u kepada da'i dijadikan saran atau kritik yang bisa membangun dirinya agar lebih baik lagi kedepannya.

Dalam teori *uses and gratification*, penonton atau khalayak dipandang sebagai individu yang aktif serta memiliki tujuan, mereka bertanggungjawab terhadap pemilihan media yang akan digunakannya dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka pribadi.² Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media.³ Dikutip dari Nurudin, bahwa penjabaran *uses and gratifications* yaitu, “kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*)”⁴

Berdasarkan pemaparan yang digambarkan di atas, maka kemudian peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana persepsi penonton atau viewers

² Humaizi, M.A, *Uses and Gratifications Theory*, (Medan: USU Press, 2018), Hal. 1.

³ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), Hal.

⁴ Nurudin, *Pengantar ...*, Hal. 193.

terhadap gaya retorika yang digunakan oleh Husain Basyaiban atau Kadam Sidik dalam penyebaran dakwahnya melalui sosial media *Youtube*. Maka peneliti mengangkat topik pembahasan ini dengan judul “Persepsi Terhadap Gaya Retorika Dakwah (Studi Terhadap *Viewers Channel Youtube* Husain Basyaiban)”.

B. Penegasan Istilah

a. Persepsi

Persepsi adalah tanggapan atau pendapat yang dikemukakan oleh seseorang terhadap suatu hal yang terjadi. Persepsi ditimbulkan atas adanya rangsangan atau stimulus yang diterima oleh panca indra.

b. Gaya Retorika Dakwah

Retorika dikutip dari bahasa Inggris, yaitu *Rhetoric* yang berasal dari salah satu kata latin yaitu *Retorica* dimana artinya ilmu berbicara.⁵ Pada penelitian ini, gaya retorika dakwah yang dimaksudkan adalah bagaimana cara penyajian dari informasi atau pesan agama supaya mudah diterima oleh khalayak.

c. Sosial Media *Youtube* Husain Basyaiban (Kadam Sidik)

Kadamsidik merupakan *Channel Youtube* resmi milik Husain Basyaiban. Total video yang diunggah hingga saat ini adalah sebanyak 60 video dengan 5 *play list*. *Channel Youtube* milik Husain tidak hanya memuat konten dakwah, tetapi juga memuat konten random dari Husain sendiri, seperti *vlog* keseharian hingga kisah-kisah dalam sejarah Islam. *Playlist* yang terdapat pada *channel youtube* Kadamsidik yaitu: Random, Hadzihi Hayati, Saluni, Fawaid, dan Ajmal Qasas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti merumuskan suatu permasalahan yang akan diteliti yaitu: Bagaimana

⁵ Djoenaesih S. Soenarjo, *Public speaking*, (Banten: Penerbit Universitas Terbuka, 2012), Hal.1.2

persepsi *viewers* terhadap gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di media *Youtube*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui bagaimana persepsi *viewers* terhadap gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di *Youtube*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini dapat dilihat dari 2 aspek, yaitu :

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan, pengetahuan serta kontribusi kepada para da'i terkait dengan pengembangan dakwahnya khususnya dibidang retorika di sosial media berdasarkan persepsi penonton.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata (S1) dalam bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Manajemen dan Komunikasi Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini ditulis untuk menghindari kesamaan serta plagiasi dengan penelitian sejenis. Selain itu, kajian pustaka juga diperlukan untuk mengetahui teori dan konsep yang dapat dijadikan gambaran oleh peneliti dalam penyusunan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, jurnal oleh Asep Saeful Millah, Dindin Solahudin & Bahrudin (2018), mereka melakukan penelitian dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui gaya retorika dakwah yang dilakukan oleh ustadz Handy Bonny yang meliputi gaya bahasa, pemilihan kata, intonasi, serta pemikiran retorika itu sendiri menurut beliau. Metode penelitian yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu metode

deskriptif studi kasus. Kemudian, hasil dari penelitian menyatakan jika Ustadz Handy Bonny menggunakan banyak majas yang menyatakan perbandingan yang diantaranya mencakup majas metafora, perumpamaan, serta banyak menggunakan gaya bahasa berupa istilah penegasan yang meliputi: litotes, pleonasmе, serta penggunaan gaya bahasa perulangan yang meliputi: aliterasi, dan istilah kiasan seperti hipalase. Bahasa yang dipergunakan oleh Ustadz Handy Bonny ketika melakukan dakwah ialah bahasa Indonesia dan Sunda, yang mana menyesuaikan dengan mad'u yang dihadapinya. Kemudian, pemilihan kata atau diksi yang dipergunakan oleh Ustadz Handy Bonny juga berupa kata-kata yang umum digunakan dan gaul sehingga mudah dimengerti oleh mad'u.⁶ Persamaan dengan penelitian peneliti yaitu kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu objek penelitian Asep, Dindin dan Bahrudin menggunakan objek penelitian retorika pada Ustadz Handy Bonny, sedangkan peneliti meneliti persepsi *viewers* terhadap gaya retorika Husain Basyaiban.

Kedua, Agus Budiyanto, dimana ia melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Media *Youtube* (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)”. Penelitian dilakukan guna mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap retorika Gus Baha di sosial media *youtube*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu retorika dakwah yang dilakukan oleh Gus Baha memberikan kepuasan terhadap para mahasiswa. Dari perihal penyampaiannya, Gus Baha menggunakan bahasa yang lembut dan mudah dimengerti, sehingga dapat memperdalam ilmu keislaman dari para mahasiswa.⁷ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan

⁶ A. S Millah, D. Solahudin & Bahrudin, *Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonni*, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol.3, No. 2 Juni 2018. Hal 168.

⁷ Agus Budiyanto, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)*, skripsi online, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2022), Hal. ix.

perbedaan dari keduanya yaitu terletak pada objek penelitiannya. Agus budiyanto meneliti Gus Baha, sedangkan peneliti meneliti Husain Basyaiban.

Ketiga, Mochammad Syahrul Gunawan (2020), melakukan penelitian dengan judul “Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan dalam Youtube”. Penelitian tersebut dilakukan guna untuk mengetahui gaya retorika serta kekurangan dan kelebihan Gus Baha dalam berdakwah. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa dalam berdakwah, Gus Baha menggunakan bahasa non-formal dan yang mudah dipahami oleh pada mad'u. Selain itu, gaya bahasanya juga monolog, atau satu arah. Untuk penyampaian dakwahnya, intonasi suara yang digunakan cenderung sedang, tidak keras juga tidak lemah dengan kesan santai. Sedangkan untuk gerak tubuh, dimulai dari gaya berpakaian, Gus Baha sendiri menggunakan pakaian yang sederhana dan sopan. Sedangkan untuk gerak tubuh berupa gestur, Gus Baha menggunakan ayunan tangan untuk mempertegas pesan yang ingin disampaikan. Kelebihan dari dakwah Gus Baha yaitu dakwahnya bersifat mudah dimengerti dengan materi yang disampaikan pun tidak terlalu berat, serta dalam penyampaiannya pun dikemas semenarik mungkin dengan selingan humor sehingga tidak terkesan membosankan. Untuk kekurangannya sendiri yaitu terkadang ada kata atau kalimat yang dirasa terlalu cepat dan kurang jelas sehingga kurang tersampaikan kepada mad'u.⁸ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah kedua penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan dari keduanya yaitu terdapat pada objek yang diteliti serta aspek yang diteliti. Mochammad Syahrul Gunawan meneliti retorika Gus Baha, sedangkan objek penelitian peneliti adalah Husain Basyaiban dengan aspek penelitian persepsi dari viewers.

Keempat, jurnal Ahmad Zaini (2017), dimana ia melakukan penelitian dengan judul “Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara ‘Mamah & Aa

⁸ Mochammad Syahrul Gunawan, *Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan dalam Youtube, Skripsi Online* (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2020), Hal.xii.

Beraksi' di Indosiar". Penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui gaya retorika dakwah yang digunakan Mamah Dedeh khususnya dalam media televisi. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif berlandaskan teori kanon retorika. Hasil penelitian tersebut yaitu bahwa Mamah Dedeh sudah menerapkan atau menggunakan teori kanon retorika pada dakwahnya. Untuk penyampaian dakwahnya pun baik dan juga terkadang melakukan pengulangan agar pesan yang disampaikan lebih jelas lagi.⁹ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan dari keduanya yaitu terdapat pada objek yang diteliti, media yang digunakan dalam penelitian serta aspek yang diteliti. Ahmad Zaini meneliti Mamah Dedeh dalam media televisi, sedangkan objek penelitian peneliti adalah persepsi viewers terhadap retorika dakwah Husain Basyaiban melalui sosial media.

Kelima, Ayu Nihlatun Ni'aamah, melakukan penelitian dengan judul "Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial *Tiktok*". Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu, pada dakwahnya, Husain menggunakan bahasa tidak resmi, percakapan, sederhana, mulia serta bertenaga, menengah, klimaks serta repetisi. Pada gaya iramanya sendiri, Husain mempergunakan nada, jeda, *loudness*, *rate* serta irama yang beraneka ragam.¹⁰ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif dan sama-sama menggunakan Husain Basyaiban sebagai objek penelitiannya. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu terdapat pada aspek yang diteliti. Ayu Nihlatun Ni'aamah meneliti retorika Husain Basyaiban, sedangkan aspek yang diteliti oleh peneliti adalah persepsi dari *viewers* terhadap gaya retorika Husain Basyaiban.

⁹ Ahmad Zaini, *Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara "Mamah & Aa Beraksi" di Indosiar*, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, Vol.11, No. 2 Desember 2017. Hal. 219.

¹⁰ Ayu Nihlatun Ni'aamah, *Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok*, *Skripsi Online* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022), Hal. Xii.

G. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian yang ditulis dapat dijadikan sebagai dasar dalam menyusun gagasan yang terdapat pada penelitian. Peneliti membaginya menjadi lima bab, dimana masing-masing bab nantinya dipecah lagi atas beberapa sub bab, antara lain:

- BAB I** : *Pendahuluan*, berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penelitian.
- BAB II** : *Kerangka Teori*, berisi konsep persepsi, gaya retorika dakwah, sosial media *Youtube*, serta *viewers* atau khalayak
- BAB III** : *Metode Penelitian*, berisi jenis serta pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.
- BAB IV** : Pembahasan, berisi gambaran umum *Channel Youtube* Husain Basyaiban, pengumpulan data dari komentar *viewers* atau penonton terhadap gaya retorika Husain Basyaiban di media *Youtube*, hasil wawancara dengan beberapa *viewers* dan analisis persepsi *viewers* terhadap gaya retorika dakwah Husain Basyaiban.
- BAB V** : Penutup, berisi simpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

PERSEPSI VIEWERS TERHADAP GAYA RETORIKA DAKWAH

A. Konsep Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi diambil dari bahasa Latin yaitu *perceptio, percipio*, yaitu kegiatan membentuk, mengenali, serta mengartikan pesan dari indra yang berguna untuk memberikan pandangan serta pengertian pada suatu lingkungan. Dimana persepsi mencakup semua elemen pada sistem saraf, dimana hal tersebut didapatkan dari rangsangan dari sistem pengindra manusia. Contohnya yaitu, pada indra penglihatan menggunakan rangsangan berupa cahaya, indra penciuman dengan rangsangan bau kemudian indra pendengaran dengan rangsangan berupa gelombang bunyi atau suara. Persepsi bukan hanya menerima isyarat secara pasif, namun juga dibangun oleh pembelajaran, ingatan, keinginan, serta atensi. Persepsi berkaitan kepada fungsi rumit dari sistem saraf, namun terlihat tidak ada sebab terjadi di luar kesadaran.

Persepsi merupakan fungsi psikis yang dimulai dari proses sensasi, tetapi diteruskan dengan proses mengelompokkan, menggolong-golongkan, mengartikan dan mengaitkan beberapa rangsangan sekaligus.

Abdul Rahman Shaleh mengatakan bahwa “Persepsi didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (pengindraan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.”

Pengertian lain persepsi yaitu mengatakan bahwa persepsi adalah kemampuan membedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap satu objek rangsang dalam proses pengelompokkan dan

membedakan ini persepsi melibatkan proses interpretasi berdasarkan pengalaman terhadap suatu peristiwa atau objek.¹¹

Dikutip dari Faizah mengatakan bahwa persepsi merupakan “proses dimana seseorang menjadi sadar terhadap objek maupun kejadian pada lingkungan lewat penginderaan mereka berupa penglihatan, pengraabaan, penciuman serta perasa”. Persepsi juga berupa pengetahuan seseorang terhadap objek, kejadian serta jalinan yang dihasilkan melalui penyimpulan suatu informasi dan penjabaran pesan, juga memberi arti terhadap rasa sehingga seseorang mendapatkan pengetahuan baru.¹²

Berdasarkan uraian yang sudah dijabarkan, maka bisa dikatakan jika persepsi adalah tanggapan terhadap informasi yang diterima oleh panca indra yang menghasilkan stimulus oleh otak berupa sensasi atau rasa, pengalaman maupun pengetahuan baru.

Faktor eksternal penarik perhatian

Apa yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat eksternal atau penarik perhatian (*attention getter*). Stimulus diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain: gerakan, intensitas stimulus, kebaruan dan perulangan.

Faktor internal penaruh perhatian

Faktor internal yang mempengaruhi perhatian yaitu diantaranya faktor biologis, faktor sosiopsikologis, serta motif sosiogenesis, sikap, kebiasaan, dan kemauan.

Kenneth E. Anderson menyimpulkan dalil-dalil tentang perhatian selektif yang harus diperhatikan oleh ahli-ahli komunikasi, yaitu:

¹¹Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2009), Hal. 110.

¹² Faizah Muchsin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Firdaus, 2012), Hal. 151.

1. Perhatian itu merupakan proses yang aktif dan dinamis, bukan pasif dan refleksif.
2. Kita cenderung memperhatikan hal-hal tertentu yang penting, menonjol atau melibatkan diri kita.
3. Kita meletakkan perhatian pada hal-hal tertentu sesuai dengan sikap, kepercayaan, nilai, kebiasaan, dan kepentingan kita.
4. Kebiasaan sangat penting dalam menentukan apa yang menarik perhatian kita serta apa yang secara potensial akan menarik perhatian kita.
5. Dalam situasi tertentu, kita secara sengaja menstrukturkan perilaku kita untuk menghindari terpaan pada stimulus tertentu yang ingin kita abaikan.
6. Meskipun perhatian kita pada stimulus berarti stimulus tersebut lebih kuatnya, kita tetap ada saat-saat ketika kita tidak melihat apa yang kita lihat karena konsentrasi yang sangat kuat.
7. Perhatian bergantung pada kesiapan mental kita; lebih sering daripada tidak, kita cenderung melihat apa yang kita inginkan.
8. Faktor motivasi sangat penting untuk menentukan perhatian dan persepsi.
9. Intensitas perhatian tidak selalu sama.
10. Dalam hal stimulus yang menerima perhatian, perhatian juga tidak konstan.
11. Usaha untuk mencurahkan perhatian sering tidak menguntungkan karena usaha itu sering menuntut perhatian.
12. Kita mampu menaruh perhatian pada berbagai stimulus secara serentak.
13. Perubahan atau variasi sangat penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian.¹³

¹³Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah Membangun Cara Berpikir dan Merasa*, (Malang: Madani Press, 2014), Hal. 53.

2. Ciri-Ciri Umum Dunia Persepsi

Pengindraan terjadi pada suatu konteks tertentu, konteks ini disebut sebagai dunia persepsi. Agar dihasilkan suatu pengindraan yang bermakna, ada ciri-ciri umum tertentu dalam dunia persepsi:

1. *Modalitas*: rangsangan-rangsangan yang diterima hendaklah sesuai dengan modalitas masing-masing indra, yaitu *sifat sensoris dasar* dan masing-masing indra (cahaya untuk penglihatan, bau untuk penciuman, suhu bagi perasa, bunyi bagi pendengaran, sifat permukaan bagi peraba dan sebagainya).
2. *Dimensi ruang*: dunia persepsi mempunyai sifat ruang (dimensi ruang), kita dapat mengatakan atas bawah, tinggi rendah, luas sempit, latar depan, latar belakang, dan lain sebagainya.
3. *Dimensi waktu*: dunia persepsi memiliki dimensi waktu, seperti cepat lambat, tua muda, dan lain-lain.
4. *Struktur konteks*, keseluruhan yang menyatu: objek-objek atau gejala-gejala pada dunia pengamatan memiliki struktur yang menyatu dengan konteksnya. Struktur serta konteks ini adalah keseluruhan yang menyatu.
5. *Dunia penuh arti*: dunia persepsi merupakan dunia penuh arti atau makna. Kita cenderung melakukan pengamatan atau persepsi pada gejala-gejala yang mempunyai arti bagi kita, yang mana memiliki hubungan pada diri kita pribadi.¹⁴

3. Persepsi Bukan Cermin Realitas

Persepsi adalah salah satu cara kerja (proses) yang rumit dan aktif. Orang sering kali mengira bahwa persepsi memperlihatkan suatu pencerminan yang sempurna mengenai realitas atau kenyataan. Anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar, sebab persepsi bukan merupakan cermin realitas. Hal ini dikarenakan proses persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

¹⁴ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 111.

1. Indra kita tidak memberikan respon terhadap aspek yang ada dalam lingkungan. Sebagai contoh, kita tidak dapat mendengar suara yang sangat tinggi yang biasanya dapat ditangkap oleh jenis kelelawar, ataupun kita tidak dapat memiliki indra penciuman yang tajam seperti anjing.
2. Manusia seringkali melakukan persepsi rangsangan-rangsangan yang pada kenyataannya itu tidak ada. Perangsang listrik di daerah otak tentu bisa membuat seseorang “mendengar” atau “melihat” sesuatu padahal nyatanya tidak ada. Selain itu, struktur otak serta sistem indra kita memungkinkan kita bisa mengubah sejumlah gambar yang diam menjadi gambar yang bergerak serta memungkinkan kita untuk dapat membayangkan gambar tersebut bahkan setelah gambar tersebut hilang dari pandangan kita.
3. Persepsi seseorang tergantung dari apa yang orang tersebut inginkan serta tergantung pada pengalaman di masa lalu serta adanya dorongan. Salah satu contoh dari pengaruh dari apa yang kita harapkan yaitu misalnya ketika siang hari yang cerah kita melihat segerombolan awan putih yang bergerak, bagaimana kita menginterpretasikan bentuk awan tersebut tergantung pada bagaimana kita melihatnya, kita dapat melihatnya sebagai seekor kambing atau sebuah kapal di antara arakan awan itu, padahal itu hanya segumpalan awan yang terbawa oleh angin. Oleh karena itu, keinginan kita yang dibentuk dari keseluruhan konteks akan memengaruhi apa yang kita lihat.¹⁵

4. Hakikat Persepsi

a. Persepsi Merupakan Kemampuan Kognitif

Persepsi ternyata banyak melibatkan kegiatan kognitif. Pada awal pembentukan persepsi, orang telah menentukan apa yang akan diperhatikan. Setiap kali kita memusatkan perhatian lebih besar kemungkinan kita akan memperoleh makna dari apa yang kita

¹⁵ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 112.

tangkap, lalu menghubungkannya dengan pengalaman yang lalu, dan dikemudian hari akan diingat kembali.

Kesadaran juga mempengaruhi persepsi. Bila kita dalam keadaan bahagia, maka pemandangan yang kita lihat akan sangat indah sekali. Tetapi sebaliknya, jika kita dalam keadaan murung, pemandangan indah yang kita lihat mungkin akan membuat kita merasa bosan. Ingatan juga turut berperan dalam persepsi. Indra kita secara teratur akan menyimpan data yang telah kita terima, dalam rangka memberi arti. Seseorang cenderung terus-menerus akan membandingkan penglihatan, suara serta pengindraan yang lainnya dengan ingatan dari pengalaman lalu yang dirasa mirip. *Proses informasi* juga memiliki peran dalam persepsi. Bahasa jelas dapat mempengaruhi cara berfikir kita, contohnya yaitu dapat memberi batuk secara tidak langsung.

Pengujian hipotesis adalah komponen utama dalam persepsi dimana ia adalah bagian yang mengelola informasi. Sering kali terjadi, interpretasi terhadap data pengindraan hanya mempunyai satu kemungkinan saja, sehingga “pencarian” untuk hipotesis persepsi yang tepat dilakukan dengan sangat cepat, otomatis serta berada sedikit dibawah alam kesadaran.

b. *Peran Atensi Dalam Persepsi*

Apabila kita tidak sedang dalam keadaan tidak sadar atau tidur, maka beberapa rangsangan yang besar sering kali saling berlomba menuntut perhatian kita. Biasanya, manusia serta hewan akan memilih mana rangsangan yang dianggap paling menarik serta paling mengesankan. Kebebasan kita untuk memilih rangsangan inilah yang disebut dengan *atensi* atau *perhatian*.

Beberapa psikolog melihat atensi sebagai jenis alat saringan (*filter*), yang mana nantinya akan menyaring semua informasi yang masuk pada titik yang berbeda dalam proses persepsi. Sebaliknya, psikolog lain meyakini bahwa manusia bisa memusatkan perhatiannya

pada apa yang dikehendaki oleh mereka untuk dipersepsikan, dengan diri mereka secara aktif terlibat dengan pengalaman-pengalaman tanpa menutup rangsangan lain yang saling bersaing.

Banyak psikolog sangat tertarik untuk mengetahui tempat atau titik didalam sebuah proses persepsi, dimana perhatian memiliki peranannya. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dikemukakan pendapat bahwa atensi selalu aktif pada waktu tertentu, yaitu: awalnya diterima nyamasukan dari dugaan indra, selanjutnya ketika harus memilih dan menginterpretasikan data sensorik serta menentukan apakah akan memberikan respons terhadap rangsangan tersebut atau tidak.

Atensi memiliki ciri-ciri tertentu, yakni:

1. Intensitasnya
2. Keterbatasan terhadap kepastian

Menurut Daniel Kahneman, seorang psikolog berkebangsaan Israel, mengatakan bahwa kemampuan atensi tergantung pada sumber-sumber yang dituntut oleh tugas yang sedang atau akan dilaksanakan.

Banyak sekali penelitian yang telah dilakukan mengenai apa saja yang dapat memberi arah bagi persepsi orang. Kebutuhan, minat dan nilai telah terbukti merupakan pengaruh yang penting dalam persepsi.¹⁶

5. Dasar Fisiologi Persepsi

Proses persepsi yang rumit ini tergantung pada sstem sensori dan otak. Sistem sensori akan mendeteksi informasi, mengubahnya menjadi impuls saraf, mengolah beberapa diantaranya kemudian mengirimkannya ke otak melewati benang-benang saraf. Otak melakukan peranan yang luar biasa dalam mengelola data sensorik. Oleh sebab itu, dinyatakan bahwa persepsi

¹⁶ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 113.

tergantung pada empat cara kerja, yaitu: *deteksi* (pengenalan), *transaksi* (pengubahan dari satu energi ke dalam bentuk energi lain), *transmisi* (penerusan), dan *pengolahan informasi*.

a. *Sistem Sensorik*

Tubuh kita sejak dilahirkan sudah dilengkapi dengan peralatan yang dirancang sangat khusus guna mengumpulkan informasi, dan sistem inilah yang disebut dengan *indra* atau sistem sensori. Dengan perlengkapan itu kita dapat menangkap informasi sehingga kita dapat membuat rencana dan mengendalikan perilaku serta gerakan tubuh kita. Para ilmuwan telah menemukan sebelas dari indra manusia. Penglihatan, pendengaran, penciuman, dan daya kecap adalah yang paling menonjol, sedangkan yang semula dikenal dengan indra rasa/raba, ternyata berdiri dari lima sistem kulit (indra somatosensorik) yang berbeda-beda, yaitu: kontak jasmani, tekanan dalam, kehangatan, dingin dan nyeri. Manusia juga memiliki dua indra lagi yang dapat mengendalikan tubuh, yaitu: indra kinestetik dan indra vestibular. Indra kinestetik tergantung pada reseptor yang terletak di otot, sendi dan tendon. Sedangkan indra vestibular sering disebut sebagai indra untuk orientasi atau keseimbangan.

Kesebelas indra yang ada pada tubuh manusia ini biasanya dikelompokkan menjadi lima sistem persepsi, yaitu:

1. Sistem visual indra, yaitu penglihatan.
2. Sistem auditorik indra, yaitu pendengaran.
3. Sistem kimiawi indra, yaitu pengecap dan penciuman.
4. Sistem proprioseptif indra, yaitu indra vestibular dan kinestetik.
5. Sistem somatosensorik indra, yaitu sentuhan, tekanan, hangat, dingin, nyeri (serta gabungan seperti gatal, geli dan halus).

b. *Pemrosesan Informasi: Kasus Penglihatan*

Pemrosesan informasi terjadi ditempat yang berbeda pada sistem sensorik dan saraf, misalnya pada penglihatan, proses tersebut terjadi pada mata, ditempat yang berbeda-beda didalam otak dan neuron-

neuron yang bersinggungan dengan itu. Pada bagian ini, kita akan menggunakan penglihatan untuk menggambarkan bagaimana cara kerja persepsi itu terjadi. Ada beberapa alasan yang dapat dikemukakan untuk hal ini. Sistem penglihatan telah memberikan kepada manusia satu jumlah yang sangat besar mengenai lingkungannya. Penglihatan ini dapat disebut sebagai indra manusia yang paling dominan. Dari penelitian di laboratorium membuktikan bahwa orang akan lebih mempercayai penglihatannya. Bila, misalnya kita memegang sebuah benda kemudian kita simpan benda tersebut, besar kemungkinan kita akan mempercayai apa yang kita lihat itu dan bukan berdasarkan bentuk yang nyata.

Neuron pada retina ternyata tidak hanya sekedar menjadi pengubah energi dan meneruskan pesan ke otak. Dari berbagai penelitian para ahli, misalnya pada kodok yang memiliki kesimpulan secara alamiah mata kodok tersebut telah dipersiapkan untuk deteksi, menganalisis dan mengambil sari dari lingkungannya yang berguna bagi kelangsungan hidupnya, dan mengirim hasil kerja tersebut ke otak. Neuron-neuron pada makhluk yang lebih tinggi, misalnya pada manusia yang retinanya juga merespon informasi. Dengan proses demikian, maka dapat dihindari kemungkinan otak dapat kebanjiran informasi, dan memungkinkan pertahanan hidup makhluk tersebut meningkat. Pada manusia dan hewan lain yang lebih kompleks ternyata proses informasi lebih banyak terjadi di dalam otak daripada di dalam mata. Otak yang memperoleh informasi yang baik akan menjamin tingkah laku yang baik juga.¹⁷

6. Pengamatan Dunia Nyata

Di depan sudah dikatakan bahwa persepsi bersifat subjektif karena bukan sekedar pengindraan. Persepsi kita terhadap dunia nyata merupakan

¹⁷ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 116.

olahan semua informasi yang diterima oleh indra-indra yang dipengaruhi oleh kondisi psikologis dan pengalaman kita.

Sudah dijelaskan pula bahwa persepsi selalu terjadi dalam konteks tertentu. Gejala-gejala yang kita lihat selalu melekat pada konteks tersebut menjadi suatu totalitas. Dibawah ini akan disebutkan beberapa prinsip umum yang mengatur pengamatan kita terhadap dunia nyata.

1. Konstansi

Persepsi ini selalu terjadi disaat objek atau gejala itu langsung ditangkap oleh anggota indra. Persepsi kita selalu terjadi dalam dimensi ruang dan waktu. Oleh sebab itu, dikenal konsep konstansi persepsi. Konstansi ini lebih bersifat psikologis, sebab arti dari suatu objek atau gejala bagi kita bersifat tetap atau konstan. Ada tiga macam konstansi:

1. Konstansi tempat atau lokasi

Jika kita naik mobil, walau posisi benda-benda serta hubungan antar benda-benda akan berubah dalam medan penglihatan, tetapi secara psikologis kita menyadari jika keadaan posisi atau lokasi mereka tidak berubah.

2. Konstansi warna

Ketika kita melihat sebuah tas berwarna merah, akan tetapi tiba-tiba lampu padam, maka warna tas itu akan terlihat lebih kehitam-hitaman. Walaupun begitu, gambaran psikologis dalam diri kita tetap akan menyatakan bahwa tas tersebut berwarna merah.

3. Konstansi bentuk dan ukuran

Benda yang jauh akan terlihat lebih kecil, serta benda-benda yang berubah posisinya dalam penglihatan kita akan terlihat berbeda. Akan tetapi, pada dasarnya kita tahu seberapa besar sebuah kereta api yang kita lihat kecil dari kejauhan dan bagaimana bentuk ruang tamu kita walaupun posisinya berubah.

2. Figure dan latar belakang

Keberadaan suatu objek pengamatan akan terlihat sebagai suatu figur yang mencolok dibanding objek lainnya, baik karena sifatnya

yang memang menonjol atau karena dengan sengaja pengamat memusatkan perhatiannya terhadap objek tertentu.

Apabila objek-objek disekeliling kita tidak memiliki daya tarik yang sama besarnya, maka dapat dinyatakan bahwa:

1. Figur memiliki bentuk yang lebih jelas dibanding latar belakang.
2. Figur memiliki struktur, sedangkan latar belakang tidak.
3. Latar belakang bisa dilihat sebagai gejala yang tidak memiliki batas, tetapi figur memiliki batas.
4. Figur terdapat di depan latar belakang. Figur serta latar belakang juga berlaku terhadap indra pendengar.¹⁸

7. Persepsi Kedalaman (*depth perception*)

Persepsi kedalaman merupakan kemampuan indra penglihatan untuk mengindra ruang. Akan tetapi ruang berdimensi tiga, sedang pengindraan visual kita hanya berdimensi dua. Oleh sebab itu, pengindraan ruang adalah pengamatan yang menyeluruh, bukan pengindraan visual saja.

Ada beberapa kriteria yang digunakan manusia dalam persepsi kedalaman, antara lain:

1. Perspektif atmosferik: semakin jauh objek, semakin tidak jelas objek.
2. Perspektif linier: semakin jauh, garis-garis akan terlihat menyatu menjadi satu titik (konvergensi).
3. Tekstur permukaan (*texture gradient*): berkurangnya ketajaman kualitas tekstur disebabkan jarak semakin jauh.
4. Posisi relatif, objek yang jauh akan ditutupi atau kualitasnya menurun karena bayangan objek-objek yang lebih dekat: selain itu benda yang lebih dekat akan terletak didepan benda yang lebih jauh dalam medan penglihatan kita.
5. Sinar dan bayangan, bagian permukaan yang lebih jauh dari sumber cahaya akan lebih gelap dari yang lebih dekat.

¹⁸ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 119.

6. Pastikan yang sudah dikenal, benda-benda yang sudah kita kenal ukurannya akan kelihatan lebih kecil di kejauhan: juga dapat dipakai untuk dibandingkan suatu ukuran objek dengan objek lain pada jarak tertentu.¹⁹

8. Persepsi Gerak

Untuk mengamati gerak diperlukan suatu titik acuan. sehingga, gerak adalah sesuatu yang berpindah kedudukan relatifnya pada titik acuan. Jika acuannya kabur atau tidak jelas, maka kita akan mendapatkan informasi *gerakan semu*, yang terjadi jika ada dua rangsangan yang berbeda muncul pada waktu yang hampir bersamaan. Ada dua macam gerakan semu, yaitu:

- a. Efek otokinetik, bila kita memandangi setitik cahaya dalam keadaan gelap gulita, cahaya tersebut akan tampak bergerak ke atas, ke bawah, ke kiri, dan ke kanan.
- b. Gerakan *stroboskopik*, terjadi karena ada dua rangsangan yang berbeda yang muncul hampir bersamaan. Dalam gerakan *stroboskopik* ini ada dua gejala yang disebut *phenomenon*. Gejala ini terjadi bila ada dua rangsangan atau lebih yang muncul pada waktu selang yang amat pendek dan diamati sebagai gerakan dari satu rangsangan saja. Lampu-lampu iklan di toko atau jalan-jalan menggunakan teknik ini. Demikian juga dalam pemutaran film.²⁰

9. Ilusi

Ilusi adalah kesalahan pada persepsi, yaitu mendapatkan perasaan yang salah terhadap peristiwa objektif yang diberikan oleh alat-alat indra kita.

Ilusi disebabkan oleh faktor-faktor eksternal

Refleksi pada cermin atau gema suara merupakan jenis ilusi tipe ini. refleksi atau bayangan pada cermin terlihat seolah-olah terdapat di balik kaca, hal ini disebabkan oleh cahaya datang mengenai mata kita berasal dari arah tersebut. Gema terdengar dari arah yang berlawanan dengan

¹⁹ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 125.

²⁰ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 126.

tempat kita berada, karena ditempat itu pula bunyinya tidak sampai pada telinga kita.

Ilusi disebabkan kebiasaan

Rangsangan-rangsangan yang diberikan sesuai dengan kebiasaan kita dalam mengenali, akan lebih mudah bagi kita untuk menciptakan ilusi jika otak kita dapat mendeteksi pengindraan visual yang mengandalkan sudut pandang, jika tidak maka akan terjadi kesalahan.

Ilusi karena kesiapan mental atau harapan tertentu

Apabila kita kehilangan sesuatu, dan memiliki keinginan untuk mendapatkan hal tersebut kembali, kita akan sering melihat sesuatu yang serupa dengan benda tersebut.

Ilusi karena kondisi rangsang terlalu kompleks

Jika stimulus yang diperhatikan terlalu rumit, maka rangsangan tersebut bisa menutupi atau menyembunyikan kebenaran objektif dari objek atau gejala tertentu.²¹

10. Bentuk Persepsi

Menurut Irwanto, bentuk dari persepsi sendiri dibagi menjadi dua jenis, antara lain:

- a. Persepsi positif(+), merupakan tanggapan yang dikemukakan yang selanjutnya dilakukan usaha untuk memanfaatkan persepsi tersebut. Kemudian, persepsi tersebut dilanjutkan dengan tindakan aktif atau penerimaan serta dukungan terhadap objek yang diberi tanggapan.
- b. Persepsi negatif(-), merupakan tanggapan yang tidak sejalan terhadap objek yang diberi tanggapan. Yang mana kemudian akan dilanjutkan pada tindakan pasif atau menolak objek yang diberi tanggapan.²²

Berdasarkan hal tersebut, maka setiap rangsangan yang diberikan dari hasil olah panca indra akan memberikan penafsiran perpektif yang berupa

²¹ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 127.

²² Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Prehallindo, 2002), Hal. 71.

positif maupun negatif. Hal tersebut biasanya dipengaruhi pengalaman manusia itu sendiri maupun pengetahuan manusia itu sendiri yang mendorong sebuah persepsi akan bersifat positif ataupun negatif.

11. Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada Persepsi

Karena persepsi lebih bersifat psikologis daripada merupakan proses penginderaan saja maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi:

a. Perhatian yang selektif

Dalam kehidupan manusia setiap saat akan menerima banyak sekali rangsangan dari lingkungannya. Meskipun demikian, ia tidak harus menanggapi semua rangsangan yang diterimanya untuk itu, individunya memusatkan perhatiannya pada rangsangan-rangsangan tertentu saja. Dengan demikian, objek-objek atau gejala lain tidak akan tampil kemuka sebagai objek pengamatan.

b. Ciri-ciri rangsang

Rangsang yang bergerak diantara rangsangan yang diam akan lebih menarik atensi. Begitu pula rangsang yang paling besar diantara yang paling kecil, yang lebih mencolok dari latar belakangnya serta intensitas rangsangannya paling kuat.

c. Nilai dan kebutuhan individu

Seorang seniman tentunya memiliki pola serta cita rasa yang berbeda pada penglihatannya dibandingkan seseorang bukan seniman. Penelitian juga menemukan bahwa anak-anak dari kelompok kurang mampu secara ekonomi melihat koin lebih besar dibandingkan anak-anak orang kaya.

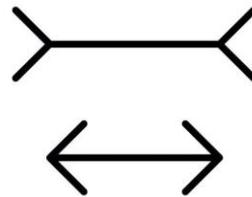
d. Pengalaman dahulu

Pengalaman sebelumnya sangat mempengaruhi cara seseorang memandang dunianya. Cermin bagi kita tentu bukan benda baru, namun berbeda bagi masyarakat mentawai di pedalaman Siberut atau bagi saudara kita di pedalaman Irian.²³

²³ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 128.

12. Pengaruh Kebudayaan Terhadap Persepsi

Dalam pendekatan konvensional, persepsi masih selalu dihubungkan dengan faktor-faktor dan faalnya saja. Contohnya: persepsi terhadap kedalaman (3 dimensi) ditentukan dari pandangan dua mata (binokular) dimana terdapat perbedaan antara stimuli yang ditangkap oleh retina kanan dan retina kiri (*retinal disparity*).



Gambar 2: Ilusi Muller-Lyer
Sumber: Mepnews.id

Pengaruh kebudayaan tersebut bisa kita lihat pada suku-suku Afrika primitif yang hanya terbiasa dengan lingkungan alamiah dimana karya-karya mereka pun lebih banyak berbentuk lingkaran dan lengkungan-lengkungan, tidak akan mengalami gejala ilusi Muller-Lyer jika kepada mereka diperlihatkan kedua garis diatas karena persepsi mereka tidak dipengaruhi oleh kebiasaan melihat garis serta sudut. Bagi mereka, garis pada gambar di atas akan dianggap sama panjangnya.

Pengaruh kebudayaan, termasuk kebiasaan hidup, dapat dilihat juga pada berbagai gejala hubungan manusia dengan lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat daerah kumuh di kota-kota besar seringkali memanfaatkan air sungai untuk kepentingan mandi, mencuci, dan kakus menggambarkan air sungai itu sebagai suatu hal yang masih dalam batas-batas wajar sehingga mereka menggunakan air sungai itu dengan leluasa. Sebaliknya, masyarakat yang tinggal di pemukiman mewah, tidak mungkin menggunakan air sungai itu. Oleh karena itu, jelaslah bahwa persepsi ditentukan oleh pengalaman dan pengalaman itu sendiri dipengaruhi oleh kebudayaan.²⁴

²⁴ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 130.

13. Perubahan Persepsi

Persepsi bukanlah sesuatu yang statis, namun dapat berubah-ubah. Mengapa dan bagaimana persepsi itu bisa berubah hendaklah diketahui agar kita dapat memprediksi dan bila perlu mempengaruhi persepsi.

Proses perubahan yang pertama dikarenakan proses fisiologis (psikologi) dari sistem saraf pada alat sensorik manusia. Misalnya, bila suatu stimulus tetap konstan, maka akan terjadi *adaptasi* dan *pembiasaan (habitulasi)*, yaitu respon pada stimulus tersebut akan semakin lemah seiring berjalannya waktu. Habitulasi menunjukkan kecenderungan fisiologis dari reseptor yang menjadi kurang sensitif setelah banyak menerima rangsangan. Sebaliknya, adaptasi akan menurunkan atensinya bila suatu stimulus muncul secara berulang. Dan rangsangan yang muncul secara teratur akan lebih mudah beradaptasi dibandingkan rangsangan yang muncul secara tidak teratur.

Proses perubahan yang kedua adalah proses psikologis. Proses perubahan persepsi secara psikologis antara lain dapat dilihat pada pembentukan dan perubahan sikap. Ada banyak definisi yang diberikan mengenai pengertian sikap. Secara umum definisi-definisi tersebut menggambarkan sikap sebagai kesediaan seseorang untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap suatu objek tertentu. Namun, untuk tujuan tulis akan digunakan definisi yang digunakan oleh W. Mc Guire yang berbunyi “*sikap adalah respon manusia yang menempatkan objek yang dipikirkan (object of thought) ke dalam suatu dimensi pertimbangan (dimension of judgment)*”.

Yang harus diperhatikan dalam definisi W. Mc Guire yaitu sikap sudah dianggap sebagai respon. Oleh karena itu, sikap juga termasuk kedalam tingkah laku. Hal ini berbeda dengan definisi-definisi lain pada umumnya menyatakan bahwa sikap merupakan perilaku yang mendasari atau potensi perilaku, bukan merupakan perilaku itu sendiri.

Pembentukan serta perubahan sikap dalam psikologi umumnya dijelaskan sebagai proses belajar atau sebagai proses kesadaran (kognisi).

Dalam proses belajar, yang menjadi konsentrasi ialah adanya rangsangan dari luar (stimulus), sedangkan pada proses kognisi yang utama ialah terdapat motivasi atau keinginan dari pribadi individu sendiri.

Ada beberapa teori yang menjelaskan proses belajar, ada tiga teori yang hubungannya paling erat dengan psikologi lingkungan, yaitu teori *Conditioning* klasik dari Pavlov, teori *Conditioning* instrumental dari Skinner, dan teori belajar dari Bandura.

Dalam *Conditioning* klasik, kita mengawali dengan respon yang terjadi alami terhadap suatu stimulus. Respon alami tersebut dinamakan stimulus tak terkondisi. Menurut teori *Conditioning* instrumental, tingkah laku-tingkah laku yang membawa konsekuensi positif akan tetap dipertahankan, sebaliknya konsekuensi negatif akan dihindari.

Teori yang ketiga, yaitu teori belajar sosial, berpendapat jika munculnya sikap tidak harus melewati pengalaman langsung. Sikap juga dapat muncul sebab mengikuti orang lain. Orang lain ini disebut model, yaitu orang-orang dirasa memiliki kuasa terhadap suatu hal tertentu. Setiap tingkah laku serta sikap yang terdapat pada model diikuti oleh seseorang dengan ekspektasi supaya orang tersebut bisa mendapat konsekuensi positif atau terhindar dari konsekuensi negatif seperti yang dialami model. Kemudian, peniruan ini akan lebih kuat, apabila orang yang mengikuti melihat sendiri model yang ditiru mendapat balasannya.²⁵

14. Persepsi dalam Pandangan Al-Qur'an

Persepsi ialah fungsi psikis yang krusial yang menjadi jendela untuk memahami peristiwa serta realitas kehidupan yang dihadapi manusia. Manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhilafahan diberikan banyak sekali keistimewaan dimana salah satunya ialah proses serta fungsi persepsi yang lebih rumit serta lebih rumit dibandingkan dengan makhluk Allah lainnya. Dalam bahasa Al-Qur'an beberapa proses serta fungsi persepsi diawali dari proses penciptaan. Pada QS. Al-Mukminun ayat 12-

²⁵ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 132.

14 disebutkan proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran serta penglihatan. Dalam ayat ini tidak disebutkan telinga serta mata, akan tetapi sebuah fungsi. Kedua fungsi tersebut adalah fungsi penting untuk manusia serta disebutkan selalu dalam keadaan berpasangan.

Dalam QS. An-Nisa dikatakan bila alat sensor lain yang merasa dan mengirimkan sinyal-sinyal dari rangsang yang diterimanya. Indra ini disebut sebagai indra yang berikatan pada kulit. Begitu pula halnya dilansir dalam QS. Al-Anam ayat 7 yang berkaitan dengan kemampuan menyadari indra yang berhubungan sifat rangsang sentuhan. Pada kisah Nabi Yusuf serta keluarganya, dikisahkan kemampuan ayah dari Nabi Yakub dalam merasakan kehadiran Yusuf hanya melewati penciuman terhadap aroma Yusuf yang berpakaian dari baju yang dibawa oleh kakak-kakak Yusuf (QS. 12:94). Beberapa ayat lain juga menyatakan hal yang serupa, antara lain:

1. Persepsi Pengindraan Fisik/Non Fisik (Fushilat: 53).
2. Isytilaf, pengetahuan peristiwa yang berada jauh dari jangkauan (QS. Yusuf: 94).
3. Kasyf.
4. Kejadian fatamorgana yang dialami orang kafir sebagai bagian dari ilusi (QS. 24: 39).²⁶

B. Gaya Retorika Dakwah

1. Ruang Lingkup Retorika

a. Pengertian Retorika

Retorika diambil dari bahasa inggris *Rhetoric* yang berasal dari katan latin *Retorica* yang artinya ilmu berbicara.²⁷ Banyak pula yang mengartikan retorika menjadi *public speaking* atau pidato dihadapan khalayak, banyak pula yang mengatakan jika tidak hanya pidato

²⁶ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi...*, Hal. 137.

²⁷ Djoenaesih S. Soenarjo, *Public speaking*, (Banten : Penerbit Universitas Terbuka, 2012), Hal.1.2.

dihadapan khalayak saja tetapi juga didalamnya ada seni menulis. Berdasarkan penjelasan serta persepsi tersebut adalah benar karena keduanya berputar terhadap penggunaan bahasa.

Kata “retorika” atau sebagian ahli berpendapat disebut juga “retorik” belum terlalu terkenal di Indonesia. Meskipun begitu, bukan berarti di Indonesia tidak ada yang memanfaatkan retorika, justru sebagian banyak yang memanfaatkannya dalam kehidupan mereka. Retorika sendiri banyak dimanfaatkan dalam hal berbicara, baik secara langsung atau spontan, secara tradisional hingga yang tersusun sekalipun.²⁸

Oleh sebab itu, retorika adalah teknik atau cara dalam menyampaikan pesan supaya mudah dimengerti serta diterima oleh umum. Peranan retorika sangat krusial pada bidang dakwah serta bagi para da’I, bagaimana cara menyampaikan dakwah dan selanjutnya mad’u merasa termotivasi untuk melakukannya.

b. Gaya Retorika

Dalam melakukan retorika, tentulah setiap komunikator memiliki gayanya tersendiri sebagai pembeda atau ciri khasnya dengan komunikator atau da’i lain. Gaya retorika merupakan sebuah seni dalam berbicara dengan menekankan gaya bahasa.²⁹ Gaya retorika sendiri dibagi menjadi tiga, antara lain:

1) Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan gaya dimana fokusnya pada keelokan kata-kata maupun kalimat yang diucapkan. Dimana jika menggunakan bahasa yang tepat akan memudahkan khalayak untuk mengerti apa yang ingin diberikan. Bentuk-bentuk dari gaya bahasa sendiri yaitu:

²⁸ Sunarto, *Retorika Dakwah* (Surabaya: Jaudar Press, 2014), Hal.1.

²⁹ Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), Hal. 144.

a. Gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata

Gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata sering kali menjadi permasalahan, maka dari itu, dibedakanlah hal tersebut menjadi:³⁰

1) Gaya bahasa formal atau resmi

Gaya bahasa formal adalah gaya dengan bentuk lengkap yang digunakan pada acara formal, seperti kepresidenan, khutbah, pidato-pidato penting lainnya. Gaya bahasa resmi menggunakan kata, nada, tata bahasa, tata kalimat serta pemilihan kata yang sopan serta tidak membingungkan dalam penyampaiannya.

2) Gaya bahasa non formal atau tidak resmi

Gaya bahasa non formal ialah gaya bahasa yang digunakan dalam bahasa sehari-hari dan bukan merupakan acara formal. Gaya bahasa non formal biasa dipergunakan pada acara karya tulis, perkuliahan, buku pegangan dan lain-lain yang sifatnya general.

3) Gaya bahasa percakapan

Adalah gaya bahasa dengan pemilihan kata populer serta kata percakapan yang ditambah dengan pandangan-pandangan morfologis serta sintaksi sampai terbentuklah gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa percakapan mempunyai lima unsur yang perlu diperhatikan yaitu, memakai bahasa tidak baku, memakai istilah asing, memakai kata seru, serta memakai kalimat langsung.³¹

³⁰ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996), Hal.112.

³¹ Zainul Maarif, *Retorika ...*, Hal. 145.

b. Gaya bahasa berdasarkan langsung atau tidaknya sebuah pesan

Gaya bahasa bisa dilihat dari langsung maupun tidak langsungnya suatu pesan. Gaya bahasa berdasarkan langsung atau tidaknya sebuah pesan dibagi menjadi dua, antara lain:³²

1) Gaya bahasa retorik

Adalah gaya bahasa dimana perbedaan yang dilihat yaitu pada perbedaan pada kata, kalimat serta penyusunan bahasa dalam rangka mendapat pengaruh tertentu. Unsur dari gaya bahasa retorik yaitu:

- a) Asonansi, merupakan gaya bahasa dimana dilakukannya repetisi yang sama pada suara dengan tujuan untuk memperindah penekanan pada kalimat.
- b) Apofasit, atau bisa juga disebut *prestisio* yaitu dimana seseorang menegaskan perkataannya namun seolah-olah menyangkal atau membantah.
- c) Eufemismus, atau bisa disebut eufemisme merupakan perkataan kurang baik namun terkesan halus dengan tujuan untuk menyinggung perasaan orang lain.
- d) Litotes, merupakan gaya bahasa yang mana penggunaannya ditujukan untuk merendahkan diri.
- e) Hiperbola, merupakan gaya bahasa yang mana pengungkapannya terhadap suatu hal terkesan berlebihan.³³

2) Gaya bahasa kiasan

Gaya bahasa kiasan adalah perbedaan kata, kalimat maupun bahasa diaman digunakan dalam rangka memperlihatkan perbandingan maupun persamaan. Pembagian dari gaya bahasa kiasan yaitu:³⁴

³² Zainul Maarif, *Retorika ...*, Hal. 147.

³³ Zainul Maarif, *Retorika ...*, Hal. 147.

³⁴ Zainul Maarif, *Retorika ...*, Hal. 148.

- a) Alegori, parable, dan fable, ketiganya mengandung pesan morang yang mirip. *Alegori* adalah cerita pendek atau singkat dimana dia memiliki tujuan untuk mendidik serta mengandung pesan moral yang tersembunyi pada cerita dengan menggunakan bahasa kiasan. *Parable*, adalah cerita kiasan yang mengandung pesan moral dimana tokohnya merupakan kehidupan manusia yang nyata. Sedangkan *fabel* adalah sebuah cerita dimana hewan maupun benda-benda mati lainnya memiliki bertingkah serta memiliki sifat layaknya manusia.
- b) Personifikasi, adalah majas atau gaya bahasa dimana penggambarannya yaitu benda mati seolah-olah memiliki sifat maupun tingkah laku layaknya manusia.
- c) Hipatalase, adalah gaya bahasa dimana penggunaan kata yang dikenakan terhadap suatu hal seharusnya digunakan untuk kata yang lain.
- d) Ironi, sinisme, adalah gaya bahasa dimana sindiran yang disampaikan dengan halut tetapi memiliki arti yang bertentangan dengan apa yang disampaikan, dan orang yang mendengarnya mengetahui makna dari kalimat yang diungkapkan tersebut. Sedangkan *sinisme* yaitu gaya bahasa yang juga merupakan sebuah ungkapan sindiran, tetapi tidak menggunakan ungkapan, melainkan ungkapan langsung secara terang-terangan.³⁵

2) Gaya Irama Suara

Gaya irama suara ialah seni dalam komunikasi yang memiliki tujuan untuk menarik atensi serta bisa dilakukan dengan cara ketika berbicara orang tersebut memberikan irama pada nada bicaranya serta melakukan penekanan pada kata-kata yang dianggap penting

³⁵ Zainul Maarif, *Retorika ...*, Hal. 148.

atau perlu perhatian lebih. Hal ini ditujukan agar khalayak bisa membangun fokus terhadap apa yang disampaikan oleh penceramah.³⁶

a) Pitch

Merupakan tinggi maupun rendahnya suara, seorang komunikator hendaklah mengatur nada suaranya pada kalimat yang diucapkan, harskan tinggi atau rendah, tetapi harus bisa tersampaikan dengan baik.

b) Rate

Rate bisa juga disebut dengan kecepatan irama suara. Dalam hal ini, kecepatan dalam suara berkaitan dengan ritma serta irama.³⁷ maka dari itu, apabila pesan yang disampaikan komunikator adalah suatu hal yang tidak mudah dipahami, maka komunikator harus memperlambat kecepatannya dalam menyampaikan agar komunikan dapat memahami pesan.³⁸

c) Pause

Dapat juga kita sebut dengan jeda. Jeda sendiri merupakan bagian dari rate. Jeda digunakan untuk mengatur pola pikiran agar terkesan tidak buru-buru dengan senantiasa memperhatikan tanda baca.³⁹

d) Loudness

Merupakan keras maupun tidaknya suara. Keras tidaknya suara juga dilihat dari berapa komunikan yang dihadapi, serta ruang yang diberikan. Apabila komunikan yang dihadapi banyak maka sebaiknya suara yang keras digunakan agar pesan dapat didengar serta dipahami oleh komunikan, begitupun sebaliknya.

³⁶ Rakhmat. J, *Retorika...*, Hal.85.

³⁷ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), Hal.87.

³⁸ Rakhmat. J, *Retorika...*, Hal.83.

³⁹ Rakhmat. J, *Retorika...*, Hal 83.

e) Ritma

Merupakan keteraturan pada peletakan penekanan bunyi pada suatu kata, kalimat maupun paragraf. Dalam ritma ada aksen dan tempo, aksen adalah perkataan yang diungkapkan dengan penekanan kecil, sedangkan tempo sendiri adalah perkataan yang diungkapkan dengan penekanan panjang.

3) Gaya Gerak Tubuh

Gaya gerak tubuh ialah gaya dimana penekanannya lebih berpusat pada ekspresi wajah seseorang maupun gerakan tubuhnya yang mana mencakup sikap badan, penampilan, dan ekspresi.⁴⁰ Dalam hal ini, pembagian gerak tubuh diantaranya:

a) Posisi badan

Posisi badan dalam bersikap sangat dibutuhkan saat berbicara, karena posisi badan sangat menentukan keberhasilan pada ceramah/pidato. Apabila komunikator atau da'i posisi badannya tidak baik, maka akan memberikan kesan yang negatif kepada khalayak.

b) Penampilan serta busana

Seorang komunikator tidak hanya menunjukkan posisi tubuh, tetapi juga dalam hal berbusana, sebab busana adalah bagian dari diri seorang komunikator. Jika seorang komunikator ketika berbusana yang kurang pantas, itu artinya ia belum pernah tampil dihadapan khalayak.

c) Ekspresi serta Gerakan Tangan

Ekspresi juga salah satu hal penting yang dipergunakan oleh komunikator ketika berbicara di depan umum, dengan berkomunikasi menggunakan bahasa non verbal contohnya tertawa, senyuman, mimik muka, gerakan alis yang menunjukkan rasa kagum, rasa terkejut, keraguan dan lainn

⁴⁰Kholid Noviyanto, *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah*, *Jurnal Komunikasi Islam* Vol.04, No.01 Juni 2014, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2014), Hal.127.

sebagainya. Begitu juga pada gerakan tangan, dalam berbicara didepan umum atau berceramah seorang komunikator hendaklah melakukan gerakan tangan ketika menyampaikan materi yang mana dapat menarik atensi audiens.

d) Kontak Mata

Kontak mata ialah gerak tubuh dengan tujuan menarik atensi audiens. Kontak merupakan teknik pertama ketika melakukan hubungan secara langsung dengan cara melihat audiens. Kontak mata ketika berbicara dihadapan khalayak juga faktor penentu, sebab mata bisa memberikan efek magis yang dapat mengendalikan serta mengarahkan atensi khalayak.

c. Jenis-Jenis Retorika

Arman Agung dikutip dari Fitriana mengatakan jika dilihat dari segi kepentingan atau tujuan, retorika dibagi menjadi dua, yaitu: Pertama, retorika persuasif, yaitu retorika dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak tetapi dengan tidak terlalu memperhatikan atau mempertimbangkan nilai-nilai kebenaran serta moralitas. Kedua, retorika dialetika, retorika ini kerap disebut sebagai retorika psikologi, yaitu retorika yang muncul sebagai kebalikan dari retorika persuasif. Retorika ini sangat memperhatikan nilai-nilai kebenaran, kebajikan, moralitas, serta sifatnya dapat menenangkan jiwa manusia.⁴¹

Menurut ada atau tidaknya persiapan, sesuai dengan cara yang dilakukan waktu persiapan, jenis retorika dibagi menjadi empat:⁴²

1) Impromptu

Impromptu yaitu berbicara atau penyampaian yang dilakukan secara spontan, tanpa ada susunan apa yang akan diucapkan.

⁴¹ Fitriana Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik Teori dan Praktik*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2018), Hal. 63.

⁴² Rakhmat. J, *Retorika...*, Hal. 17.

Biasanya dilakukan secara mendadak pada suatu acara ataupun kegiatan tertentu.⁴³

2) Manuskrip

Manuskrip yaitu kegiatan berbicara didepan umum seperti berpidato, ceramah maupun lainnya, yang dimana dalam penyampaiannya dengan menggunakan naskah. Hal ini dianggap kurang efektif dikarenakan tidak ada interaksi dengan khalayak, tetapi manuskrip masih banyak digunakan dan dijumpai dalam kehidupan kita.⁴⁴

3) Memoriter

Memoriter yaitu kegiatan berbicara didepan umum seperti berpidato, ceramah maupun lainnya, dimana dalam penyampaiannya dengan mengingat kata-kata yang telah disusun sebelumnya, apabila lupa maka akibatnya bisa fatal.⁴⁵

4) Ekstemporer

Ekstemporer dipakai oleh mereka yang merupakan pakarnya dalam bidang retorika, yaitu dengan menyiapkan outline (garis besar) serta ditunjang oleh *supporting points* (penunjang bahasa).⁴⁶

d. Prinsip-Prinsip Penyampaian Pidato

Siapa pun dapat menyajikan retorika yang baik jika mengerti serta mempraktikkan tiga prinsip retorika yang dikutip dari Jalaludin Rakhmat, yaitu:⁴⁷

1) Kontak visual (Kontak)

Teknik menjalin hubungan yang pertama ialah dengan menatap secara langsung serta mengamati semua pandangan penonton. Tidak harus seluruhnya, paling tidak lihat beberapa titik

⁴³ Rakhmat, J, *Retorika...*, Hal. 17.

⁴⁴ Rakhmat, J, *Retorika...*, Hal. 17-18.

⁴⁵ Rakhmat, J, *Retorika...*, Hal. 18.

⁴⁶ Rahim, A, *Retorika Haraki Seni Berbicara Aktivistis Dakwah*, (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2010), Hal. 122.

⁴⁷ Rakhmat, J, *Retorika...*, Hal. 78.

dari sebelah kanan, kiri kemudian ke tengah. Hal Ini disebut dengan kontak visual atau mata.

Setelah melakukan kontak visual atau mata, kemudian beralih ke tahap kontak mental, yaitu dengan memperhatikan respon atau feedback dari audience. Jika anda melihat ada seseorang yang mengantuk atau perhatiannya teralihkan, cobalah menyertakan beberapa materi yang menarik, seperti cerita atau ilustrasi yang menyenangkan.

2) Olah Vokal

Gunakan simbol pendengaran atau cobalah membuat suara anda dapat memberikan arti yang lebih kaya pada bahasa anda (olah suara).

Olah vokal adalah perubahan suara menjadi kata, frasa, atau kalimat. Ciri-ciri olah vokal serta efek dari komunikasinya dijabarkan oleh Douglas Ehninger, Alan H. Monroe serta Bruce E. Gronbeck pada "Prinsip dan Jenis Pidato":

Kejelasan (intelligibility), hal ini penting sebab tingkat kenyaringan suara bisa diukur dari dua indikator - pengucapan serta volume (suara), dan dua indikator psikometrik pengucapan serta dialek. Pengucapan menunjukkan proses pembentukan serta pemisahan bunyi dengan menggunakan mekanisme vokal.

Pengucapan, adalah petunjuk cara mengucapkan setiap bunyi. Kesalahan pengucapan tidak hanya mengaburkan makna tetapi juga menurunkan kredibilitas komunikator. Kesalahan pengucapan dapat mengalihkan perhatian khalayak.

Dialek adalah suatu jenis bahasa yang dikembangkan oleh suatu kelompok serta mencakup perbedaan kosakata, tata bahasa, serta pengucapan bahasa yang membedakan satu kelompok dengan kelompok lainnya.

Tingkat kerasnya suara (loudness) menunjukkan jumlah energi atau tekanan suara yang bekerja pada gendang telinga. Besar kecilnya tekanan dipengaruhi oleh besarnya energi yang dihasilkan pembicara, jarak tempuh bunyi dari pembicara ke khalayak, serta besarnya kebisingan yang harus dilewati. Selain itu, perhatian khalayak juga mempengaruhi keras atau tidaknya suara tersebut. Jika khalayak tertarik dengan isi pembicaraan komunikator, maka meskipun suaranya tidak terlalu keras, namun tetap terdengar nyaring. Pengucapan serta kenyaringan, kejelasan dan intensitas suara menunjukkan kecerdasan. Keduanya mampu memperjelas suara di telinga pendengar.

Keragaman (*variety*), variasi meliputi pitch (nada), durasi (panjang), ritma (kecepatan), jeda (berhenti). Pitch adalah jumlah gelombang yang dihasilkan oleh suatu sumber energi. Nada suara anda akan meningkat saat anda marah atau agresif. Orang yang mendengarnya akan berkata, "Hei, suaramu mulai meninggi." Nada tinggi mengungkapkan kemarahan, ketakutan, atau keterkejutan. Di sisi lain, nada rendah menunjukkan perasaan gembira, damai, atau sedih. Nada yang monoton membuat Anda terkesan bosan atau tidak serius. Secara teknis, nada yang naik turun disebut infleksi – mengekspresikan kegembiraan, antusiasme, atau terkadang ketakutan.

Duration, adalah waktu yang dibutuhkan untuk mengucapkan satu suku kata. Menurut penelitian, orang mengungkapkan kebahagiaan atau kesenangan ketika orang tersebut menambah kecepatan serta mempersingkat waktu. Ia mengungkapkan perasaan sedih, frustrasi, takut, atau bosan jika melambatkan rate dan memakan waktu lebih lama.

Rate, atau kecepatan bicara, yang mewakili jumlah kata yang diucapkan per menit. Kecepatan dipengaruhi oleh isi pesan, tingkat emosi, makna pesan, serta ukuran ruangan. Jika anda

menyampaikan pesan yang sulit, Anda perlu memperlambat kecepatan bicara anda. Hal yang sama juga terjadi ketika berbicara di depan audiens, di ruangan yang luas.

Rate dikendalikan oleh hentian (pause). Komunikator berhenti untuk memberikan kesempatan kepada audiens untuk menyerap serta memahami apa yang dikatakannya. Bagi pembicara, pemberhentian merupakan kesempatan untuk berefleksi, mencari kata-kata yang paling tepat dan merencanakan penyampaian ide. Hentian juga digunakan untuk menyelaraskan unit pemikiran, seperti koma, titik, atau titik koma dalam teks.

Kemampuan mengatur jeda sama dengan kemampuan mengatur tanda baca. Hanya pembicara berpengalaman yang dapat melakukan hal tersebut. Jika anda tidak bisa berhenti sejenak, pendengar akan merasa “lelah” sebelum memahami pesan yang ingin anda sampaikan.

Pause atau jeda artinya menghentikan bunyi. Terkadang, komunikator mengkonfirmasi kata-kata ide dengan bunyi “eh”, “anu”, “apa yah namanya”. Hal seperti ini tidak ada fungsi serta cukup mengganggu. Pakar komunikasi menyebut hal ini sebagai intrusions. Intrusions menunjukkan bahwa orang tersebut tidak siap, ragu-ragu, kurang persiapan, atau takut.

Ritma. Ritma atau irama adalah keteraturan yang kita gunakan untuk menekankan bunyi, suku kata, struktur kalimat, atau paragraf. Penekanan pada satuan kecil disebut stres atau aksen. Penekanan pada kalimat yang panjang (seperti paragraf) disebut tempo.

Contoh kalimat:

Sa-ya-ti-dak-ta-hu-re-to-ri-ka

Bila membaca kalimat diatas dengan menekankan (mengeraskan loudness dan meninggikan pitch) pada setiap suku kata awal, maka akan terdengar lucu, orang akan berfikir “anda

menggunakan bahasa Indonesia, tetapi dengan aksen asing”. Anda berbicara dengan ritma yang salah (aritmikal).

Semua yang dibahas pada bagian ini akan membentuk gaya vokal. Gaya vokal tidak selalu sama dalam berbagai situasi : informatif, persuasif formal, informal. Untuk memperoleh gaya vokal yang tepat, ingat selalu untuk memperhatikan suara awal pada pidato Anda.⁴⁸

- 3) Berbicaralah menggunakan seluruh kepribadian anda dengan wajah, tangan, dan tubuh Anda (Olah visual).

Gerakan tubuh menjadi penting ketika menyampaikan suatu pesan atau retorika karena akan menarik perhatian khalayak serta dalam menyampaikan pesan akan lebih maksimal.

Gerak tubuh ada beberapa macam :

- a. Pergerakan seluruh tubuh, perpindahan dari satu tempat ke tempat lain.
- b. Gerakan sebagian tubuh, gerakan lengan, bahu, kaki.
- c. Mimik muka.
- d. Postur dan posisi pembicara saat berdiri atau duduk.

a. Hukum Retorika

Dari Aristoteles serta hukum retorika klasik, terdapat lima tahapan penyusunan pidato yang dikenal sebagai Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*), yaitu:

- 1) *Inventio* (penemuan)

Pada bagian ini, komunikator mempelajari topik serta meneliti audiens untuk menemukan metode persuasi yang paling sesuai. Menurut Aristoteles, retorika tidak lebih dari “kemampuan untuk menentukan peristiwa tertentu serta situasi tertentu”. Pada tahap ini komunikator merumuskan tujuan serta mengumpulkan argumen dari audiens.

⁴⁸Rakhmat. J, *Retorika...*, Hal. 85.

2) *Disposito* (penyusunan)

Aristoteles menyebutnya *taxis*, yang artinya pembagian. Pada bagian ini, komunikator menyusun materi menjadi beberapa bagian seperti: pendahuluan, pernyataan, argumentasi dan kesimpulan.

3) *Elucutio* (gaya)

Pada bagian ini, komunikator memilih kata-kata serta menggunakan bahasa yang sesuai untuk menyampaikan pesannya. Penggunaan bahasa yang sesuai, akurat dan dapat diterima. kemudian pemilihan kata-kata yang jelas dan lugas..

4) *Memoria* (memori)

Pada bagian ini, komunikator perlu mengingat apa yang akan dikomunikasikan, dengan jalan menyusun materi pembicaraan.

5) *Pronountiatio* (penyampaian).

Pada tahap akhir, komunikator menyampaikan pesannya secara lisan. Di sini, permainan peran sangat penting. Komunikator harus memperhatikan olah vokal serta gerak tubuhnya. Dalam hal ini retorika dinilai mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan penyampaian ide, pikiran, dan emosi, karena perkataannya harus jelas, ringkas, padat serta mudah dipahami. Dengan gaya retorika, komunikator dapat lebih menarik perhatian khalayak. Gaya retorika yang sudah menjadi ciri khas pembicara dapat ditingkatkan seiring berjalannya waktu sehingga penyajiannya tidak terkesan membosankan namun menjadi daya tarik bagi audiens.

Oleh karena itu, selain penguasaan konsep Islam serta pengamalannya, kesuksesan dalam dakwah juga sangat ditentukan oleh kemampuan komunikasi antara da'i atau khatib dengan mad'u yang menjadi objek dakwahnya..⁴⁹

⁴⁹ Isina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika dalam Komunikasi Dakwah (Relasi atas Pendekatan Stelistika Bahasa)*, Jurnal At-Tabsyir :Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol.1 No.2 Juli-Desember 2013), (Kudus : IAIN Kudus, 2013), Hal.52.

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan menyeru dan mengajak mukmin untuk beramal shaleh. Dakwah bisa menjadi suatu profesi dimana seorang da'i selain harus mempunyai ilmu yang mencukupi juga harus mempunyai keterampilan yang baik serta penampilan yang baik pula.

Dakwah merupakan kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Melalui Dakwah, Islam dapat disebarkan serta diterima oleh semua orang. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam, maka ia akan semakin menjauh dari masyarakat dan kemudian hilang dari muka bumi..⁵⁰

Dakwah berasal dari kata دعا – يدعو – دعوة yang artinya memanggil, mengundang; memohon pertolongan kepada, berdoa, memohon, mengajak kepada sesuatu, mengubah dengan perkataan, perbuatan, serta amal.⁵¹ Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan dakwah ialah mengajak masyarakat luas untuk mengamalkan ajaran-ajaran agama serta memberikan bimbingan agar tidak menyimpang dari norma-norma agama.

Dari segi terminologi, para ahli mempunyai penafsiran yang berbeda-beda tergantung pandangann mereka terhadap makna dakwah. Berikut beberapa komentar yang dikutip, antara lain::

- 1) M. Abu al-Fath al-Bayanuni, dakwah ialah menyebarkan serta mengajarkan agama Islam kepada manusia dan menerapkannya pada kehidupan manusia.
- 2) Taufik Al-Wa'i, dakwah ialah mengajak pada pengesaan Allah dengan mengucapkan dua kalimat syahadat dan mengikuti jalan Allah di bumi, baik perkataan maupun perbuatan, sebagaimana yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Assunah. Supaya

⁵⁰ Moh.Ali Aziz, *lmu Dakwah*, (Jakarta : Kencana, 2004), Hal.37.

⁵¹ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2013), Hal.43.

mendapatkan agama yang diridha'inya serta manusia mendapat kebahagiaan di dunia serta akhirat.

- 3) Sayyid Qutub memandang dakwah lebih bersifat holistik, yaitu upaya mewujudkan sistem Islam dalam kehidupan nyata, mulai dari tingkat terkecil seperti keluarga, hingga tingkat terbesar misalnya negara atau ummat, untuk mencapai tujuan kebahagiaan dalam hal ini yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.⁵²
- 4) H.M. Arifin, hakikat dakwah terdapat pada ajakan, memberi semangat (motivasi), merangsang dan membimbing orang lain agar menerima ajaran agama dengan kesadaran untuk kemaslahatan pribadi dan bukan untuk kemaslahatan dakwah.⁵³
- 5) Toha Yahya Oemar, dakwah ialah mengajak umat secara bijak untuk mengikuti jalan yang benar sesuai perintah Allah demi kepentingan serta kebahagiaannya di dunia dan akhirat..⁵⁴

Dari berbagai pengertian dakwah di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan, memanggil serta menyampaikan risalah kepada manusia, untuk melaksanakan apa yang telah diperintahkan-Nya, serta menghindari segala larangan-Nya guna mencapai tujuan hidup yang baik serta bahagia di kehidupan dunia dan akhirat.

b. Unsur-unsur Dakwah

Kepatutan serta keberhasilan dakwah akan tercapai dengan baik bila unsur-unsurnya dilaksanakan dengan baik. Unsur-unsur dakwah adalah sebagai berikut:

1) Subjek Dakwah (Da'i)

Yang dimaksud dengan da'i ialah orang yang melakukan dakwah, baik lisan, tulisan, maupun perbuatan, baik sendiri-

⁵² Abdul Basit, *Filsafat...*, Hal. 44.

⁵³ I'nanatut Toifah, *Manajemen Dakwah*, (Malang : Madani Press, 2015), Hal. 6.

⁵⁴ Moh.Ali Aziz, *Ilmu...*, Hal. 5.

sendiri, berkelompok, maupun dalam bentuk organisasi atau badan. Da'i sering disebut mubalig (orang yang menyebarkan ajaran Islam). Jika kita kembali ke Al-Qur'an, kita dapat menyimpulkan bahwa pelaku dakwah pertama ialah Nabi Muhammad SAW.

Semua umat Islam, baik laki-laki maupun perempuan, yang telah mencapai usia dewasa, berakal serta mempunyai ilmu yang cukup hendaklah untuk menyampaikan risalah atau mengamalkannya pada kehidupan sehari-hari.

Sedangkan untuk menciptakan seorang da'i yang profesional yang mampu menghadapi kondisi khalayak sesuai dengan perkembangan serta dinamika yang dihadapi objek dakwah, diperlukan kriteria tertentu. Sifat-sifat penting yang umumnya harus dimiliki seorang da'i adalah::

- a) Mempelajari Al-Qur'an serta Sunnah dan kisah hidup Nabi dan Rasul serta khulafaurrasyidin.
 - b) Memahami kondisi mad'u yang akan dihadapi
 - c) Berani dalam mengungkapkan kebenaran kapanpun dan dimanapun.
 - d) Ikhlas dalam melaksanakan tugas dakwah tanpa tergiur oleh kenikmatan materi yang bersifat sementara.
 - e) Kata-kata dengan tindakan.
 - f) Mengambil jarak dari hal-hal yang menurunkan harga diri.⁵⁵
- 2) Objek dakwah (Mad'u atau Penerima Dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah atau yang menerima dakwah, baik secara perseorangan maupun kelompok, baik manusia itu beragama Islam maupun bukan. Dengan mad'u, kegiatan dakwah akan lebih terarah serta tepat sasaran.

⁵⁵ Moh.Ali Aziz, *Ilmu...*, Hal. 81.

Mad'u terdiri dari beberapa golongan, antara lain sebagai berikut:

- a) Dari segi sosiologi, masyarakat terpencil, pedesaan, perkotaan, kota kecil, dan masyarakat di daerah pinggiran kota besar.
 - b) Dari struktur kelembagaan terdapat kelompok priyayi, abangan dan santri, khususnya masyarakat jawa.
 - c) Ditinjau dari segi umur, ada golongan anak-anak, remaja, serta orang tua.
 - d) Dilihat dari segi pekerjaan, ada golongan petani, pedagang, seniman, buruh, dan pegawai negeri sipil.
 - e) Ditinjau dari tingkatan sosial ekonominya, terdapat kelompok kaya, menengah, serta miskin.
 - f) Dari segi gender, terdapat kelompok laki-laki dan perempuan.
 - g) Dari segi khusus, terdapat masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana, dan sebagainya.⁵⁶
- 3) Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan para da'i untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u. Untuk menyampaikan materi Dakwah, bisa mempergunakan bermacam-macam cara agar tercipta Dakwah yang efektif. Oleh karena itu, kecerdasan dalam memilih media atau sarana yang tepat menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam dakwah.

Ada beberapa media dalam dakwah, yaitu sebagai berikut:

- a) Lisan, seperti pidato, ceramah, nasihat, dan sebagainya.
- b) Tulisan, seperti buku, majalah, surat kabar, buletin, dan sebagainya.
- c) Gambar, seperti lukisan, karikatur, dan sebagainya.

⁵⁶ Moh.Ali Aziz, *Imu ...*, Hal. 91.

- d) Media audiovisual seperti televisi, internet, *youtube*, dan sebagainya dengan tujuan agar dakwah yang dilakukan tidak kaku dan membosankan.
- e) Akhlak, yaitu menyampaikan dakwah dengan bentuk tindakan nyata, langsung praktik, dan tidak banyak teori.⁵⁷

4) Materi Dakwah

Unsur lain dalam kegiatan dakwah yaitu materi dakwah (maddah), yaitu isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u untuk mencapai tujuan dakwah.

Materi ini dapat dirangkum menjadi beberapa pokok bahasan, antara lain::

- a) Keyakinan Islam, didalamnya ada tauhid serta iman. Aspek keyakinan inilah yang akan menciptakan moralitas (akhlak) manusia.
- b) Syari'ah, atau hukum syari'ah sering dianggap sebagai cermin peradaban dalam artian bahwa semakin matang dan sempurna maka peradaban akan tercermin pada hukum-hukumnya. Penerapan syaria'ah adalah sumber diaman terlahirnya peradaban Islam, yang melestarikan serta melindunginya dalam sejarah. Syari'ah akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan umat muslim.
- c) Mu'amalah, Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial dibandingkan aspek kehidupan ritual. Karena beramal shaleh dalam kehidupan bermasyarakat akan mendatangkan pahala yang lebih besar dibandingkan dengan ibadah sunnah.
- d) Akhlak, pembentuk kepribadian yang sempurna dengan berlandaskan pada nilai-nilai akhlakul karimah. Dengan demikian manusia yang memiliki sisi kemanusiaan yang

⁵⁷ I'anatut Toifah, *Manajemen...*, Hal. 56

sempurna adalah manusia yang aktivitas berpikirnya paling benar serta ikhtiarnya yang paling mulia.⁵⁸

5) Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan jalan atau metode yang digunakan pendakwah dalam penyampaian ajaran dalam materi dakwah (Islam). Ketika menyampaikan pesan dakwah, metode memegang peranan yang sangat penting, meskipun pesan tersebut baik namun jika disampaikan dengan metode yang salah maka bisa saja penerima pesan tersebut ditolak.⁵⁹

Sedangkan dalam bidang komunikasi, metode dakwah ini lebih dikenal dengan pendekatan, yaitu cara yang digunakan oleh da'i atau komunikator guna mencapai suatu tujuan tertentu berdasarkan hikmah serta kasih sayang.

6) Efek dakwah

Efek dakwah adalah umpan balik dan timbal balik yang dirasakan mad'u setelah dakwah disampaikan oleh para dakwah dengan menggunakan materi, metode, serta media dakwah yang tersedia saat ini. Jalaludin Rahmat mengatakan Mad'u merasakan dua dampak, yakni:

- a) Efek kognitif, efek ini terjadi jika terdapat perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dirasakan atau dipersepsi khalayak, yang meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan emosi, sikap dan nilai. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, keyakinan, atau informasi.
- b) Efek behavioral, mengacu pada perilaku aktual yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, aktivitas, atau kebiasaan bersikap.⁶⁰

⁵⁸ I'anatut Toifah, *Manajemen...*, Hal.54.

⁵⁹ Moh.Ali Aziz, *Imu...*, Hal. 123.

⁶⁰ I'anatut Toifah, *Manajemen...*, Hal. 56.

7) Tujuan dan Fungsi Dakwah

Dakwah adalah bagian integral dari pengalaman keislaman seseorang. Oleh karena itu, dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan sarana yang berbeda-beda, sepanjang sesuai dengan ajaran Islam..⁶¹

Secara umum tujuan dakwah yaitu mengajak umat manusia untuk mengikuti jalan kebenaran yang diridhai Allah supaya bisa hidup bahagia serta sejahtera dalam kehidupan dunia dan akhirat. Menurut Abdul Basit dalam bukunya *Filsafat Dakwah*, tujuan umum tersebut harus diikuti dengan tujuan khusus pada tingkat individu, golongan, dan masyarakat..⁶²

Pada level individu, tujuan dakwah yaitu: Pertama, mengubah pola pikir seseorang tentang pentingnya tujuan hidup. Kedua, menanamkan ajaran Islam ke dalam kehidupan umat Islam sehingga menjadi kekuatan batin yang mampu memotivasi seseorang untuk mengamalkan ajaran Islam. Ketiga, sebagai wujud penyerapan ajaran Islam, umat Islam mempunyai kemauan untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari..⁶³

Pada level kelompok serta masyarakat, tujuan dakwah ialah: pertama, mempererat persaudaraan serta solidaritas antara umat muslim dan non-Muslim. Kedua, meningkatkan hubungan yang harmonis serta saling menghormati antar anggota suatu golongan atau masyarakat. Ketiga, memperkuat struktur sosial dan kelembagaan berdasarkan nilai-nilai Islam. Keempat, mengembangkan kesadaran serta tanggung jawab sosial dalam membangun kesejahteraan manusia..⁶⁴

Setelah mengerti tujuan dari dakwah, selanjutnya yaitu fungsi dakwah. Perlu diketahui jika dakwah mempunyai fungsi, yaitu

⁶¹ Abdul Basit, *Filsafat...*, Hal. 50.

⁶² Abdul Basit, *Filsafat...*, Hal. 51.

⁶³ Abdul Basit, *Filsafat...*, Hal. 52.

⁶⁴ Abdul Basit, *Filsafat...*, Hal. 54.

supaya dakwah bisa terlaksana sesuai tuntunan Allah. Adapun fungsi dakwah dalam sistem Islam ialah sebagai berikut:

- a) Mengesakan Allah, Tuhan pencipta alam semesta.
- b) Mengubah tinglah laku manusia.
- c) Membangun peradaban manusia yang sesuai dengan ajaran Islam.
- d) Menciptakan kebaikan serta mencegah kemungkaran.⁶⁵

8) Landasan hukum dakwah

Dakwah adalah kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Melalui Dakwah, Islam dapat disebarkan serta diterima oleh semua orang. Karena pentingnya dakwah, maka dakwah bukanlah suatu pekerjaan yang bisa dianggap enteng, melainkan wajib bagi setiap mukmin. Landasan hukum dakwah telah disebutkan dalam Al-Quran dan hadis.

Dalam Al-Qur'an banyak sekali ayat yang menyatakan tentang kewajiban berdakwah, salah satunya adalah QS. An-Nahl ayat 125:

بِالَّتِي وَجَدْتَهُمْ أَحْسَنَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلٌ إِلَىٰ أَدْعُ
 أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ عَنِ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحْسَنَ هِيَ
 بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS.An-Nahl:125).”

Ayat di atas, selain memerintahkan umat Islam untuk berdakwah, juga memerintahkan bagaimana melakukannya, khususnya dengan cara yang baik, sesuai dengan petunjuk agama.

⁶⁵ Abdul Basit, *Filsafat...*, Hal. 58.

Selain ayat Al-Qur'an di atas, masih banyak lagi hadist Nabi yang mengharuskan umatnya untuk menjalankan kebaikan dan menjauhi kejahatan, antara lain:

- a) Hadist Riwayat Imam Muslim, “Dari Abi Sa’id Al Khudharyi ra. berkata; Aku telah mendengar Rosululloh bersabda; Barang siapa diantara kamu melihat kemunkaran, maka hendaklah dia mencegah dengan tangannya (dengan kekuatan atau kekerasan); jika tidak sanggup dengan demikian (sebab tidak memiliki kekuatan atau kekerasan); maka dengan lidahnya; dan jika (dengan lidahnya) tidak sanggup, maka cegahlah dengan hatinya, dan dengan yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman.” (HR.Muslim).
- b) Hadist Riwayat Imam Tirmidzi, Dari Khulafaurrosyisin ra. dari Nabi bersabda; “Demi Dzat yang menguasai diriku, haruslah kamu mengajak pada kebaikan dan haruslah kamu mencegah perbuatan yang munkar, atau Allah akan menurunkan siksa-Nya kepadamu kemudian kamu berdoa kepada-Nya dimana Allah tidak akan mengabulkan permohonanmu”. (HR.Tirmidzi)

Dua hadits di atas dimana diawali dengan sumpah nabi menunjukkan bahwa hanya terdapat dua alternatif umat islam umat Islam. Berbuat baik dan menghindari keburukan, jika tidak maka mereka akan mendapat musibah dan siksaan dari Allah dan Allah tidak akan lagi peduli terhadap permohonan mereka, sebab mereka dianggap sebagai kaum yang lalai dalam menjalankan perintah-Nya.⁶⁶

Peneliti pribadi menyimpulkan serta berpendapat jika dakwah itu wajib bagi seluruh umat manusia, karena menyampaikan sesuatu yang baik akan mengubah perilaku seseorang menjadi lebih baik adalah sebagian dari dakwah.

⁶⁶ Moh.Ali Aziz, *Imu...*, Hal. 41.

C. Sosial Media *Youtube*

1. *Youtube* sebagai Media Dakwah

Di era modern ini, jejaring sosial media banyak dimanfaatkan oleh banyak kalangan pada semua lapisan masyarakat, seperti untuk mencari sumber data, informasi bahkan sekedar hiburan. Jejaring sosial media yang sangat sering digunakan contohnya yaitu *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, dan lain-lain.

Dengan jejaring sosial media, masyarakat tidak perlu kesulitan dalam mencari informasi, cukup menggunakan internet yang tersedia dan menuliskan apa yang ingin dicari dan semua informasi akan tersedia. Salah satu media sosial yang sering digunakan yaitu *YouTube*.

YouTube adalah situs berbagi video (video sharing website) yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada bulan Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, melihat dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California dan menggunakan teknologi *Adobe Flash Video* dan HTML5 untuk menampilkan berbagai konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip televisi, dan video musik. Ada juga konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.⁶⁷

Youtube.com juga merupakan situs web yang menggunakan Internet untuk menjalankan fungsinya. Dengan *YouTube*, pengguna dapat mempublikasikan atau menampilkan video atau animasi sehingga banyak orang dapat menonton dan menikmatinya.

Media *YouTube* digunakan oleh para pengguna media untuk menonton berbagai konten berupa video. Konten yang disediakan juga sangat beragam serta mudah diakses. Selain konten video, *YouTube* juga biasa digunakan untuk live streaming. Ada banyak komunitas *YouTube* di

⁶⁷ Edy Chandra, *Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol. 1, No. 2, (Universitas Tarumanegara, 2027), Hal. 407.

Indonesia yang memanfaatkan media *YouTube*, tidak hanya untuk membangun koneksi antar daerah tetapi juga sebagai upaya untuk eksistensi. *YouTube* menghadirkan banyak dampak besar bagi para pengguna. *YouTube* bukan hanya menjadi sarana komunikasi tetapi juga tempat mencari ketenaran. Penggunaan seperti ini menyebabkan adaptasi lintas budaya dan kemudian terjadi peralihan dari budaya lama ke budaya baru.⁶⁸

Ada beberapa fitur *YouTube* yang membuat penggunanya merasa nyaman menggunakannya, antara lain:⁶⁹

- a. Tidak ada batasan waktu untuk mengunggah video. Inilah yang membedakan *YouTube* dengan aplikasi lain seperti Instagram, Snapchat, dan lain-lain.
- b. Sistem keamanan presisi. *YouTube* menerapkan batasan privasinya dengan tidak mengizinkan video yang berisi konten seksual atau ilegal dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengupload video.
- c. Membayar. Kini, karena konten menjadi viral, *YouTube* menawarkan insentif kepada siapa saja yang mengupload video ke *YouTube* dan mendapat minimal 1.000 penayangan maka mereka akan mendapat bayaran.
- d. Sistem luring. *YouTube* mempunyai fitur baru bagi penggunanya untuk menonton video, yakni sistem *offline*. Sistem ini memudahkan pengguna untuk menonton video secara *offline*, namun dengan syarat video sudah diunduh sebelumnya.
- e. Ada ditor sederhana. Pada menu unggah video di awal, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit video terlebih dahulu. Fitur yang tersedia

⁶⁸ Hamdan, Mahmudin, *Youtube Sebagai Media Dakwah*, *Palita : Journal of Social Religion Research*, Vol. 6, No. 1, (Universitas Al Asyariah Mandar, 2021), Hal. 70.

⁶⁹ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, *Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram*, *Jurnal Komunikasi Kareba*, Vol. 5, No. 2, (Universitas Hassanuddin, 2016), Hal. 261.

antara lain memotong video, memfilter warna, atau menambahkan efek transisi video.

Media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan untuk membantu menyampaikan pesan-pesan dari komunikator (da'i) kepada mad'u.⁷⁰ Media *YouTube* digunakan oleh pengguna media untuk menonton berbagai jenis konten video, pengguna dapat menggunakan media ini untuk live streaming. Media *YouTube* mirip dengan televisi, namun lebih mudah diakses, serta lebih banyak menawarkan konten video, dan dapat menjadi media dakwah dalam bentuk video ceramah.

Sebagai media dakwah, *YouTube* tentunya memiliki kelebihan serta kekurangan. Kelebihan *YouTube* dari sudut pandang pendakwah yaitu dapat menjangkau penonton di banyak lokasi berbeda tanpa batasan apa pun. Keuntungan bagi pengguna *YouTube* adalah dapat memperluas pemahaman Islam dan ilmu pengetahuan lainnya dengan sangat mudah dan cepat karena merupakan jenis media audio visual yang menggunakan suara dan gambar sebagai ilustrasinya. Sedangkan kekurangan *YouTube* sebagai media dakwah yaitu tidak bisa berinteraksi secara langsung sehingga tidak ada *feedback* baik bagi pendakwah maupun penonton.

2. Tata Cara Pembuatan *Youtube*

a. Cara mengunduh aplikasi *Youtube*

Sebelum menggunakan aplikasi *YouTube*, tentunya Anda harus memiliki aplikasi ini terlebih dahulu. Biasanya, aplikasi *YouTube* otomatis terinstal di ponsel seperti aplikasi lainnya secara *default*. Namun jika Anda belum memiliki aplikasi *YouTube*, Anda bisa mendownloadnya terlebih dahulu. Caranya, masuk ke aplikasi *PlayStore* untuk pengguna Android dan *AppStore* untuk pengguna iPhone, lalu cari di bagian pencarian dengan mengetikkan kata kunci

⁷⁰ Aminuddin, Media Dakwah, Al-Munzir : *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam*, Vol. 9, No. 2, (IAIN Kendari, 2016), Hal. 346.

Youtube, lalu *install/download*. Setelah selesai, aplikasi *YouTube* dapat digunakan.

b. Cara mendaftar *Youtube*

Setelah mendownload aplikasi, langkah pertama yaitu membuka aplikasi *YouTube*. Kemudian *login* dengan *email (gmail)*. Setelah login, langkah selanjutnya adalah membuat *channel* dengan cara klik *icon* profil lalu klik *channel* anda lalu isikan nama *channel* sesuai keinginan. Setelah selesai, klik buat saluran.

c. Cara membuat video *Youtube*

Video pada aplikasi *YouTube* adalah video yang direkam secara individual yang telah melalui proses pengeditan sebelum diunggah ke akun *YouTube* anda. Caranya adalah dengan mengklik ikon "tambah" di bagian bawah halaman, lalu klik "unggah video". Setelah memilih video, Anda dapat mengubah durasi video yang akan diunggah, lalu klik "berikutnya". Video juga bisa diedit dengan menambahkan teks serta filter sesuai keinginan lalu klik "berikutnya". Tambahkan deskripsi untuk video lalu klik unggah video.

D. Khalayak atau Viewers

1. Pengertian

Cangara mengatakan bahwa khalayak sering dikatakan sebagai penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, audiens, decoder atau komunikan. Audiens merupakan salah satu komponen proses komunikasi. Oleh karena itu, khalayak tidak boleh diabaikan karena berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak.

Menurut pengertian yang dipakai secara umum dalam komunikasi, pihak yang menjadi tujuan disampaikannya suatu pesan disebut sebagai penerima (*receiver*), khalayak (*audience*), atau komunikan. Walaupun demikian, khalayak sebenarnya hanyalah suatu peran yang bersifat sementara. Pada giliran berikutnya, penerima pesan akan memprakarsai

penyampaian suatu pesan berikutnya dan pada saat itu khalayak telah berubah peran menjadi komunikator.

Menurut Cangara khalayak adalah penerima (*reciever*) pesan yang dikirimkan oleh sumber atau komunikator dengan menggunakan media. Dalam studi komunikasi, khalayak bisa berupa individu, kelompok, atau masyarakat. Kemudian McQuail menjelaskan jika khalayak media massa modern memiliki beberapa karakteristik yang sama, namun dalam beberapa hal sangat berbeda. Audiens media massa tertarik pada konten yang disediakan untuk kepuasan, bukan dibentuk sebagai respons terhadap postingan atau minat yang berulang.⁷¹

2. Prinsip-prinsip Khalayak

Setiap jenis media mempunyai karakteristik khalayaknya masing-masing. Khalayak koran, majalah, radio, televisi, *new* media, dan social media mempunyai karakteristik berbeda satu sama lain. Menurut Rivers, Jensen, dan Peterson, berdasarkan hasil penelitian, terdapat empat prinsip umum khalayak, yaitu:

a. Prinsip semua atau tidak sama sekali

Berdasarkan pemikiran Paul Lazarfeld dan Patricia Kendall, seseorang yang senang dengan suatu media, biasanya akan menyenangi jenis media lain pula. Sedangkan mereka yang tidak menyukai satu jenis media, biasanya tidak menyukai jenis media lainnya. Setiap orang adalah khalayak beberapa media.

b. Prinsip pendidikan

Pada umumnya masyarakat terpelajar lebih banyak menggunakan media, meskipun terdapat variasi pada beberapa media, utamanya media cetak seperti koran dan majalah. Tingkat pendidikan tidak banyak kaitannya untuk memilih media elektronik atau media siaran. Media membaca lebih digemari oleh

⁷¹ Umaimah Wahid, *Komunikasi Politik, Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2016), Hal. 95.

masyarakat dengan tingkat pendidikan lebih tinggi, sedangkan televisi dan radio lebih digemari oleh masyarakat yang hanya berpendidikan sekolah menengah.

c. Prinsip ekonomi

Semakin tinggi pendapatan, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan media. Namun prinsip ini hanya berlaku pada media cetak. Trennya adalah masyarakat berpendapatan tinggi lebih senang membaca dibandingkan masyarakat berpendapatan rendah.

d. Prinsip usia

Semakin tua usia, maka semakin besar kemungkinan mereka menggunakan media untuk hal-hal serius, seperti mendukung pekerjaan dan meningkatkan kualitas hidup. Pembaca yang lebih tua lebih banyak dibandingkan pembaca yang lebih muda, terutama untuk surat kabar dan media cetak lainnya yang bertema sosial. Sedangkan untuk media elektronik atau media siaran, khalayak yang lebih tua lebih menyukai program berita, debat, dan lain-lain. Sedangkan untuk radio, pendengar yang lebih tua lebih menyukai musik klasik, jazz, acara religi, dan kuis (karena dapat meningkatkan pengetahuannya). Sedangkan generasi muda lebih menyukai acara yang sesuai dengan minatnya.

Nasrullah berpendapat bahwa publik dapat dijelaskan berdasarkan hubungannya dengan media yang dapat diakses oleh publik, secara spesifik ialah: (1) publik cenderung merupakan individu yang sering berbagi pengalaman. Sebaliknya dalam hubungan sosial, ia dipengaruhi oleh individu lain. Hubungan sosial inilah yang menjadi alasan masyarakat secara sadar memilih media; (2) khalayak cenderung heterogen, artinya berasal dan terdiri dari banyak kelas/komponen sosial yang berbeda; dan (3) khalayak cenderung tersebar di berbagai wilayah sasaran.

Keberagaman khalayak ini menyebabkan tidak semua konten yang dihasilkan media dapat diterima oleh masyarakat.⁷²

3. Tingkat Kesadaran Khalayak Sasaran

Tingkat dari dampak pesan yang diterima khalayak atau masyarakat tidak akan sama. Kredibilitas pesan dan kedekatannya dengan isu atau peristiwa yang disajikan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat variasi pengaruh pesan antar khalayak.

Terdapat berbagai tingkat kesadaran khalayak sasaran tentang komunikasi politik, antara lain:

1. Tidak tahu/sadar (*unaware*).
2. Tahu/sadar (*aware*).
3. Mengerti (*comprehend*).
4. Yakin (*convince*).
5. Tergerak (*action*).
6. Konsumen (*keep sold*).



⁷² Umaimah Wahid, *Komunikasi...*, Hal. 99.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memakai metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengamatan.⁷³ Metode kualitatif juga biasa disebut dengan metode penelitian naturalistik, sebab penelitian ini meneliti objek alamiah. Pada penelitian kualitatif, instrumen atau hal yang utama yaitu peneliti sendiri. Kemudian hasil dari penelitian kualitatif sendiri lebih menitik beratkan pada makna dibandingkan generalisasi.⁷⁴

Atau secara mudah, penelitian kualitatif adapat disimpulkan sebagai penelitian yang berusaha memahami kejadian serta mencegah untuk melakukan manipulasi kejadian yang diteliti. Penelitian kualitatif bisa memperlihatkan kehidupan bermasyarakat, sejarah, tingkah laku, pergerakan sosial, serta hubungan kekerabatan.⁷⁵

Kemudian untuk jenisnya sendiri, peneliti memakai jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu metode penelitian dimana peneliti berupaya menjabarkan objek maupun subjek yang diteliti secara objektif, serta memiliki tujuan untuk menjabarkan fakta secara terstruktur, karakteristik objek berdasarkan frekuensi yang diteliti dengan tepat.⁷⁶

B. Sumber Data

Pada penelitian ini, sumber data yang dipergunakan peneliti ialah sumber data primer. Sumber data primer atau utama yang dipergunakan peneliti yaitu

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2015), Hal.7.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode....*, Hal.8-9.

⁷⁵ Ghony. M DJunaidi, Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), Hal. 25.

⁷⁶ Cut Medika Zellatifanny, Bambang Mudjiyanto, *Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi, Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi Vol.1, No.2, Desember 2018* (Jakarta: KOMINFO, 2018), Hal.83.

komentar yang terdapat pada postingan video ceramah Husain Basyaiban di *channel youtubanya*. Data primer selanjutnya yaitu wawancara mendalam yang dilakukan peneliti kepada beberapa penonton *channel youtube* Husain Basyaiban. Peneliti mengambil video pada playlist Fawaid dan Ajmal Qasas dari periode 9 November 2021 – 8 Juli 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan tempat di mana peneliti mendapatkan keterangan penelitian atau sesuatu yang menegenainya dapat diperoleh keterangan. Subjek penelitian ini yaitu: komentar penonton di video pada *channel youtube* Husain Basyaiban yang mengomentari gaya retorikanya.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan masalah yang akan diteliti. Objek dalam penelitian ini adalah Husain Basyaiban.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tindakan yang penting atau primer pada penelitian, sebab tujuan utama dilakukannya penelitian yaitu memperoleh data.⁷⁷ Pengumpulan data yang dilakukan peneliti ialah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam proses pemerolehan datanya, peneliti memakai teknik *purposive sampling*, adalah dimana teknik pengumpulan sumber data dengan peninjauan tertentu. Dimana kriteria sample yang diperlukan yaitu:

1. Penonton yang memberi komentar sesuai kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti, yaitu yang berhubungan dengan retrorika.

Dikutip oleh Sugiyono, Nasution menyatakan bahwasannya, “observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan”. Dikutip pula dari Sugiyono “para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang

⁷⁷ Sugiyono, *Metode...*, Hal.224.

sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda di ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas".⁷⁸

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk saling bertukar informasi, melalui sesi tanya-jawab sehingga peneliti mendapat data yang diinginkan terhadap topik yang diteliti.⁷⁹ Dalam hal ini, wawancara dilakukan kepada penonton dakwah Husain Basyaiban, baik secara langsung melalui tatap muka maupun tidak langsung (seperti melalui chat atau videocall).

Dokumentasi digunakan sebagai alat bukti dari penelitian yang berupa catatan, audio, foto, maupun video yang didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan yang mana bisa memberikan informasi.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah teknik penggalan serta penataan secara terstruktur dari data yang telah didapatkan dari wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi, dengan cara mengelompokkan data tersebut kedalam kategori-kategori, menggambarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, membagi sesuai bagian-bagiannya, memilih bagian yang dianggap penting bagi penelitian, serta membuat kesimpulan yang nantinya mudah dimenegerti baik oleh peneliti maupun orang lain.⁸⁰

Miles serta Huberman menyebutkan bahwa ada tiga langkah yang mana harus dilaksanakan untuk menganalisis data pada penelitian kualitatif, antara lain: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verifying*).⁸¹

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah aktivitas meringkas, serta menyeleksi hal-hal yang dianggap penting, menitik beratkan pada hal-hal yang dianggap penting penting, serta mencari tema dan bentuknya.⁸²

⁷⁸ Sugiyono, *Metode...*, Hal.226.

⁷⁹ Sugiyono, *Metode.....*, Hal.231.

⁸⁰ Sugiyono, *Metode...*, Hal.245.

⁸¹ Sugiyono, *Metode...*, Hal.246.

⁸² Sugiyono, *Metode...*, Hal.247.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Pada penelitian kualitatif, penyajian data dapat dijabarkan kepada bentuk penjelasan singkat, bagan, keterkaitan antar kategori, bagan alur dan lain-lain yang sejenis. Biasanya dalam penyajian data pada penelitian kualitatif menggunakan catatan yang sifatnya naratif atau penjelasan.⁸³

3. Penarikan Kesimpulan (*Verifying*).

Pada analisis data kualitatif, kesimpulan diawal sifatnya adalah sementara, serta dapat berubah jika tidak ditemukannya bukti yang otentik pada tahap pengumpulan data selanjutnya.⁸⁴ Kesimpulan berpegangan pada kajian penelitian serta disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian.



⁸³ Sugiyono, *Metode...*, Hal.249.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode...*, Hal.252.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Channel Youtube Husain Basyaiban

Husain Basyaiban atau akrab disapa Ucen merupakan da'i muda pemilik channel *youtube* kadamsidik. Husain berasal Bangkalan, Madura dan merupakan seorang keturunan Arab. Ia lahir di Mekkah, 12 Agustus 2022. Saat ini ia sedang menempuh pendidikan strata satunya di UIN Sunan Ampel Surabaya.⁸⁵ Husain memutuskan untuk mengubah panggilannya didunia maya dari nama asli yaitu Husain Basyaiban menjadi Kadam Sidik. Hal ini disampaikannya pada video yang diupload di *Channel Youtubanya* pada tanggal 1 Maret 2023 dengan judul video “Bye Basyasman”.

Awal mula Husain melakukan dakwah didorong oleh hobinya sendiri dibidang *public speaking* yang kemudian disalurkan lewat sosial media. Yang awalnya hanya hobi semata, kini ia menjadi *content creator* khususnya dibidang dakwah dan dikenal banyak orang.

Husain mulai banyak dikenal oleh khalayak luas saat pandemi, dimana aktivitas banyak dilakukan didunia maya. Dia dikenal luas memlaui aplikasi berbagi video pendek yaitu *TikTok*. Kemudian dakwahnya jug amerambah ke portal sosial media lain, yaitu *youtube*.

Di *channel youtubanya* sendiri yaitu “kadamsidik”, Husain memiliki sebanyak 168 ribu lebih *subscriber*. Kemudian dengan total video yang diupload hingga saat ini adalah sebanyak 60 video dengan 5 *play list*. *Playlist* yang terdapat pada *channel youtube* Kadamsidik yaitu: Random, Hadzihi Hayati, Saluni, Fawaid, dan Ajmal Qasas.

Playlist Random sebanyak 6 video, merupakan kumpulan video berisi tentang hal-hal random yang diuploadnya, seperti video dengan judul “Pindahan”. Kemudian *playlist* Hadzihi Hayati sebanyak 11 video, yaitu berisi video tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Husain, seperti

⁸⁵ Kiswondari, “Husain Basyaiban.”

salah satu *vlog trip* dengan judul “Ke Turki bareng Farhan! (Part 1)”. Selanjutnya yaitu *playlist* berjudul Saluni sebanyak 5 video, dimana berisi video dimana Husain menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan orang lain maupun saling tanya dengan teman. Contohnya pada video dengan judul “Husain Farhan Sedeket apa sih?!! Saluni”. Kemudian *playlist* dengan judul Fawaid sebanyak 14 video, dimana Husain membagi materi dakwahnya kepada penonton. Seperti video dengan judul “Awat Sesat Aqidah!! Fawaid#1”. Dan yang terakhir yaitu *playlist* Ajmal Qasas sebanyak 8 video, yaitu dimana Husain membagi materi tentang sejarah dan ilmu islam. Contohnya pada video yang berjudul “Siapa Sebenarnya Iblis? Apa Perbedaan Jin dan Syaitan? Ajmal Qasas E1”

B. Hasil Pengumpulan Data terhadap Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban

Dalam pengumpulan data terhadap komentar pada *channel youtube* Husain Basyaiban, telah dijelaskan kriteria komentar yang dipilih oleh peneliti. Dimana peneliti akan mengambil komentar pada *playlist* Fawaid dan Ajmal Qasas dari periode 9 November 2021 – 8 Juli 2023. Dalam kedua *playlist* tersebut, peneliti menemukan sebanyak 11 video dimana didalamnya terdapat komentar dari penonton yang mana komentar tersebut didalamnya mengandung unsur retorika. Yang selanjutnya data akan disajikan dalam bentuk tabel, yaitu sebagai berikut:

1. Video berjudul “Awat Sesat Aqidah!! Fawaid #1”



Gambar 3: *screenshot* video berjudul Awat Sesat Aqidah!! Fawaid #1
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Awas Sesat Aqidah!! Fawaid #1” diunggah pada tanggal 8 Februari 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 61 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 5,6 ribu. Dalam video ini terdapat 250 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 15 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1: komentar mengandung unsur retorika dalam video Awas Sesat Aqidah!! Fawaid #1
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@nurumayahf.r8889	Bersyukur bangeet, bisa ketemu akun youtubmu Husein yg menjelaskan tentang agama secara tegas dan lugas
2.	@irmhwt_	Suara Husein punya ciri khas tersendiri masya Allah
3.	@taryonooke240	Cerdas lugas luas dan tegas, subhanallah alhamdulillah allahuakbar, barokallah
4.	@tatirobiyati5624	Masyaa Allah Tabarakallah Jazaakallah khayr anak muda atas pencerahan ilmunya Alhamdulillah jelas lugas keren
5.	@sripujiyati8230	Cerdas sekali. Jelas dalam menyampaikan
6.	@ayulinernapuspita357	Kata2nya adem, tapi saya suka banget sama senyumnya klo lagi down buehhh auto adem
7.	@maisaroh2667	Kaget wktu ucen teriak
8.	@prunus2624	Ngomongnya cepet. Bagus. Pertahankan.
9.	@deviiiafriani7801	Aaaaaaaaaaaaaaaaaa cepet bngt ngmng ny tapi seruuuu

No.	Nama Akun	Komentar
10.	@astriputric2906	Pelan pelan ngomong nya KAKKK
11.	@rizalzuhry4146	Ngomongnya jangan cepet2 stadz... jazakumullah kher ilmunya
12.	@muhammadsholeh1995	Cenn, mohon maaf mauu kasih masukann, kalau jelasin jangan sambil nge rapp yaa..pelan pelan..tapi kalau memang ciri khas husein jg gapapa..bisa dikurangi kecepatan videona..heh
13.	@IrmaYanti-oi3uc	Bang ngomongnya cepet banget
14.	@itamahmud7372	Mas Husin ,, menjelask jgn terll cept ngomong,,
15.	@minjiiiiii26	Bagus banget uceen terima kasih atas ilmunya tapi sayang banget menurut aku itu kecepatan cara penyampaiannya

2. Video berjudul “Maksiat Kok Bangga!! Fawaid #2”



Gambar 4: *screenshot* video berjudul Maksiat Kok Bangga!! Fawaid #2
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Maksiat Kok Bangga!! Fawaid #2” diunggah pada tanggal 22 Februari 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 84 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 8,2 ribu. Dalam video

ini terdapat 322 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 2 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2: komentar mengandung unsur retorika dalam video Maksiat Kok Bangga!! Fawaid #2
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@emasunema463	Cen saran aja sih, ngomongnya jangan tegas2 cen yg lembut lembut aja gapapatetep enak didenger kok, soalnya pribadi lebih suka dakwah yg lembu2 gitu hehe
2.	@mchnl9880	Mau sarah logatnya gk usah ke arab2an logat Inddonessia aja kaya UAS mksh

3. Video berjudul “Cowok Halal Pake Crop Top!? Tasyabbuh Gender?! Fawaid #5”



Gambar 5: *screenshot* video berjudul Cowok Halal Pake Crop Top!? Tasyabbuh Gender?! Fawaid #5
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Cowok Halal Pake Crop Top!? Tasyabbuh Gender?! Fawaid #5” diunggah pada tanggal 14 Juli 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 19 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 5,5 ribu. Dalam video ini terdapat 109 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 1 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3: komentar mengandung unsur retorika dalam video Cowok Halal Pake Crop Top!? Tasyabbuh Gender?! Fawaid #5
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@mabruroh839	Kak saya suka muqaddimahnya tapi terlalu cepat

4. Video berjudul “Mau Suka Baca?! Sini Nonton, Fawaid #8”



Gambar 6: *screenshot* video berjudul Mau Suka Baca?! Sini Nonton, Fawaid #8
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Mau Suka Baca?! Sini Nonton, Fawaid #8” diunggah pada tanggal 20 September 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 36 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 3,6 ribu. Dalam video ini terdapat 125 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 1 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4: komentar mengandung unsur retorika dalam video Mau Suka Baca?! Sini Nonton, Fawaid #8
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@camplong0120	Penjelasan nya terlalu cepet bib susah nangkap nya...

5. Video berjudul “Sanad Keilmuan Naruto dan Urgensinya Dalam Agama, Fawaid #9”



Gambar 7: *screenshot* video berjudul Sanad Keilmuan Naruto dan Urgensinya Dalam Agama, Fawaid #9
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Sanad Keilmuan Naruto dan Urgensinya Dalam Agama, Fawaid #9” diunggah pada tanggal 6 Oktober 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 15 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 1,7 ribu. Dalam video ini terdapat 90 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 1 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5: komentar mengandung unsur retorika dalam video Sanad Keilmuan Naruto dan Urgensinya Dalam Agama, Fawaid #9
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@elsyintalove5619	Maa syaa Allah bermanfaat penyampaian keilmuannya.. Memakai perumpamaan sanadnya Naruto yg lagi banyak di gandrungi pemuda mow y, syukron barokallahu fikum

6. Video berjudul “Ninggalin Sholat Lebih Parah Dosanya Dari Memb*nuh, Fawaid #10”



Gambar 8: *screenshot* video berjudul Ninggalin Sholat Lebih Parah Dosanya Dari Memb*nuh, Fawaid #10
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Ninggalin Sholat Lebih Parah Dosanya Dari Memb*nuh, Fawaid #10” diunggah pada tanggal 5 Desember 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 117 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 9,8 ribu. Dalam video ini terdapat 224 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 1 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 6: komentar mengandung unsur retorika dalam video Ninggalin Sholat Lebih Parah Dosanya Dari Memb*nuh, Fawaid #10
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@anggitanurulfauziyah7088	Mas basyas mending kalau ceramah lebih baik pakai baju koko, pakai pecis, biar dipandang lebih handsome and fresh.

7. Video berjudul “Ghibah Jadi Halal Karena Ini!? Fawaid #11”



Gambar 9: *screenshot* video berjudul Ghibah Jadi Halal Karena Ini!? Fawaid #11
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Ghibah Jadi Halal Karena Ini!? Fawaid #11” diunggah pada tanggal 2 Juni 2023. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 14 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 1,6 ribu. Dalam video ini terdapat 90 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 4 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 7: komentar mengandung unsur retorika dalam video Ghibah Jadi Halal Karena Ini!? Fawaid #11
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@Styfatimah_14	Siapa yang tiba2 dengerinnya sambil ketawa2. Bisa banget kak uceen pake cnth nama2 k-pop
2.	@viskakemalasari5550	Nama perumpamaan orang nya nam abang kadam ajaa, kek kadam, uceen, husein, jdi ga ke org lain khawatir nya gtuu
3.	@fransiskanaya55	Uceen ngomongnya cepet banget
4.	@misnadaa17	Kenapa contoh namanya harus pake k-pop raa

8. Video berjudul “Siapa Sebenarnya Iblis? Apa Perbedaan Jin Dan Syaitan? Ajmal Qasas E1”



Gambar 10: *screenshot* video berjudul
Siapa Sebenarnya Iblis? Apa Perbedaan Jin Dan Syaitan? Ajmal Qasas E1
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Siapa Sebenarnya Iblis? Apa Perbedaan Jin Dan Syaitan? Ajmal Qasas E1” diunggah pada tanggal 9 November 2021. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 73 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 5,6 ribu. Dalam video ini terdapat 175 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 5 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8: komentar mengandung unsur retorika dalam video Siapa Sebenarnya Iblis? Apa Perbedaan Jin Dan Syaitan? Ajmal Qasas E1
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@moondazzl	Syukron kak husain kontennya. If you read this please please do more this kind of content lagi yaa kak karenaaaa.. kak husain ekspresif banget! Eritanya jadi lebih seru dan masih bisa dipahami dengan baik. Semangat terus untuk berbagi ilmunya
2.	@bilqiss2116	Assalamu'alaikum gus Syukron ilmu nya jazakallahu khairan katsiran

No.	Nama Akun	Komentar
		Saran: suara di gedein dikit Mungkin hape saya kali ya
3.	@siskakhumaila7457	Ciri khas Lora husein kalo bicara pasti ada penekanan kata/pengulangan kata contoh: tapi ya, tapi, tapi, tapi. Ga tidur sama sekali, ga tidur sama sekali, sama sekali.
4.	@watasiwaechan1349	Uceeeen besok besok kalo dakwah pake mic yaaa aku gaada earphone hue jd suaranya kecil
5.	@sanahnoerhelwa8298	Sen ngomongnya pelan pelan jangan buru buru nanti kelibet terus ngomongya

9. Video berjudul “Kisah Dzilqarnain Sang Penakluk Ya’juj Ma’juj, Ajmal Qasas E2”



Gambar 11: *screenshot* video berjudul Kisah Dzilqarnain Sang Penakluk Ya’juj Ma’juj, Ajmal Qasas E2
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Kisah Dzilqarnain Sang Penakluk Ya’juj Ma’juj, Ajmal Qasas E2” diunggah pada tanggal 11 November 2021. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 106 ribu penanyangan dan mendapat suka sebanyak 8,6 ribu. Dalam video ini terdapat 289 komentar.

Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 8 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 9: komentar mengandung unsur retorika dalam video Kisah Dzilqarnain Sang Penakluk Ya'juj Ma'juj, Ajmal Qasas E2
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@molinwidya2029	Video ini harus di slow speed 0,75 kali Tp gapapa, jazakumullah khair ilmu dan kisahnya:)
2.	@saidahulfah3504	Suka sama cara menyampaikannya yang cepat
3.	@sistirizkyhidayahdalimunthe4386	Ya Allah cepet banget kak Husain ngomong nya
4.	@nurdalilaarmita3380	Mungkin bisa dikurang sedikit yaa kecepatan bicaranya
5.	@suprihadisyafiudin5815	Meskipun msh mudah sy sgt respon positif bolehkah beri masukan klu bs dlm memberikan fatwa agak diberi spasi tdk terlalu cepat insya'allah allah memberi berkah amin
6.	@Nungpellas	Jangan terlalu cepat dong... Ngap gueee...hahahahahaha
7.	@adityaaningrum5855	Tolong kepada saudara Husain agar bicaranya jgn dgn kecepatan 1,75:) dan tlg

No.	Nama Akun	Komentar
		klo buat video mukanya muncuran dikit sy gabisa nnton kalo deket bgtt, mengsalting sayy
8.	@loeloejaelani5241	Masyaallah ngomong nya pelan pelan, kecepatan woyy

10. Video berjudul “Kisah Juraij Sang Ahli Ibadah Yang Mendapat Celaka Karena Doa Ibunya, Ajmal Qasas E4”



Gambar 12: *screenshot* video berjudul Kisah Juraij Sang Ahli Ibadah Yang Mendapat Celaka Karena Doa Ibunya, Ajmal Qasas E4
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Kisah Juraij Sang Ahli Ibadah Yang Mendapat Celaka Karena Doa Ibunya, Ajmal Qasas E4” diunggah pada tanggal 18 Januari 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 51 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 4,5 ribu. Dalam video ini terdapat 134 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 3 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 10: komentar mengandung unsur retorika dalam video Kisah Juraij Sang Ahli Ibadah Yang Mendapat Celaka Karena Doa Ibunya, Ajmal Qasas E4
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@riskayupratiwi5091	Husein kalo cerita full expression jadi ngena banget apa yang disampaikan, barakallah fik Sekali kali trending youtube yg kek gini lah ya wkwk..aamiinn
2.	@InggitBm234	MaasyaaAllah, Cen, banyak banget ibroh yang bisa diambil dari kisah ini ya, seru banget lagi ngejelasinnya, ritmenya cepet jadi nggak ngantuk syukron katsir, Cen!!!! Barakallahu fiik
3.	@user-qb7pj2ny3m	Cepet banget ngomongnya, tapi suka, jadi nggak ngantuk

11. Video berjudul “Anak Allah Versi Bani Israel, Ajmal Qasas E6”



Gambar 13: *screenshot* video berjudul Anak Allah Versi Bani Israel, Ajmal Qasas E6
Sumber: *youtube* kadamsidik

Video dengan judul “Anak Allah Versi Bani Israel, Ajmal Qasas E6” diunggah pada tanggal 30 Mei 2022. Dimana video ini telah ditonton sebanyak 21 ribu penayangan dan mendapat suka sebanyak 2,5 ribu. Dalam video ini terdapat 99 komentar. Tetapi komentar yang terdapat unsur retorika ada sebanyak 1 komentar yang mana akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 11: komentar mengandung unsur retorika dalam video Anak Allah Versi Bani Israel, Ajmal Qasas E6
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@nurmarzydhasaputri6447	Outfit saya banget klo disuruh emak beli gula ke warung

C. Hasil Analisis *Viewers* Terhadap Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban di *Youtube*

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan diatas, peneliti mendapatkan 11 video dan 41 komentar dimana penonton atau *viewers* memberikan persepsi atau pandangan atau tanggapannya terhadap gaya retorika yang digunakan Husain Basyaiban. Maka peneliti akan mengelompokkannya kembali komentar-komentar tersebut kedalam tabel. Dimana masing-masing tabel adalah pembagian berdasarkan gaya dasar retorika yang telah dijelaskan pada bab 2 sebelumnya. Maka dari itu akan dibagi menjadi 3 kelompok tabel, yaitu Gaya Bahasa, Gaya Irama Suara, dan Gaya Gerak Tubuh. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam menarik kesimpulan dalam analisis data nantinya.

1. Gaya Bahasa

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti, komentar yang mengandung unsur retorika dalam hal gaya bahasa diungkapkan oleh 5 *viewers*, yaitu: @mchnl9880, @elsyintalove5619, @Styfatimah_14, @viskakemalasari5550, dan @misnadaa17, adapun komennya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 12: komentar yang mengandung gaya bahasa
Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@mchnl9880	Mau saran logatnya gk usah ke arab2an logat Inddonessia aja kaya UAS mksh
2.	@elsyintalove5619	Maa syaa Allah bermanfaat penyampaian keilmuannya.. Memakai perumpamaan sanadnya Naruto yg lagi banyak di gandrungi pemuda mow y, syukron barokallahu fikum
3.	@Styfatimah_14	Siapa yang tiba2 dengerinnya sambil ketawa2. Bisa banget kak uceen pake cnth nama2 k-pop
4.	@viskakemalasar5550	Nama perumpamaan orang nya nam abang kadam ajaa, kek kadam, ucen, husein, jdi ga ke org lain khawatir nya gtuu
5.	@misnadaa17	Kenapa contoh namanya harus pake k-pop raa

2. Gaya Irama Suara

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti, komentar yang mengandung unsur retorika dalam hal gaya irama suara diungkapkan oleh 30 *viewers*, yaitu: @nurumayahfr8889, @irmhwt_, @taryonooke240, @tatirobiyati5624, @sripujiyati8230, @maisaroh2667, @prunus2624, @deviiiifriani7801, @astriputric2906, @rizalzuhry4146, @muhammadsholeh1995, @IrmaYanti-oi3uc, @itamahmud7372, @emasunema463, @mabruroh839, @camplong0120, @fransiskanaya55, @bilqiss2116, @siskakhumaila7457, @watasiwaechan1349, @sanahnoerhelwa8298, @molinwidya2029, @saidahulfah3504,

@sistirizkyhidayahdalimunthe4386, @nurdalilaarmita3380,
 @suprihadisyafiudin5815, @Nungpellas, @adityaaningrum5855,
 @loeloejaelani5241, @minjiiiiii26, @user-qb7pj2ny3m dan @InggitBm234,
 adapun komennya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 13: komentar yang mengandung gaya irama suara
 Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@nurumayahfr8889	Bersyukur bangeet, bisa ketemu akun youtubmu Husein yg menjelaskan tentang agama secara tegas dan lugas
2.	@irmhwt_	Suara Husein punya ciri khas tersendiri masya Allah
3.	@taryonooke240	Cerdas lugas luas dan tegas, subhanallah alhamdulillah allahuakbar, barokallah
4.	@tatirobiyati5624	Masyaa Allah Tabarakallah Jazaakallah khayr anak muda atas pencerahan ilmunya Alhamdulillah jelas lugas keren
5.	@sripujiyati8230	Cerdas sekali. Jelas dalam menyampaikan
6.	@maisaroh2667	Kaget wktu ucen teriak
7.	@prunus2624	Ngomongnya cepet. Bagus. Pertahankan
8.	@deviiafriani7801	Aaaaaaaaaaaaaaaaaa cepet bngt ngmng ny tapi seruuuu

No.	Nama Akun	Komentar
9.	@astriputric2906	Pelan pelan ngomong nya KAKKK
10.	@rizalzuhry4146	Ngomongnya jangan cepat2 stadz... jazakumullah kher ilmunya
11.	@muhammadsholeh1995	Cenn, mohon maaf mauu kasih masukann, kalau jelasin jangan sambil nge rapp yaa..pelan pelan..tapi kalau memang ciri khas husein jg gapapa..bisa dikurangi kecepatan videona..heh
12.	@IrmaYanti-oi3uc	Bang ngomongnya cepet banget
13.	@itamahmud7372	Mas Husin ,, menjelask jgn terll cept ngomong,,
14.	@emasunema463	Cen saran aja sih, ngomongnya jangan tegas2 cen yg lembut lembut aja gapapatetep enak didenger kok, soalnya pribadi lebih suka dakwah yg lembu2 gitu hehe
15.	@mabruroh839	Kak saya suka muqaddimahnya tapi terlalu cepat

No.	Nama Akun	Komentar
16.	@camplong0120	Penjelasan nya terlalu cepet bib susah nangkap nya...
17.	@fransiskanaya55	Ucen ngomongnya cepet banget
18.	@bilqiss2116	Assalamu'alaikum gus Syukron ilmu nya jazakallahu khairan katsiran Saran: suara di gedain dikit Mungkin hape saya kali ya
19.	@siskakhumaila7457	Ciri khas Lora husein kalo bicara pasti ada penekanan kata/pengulangan kata contoh: tapi ya, tapi, tapi, tapi. Ga tidur sama sekali, ga tidur sama sekali, sama sekali.
20.	@wasiwaechan1349	Uceeeen besok besok kalo dakwah pake mic yaaa aku gaada earphone hue jd suaranya kecil
21.	@sanahnoerhelwa8298	Sen ngomongnya pelan pelan jangan buru buru nanti kelibet terus ngomongya
22.	@molinwidya2029	Video ini harus di slow speed 0,75 kali

No.	Nama Akun	Komentar
		Tp gapapa, jazakumullah khair ilmu dan kisah nya:)
23.	@saidahulfah3504	Suka sama cara menyampaikannya yang cepat
24.	@sistirizkyhidayahdalimunthe4386	Ya Allah cepet banget kak Husain ngomong nya
25.	@nurdalilaarmita3380	Mungkin bisa dikurang sedikit yaa kecepatan bicaranya
26.	@suprihadisyafiudin5815	Meskipun msh mudah sy sgt respon positif bolehkah beri masukan klu bs dlm memberikan fatwa agak diberi spasi tdk terlalu cepat insya'allah allah memberi berkah amin
27.	@Nungpellas	ngan terlalu cepat dong... Ngap gueeee....hahahahahaha
28.	@adityaaningrum5855	Tolong kepada saudara Husain agar bicaranya jgn dgn kecepatan 1,75:) dan tlg klo buat video mukanya muncuran dikit sy gabisa nnton kalo deket bgtt, mengsalting sayy

No.	Nama Akun	Komentar
29.	@loeloejaelani5241	Masyaallah ngomong nya pelan pelan, kecepatan woyy
30.	@InggitBm234	MaasyaaAllah, Cen, banyak banget ibroh yang bisa diambil dari kisah ini ya, seru banget lagi ngejelasinnya, ritmenya cepet jadi nggak ngantuk syukron katsir, Cen!!!! Barakallahu fiik
31.	@minjiiiiiii26	Bagus banget uceen terima kasih atas ilmunya tapi sayang banget menurut aku itu kecepatan cara penyampaiannya
32.	@user-qb7pj2ny3m	Cepet banget ngomongnya, tapi suka, jadi nggak ngantuk

3. Gaya Gerak Tubuh

Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti, komentar yang mengandung unsur retorika dalam hal gaya gerak tubuh diungkapkan oleh 4 *viewers*, yaitu: @anggitanurulfauziyah7088, @moondazzl, @riskaaupratiwi5091 dan @nurmarzydhasaputri6447, adapun komennya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 14: komentar yang mengandung gaya gerak tubuh
 Sumber: *youtube* kadamsidik

No.	Nama Akun	Komentar
1.	@anggitanurulfauziyah7088	Mas basyas mending kalau ceramah lebih baik pakai baju koko, pakai pecis, biar dipandang lebih handsome and fresh.
2.	@moondazzl	Syukron kak husain kontennya. If you read this please please do more this kind of content lagi yaa kak karenaaaa.. kak husain ekspresif banget! Eritanya jadi lebih seru dan masih bisa dipahami dengan baik. Semangat terus untuk berbagi ilmunya
3.	@riskayupratiwi5091	Husein kalo cerita full expression jadi ngena banget apa yang disampaikan, barakallah fik Sekali kali trending youtube yg kek gini lah ya wkwk..aamiinn
4.	@nurmarzydhasaputri6447	Outfit saya banget klo disuruh emak beli gula ke warung

Berdasarkan data yang telah dikelompokkan tersebut, untuk bagian retorika dalam hal gaya bahasa. Dalam gaya bahasa terdapat beberapa pembagian seperti yang telah dijelaskan pada bab 2. Yaitu meliputi bahasa seperti dialek, kemudian

penggunaan kiasan atau majas. Berdasarkan persepsi yang disampaikan penonton pada kolom komentar, dalam menyampaikan dakwahnya Husain memiliki dialeknya tersendiri. Dalam hal ini, Husain menggunakan dialek yang terdengar kearab-araban. Persepsi ini contohnya disampaikan oleh akun @mchn19880, dengan komentarnya yaitu “Mau saran logatnya gk usah ke arab2an logat Indonesia aja kaya UAS mksh”.

Selanjutnya yaitu, penggunaan kiasan. Yaitu dimana Husain menggunakan karakter lain, baik kartun maupun artis sebagai permissalan ketika dia menggambarkan suatu hal. Hal ini disampaikan pula oleh para penonton yang merasa bahwa penggunaan kiasan tersebut membuat mereka jadi lebih paham dan mengerti. Tetapi ada juga yang tidak setuju dengan penggunaan nama artis sebagai kiasan, dikarenakan takutnya menyinggung pihak lain.

Persepsi ini contohnya disampaikan oleh akun @elsyintalove5619 dengan komentar “Maa syaa Allah bermanfaat penyampaian keilmuannya.. Memakai perumpamaan sanadnya Naruto yg lagi banyak di gandrungi pemuda now y, syukron barokallahu fikum” dan akun @viskakemalasari5550 dengan komentar “Nama perumpamaan orang nya nam abang kadam ajaa, kek kadam, ucen, husein, jdi ga ke org lain khawatir nya gtuu”.

Kemudian beralih pada retorika bagian Gaya Irama Suara. Dalam hal ini, gaya irama suara itu seperti, penekanan suara, cepat tidaknya suara, rendah-tingginya suara, keras atau tidaknya suara, serta ada tidaknya jeda dalam penyampaian. Dalam hal ini semua penonton menyetujui bahwa penyampaian ceramah oleh Husain itu memiliki irama atau *rate* yang cepat. Hal ini disampaikan banyak sekali oleh penonton melalui kolom komentar. Hal ini menyebabkan penonton menjadi kurang dalam menangkap informasi dikarenakan terlihat seperti tidak ada jeda atau *pause* saat berbicara. Persepsi ini disampaikan oleh banyak akun dalam komentarnya, contohnya oleh akun @minjiiiiiii26 dengan komentarnya “Bagus banget uceen terima kasih atas ilmunya tapi sayang banget menurut aku itu kecepatan cara penyampaiannya”.

Tetapi, dibalik cepatnya gaya bicara Husain, penonton juga mengatakan bahwa Husain memiliki artikulasi yang jelas. Dalam hal ini, artikulasi berarti pengucapan,

yaitu suara yang jelas, tegas dan lugas. Dalam hal ini, penonton ada yang menyukai ceramahnya karena irama atau *rate* yang cepat, artikulasinya karena tegas, tetapi ada juga yang kurang menyukainya karena pribadinya lebih menyukai ceramah yang lembut. Persepsi ini contohnya disampaikan oleh akun @user-qb7pj2ny3m dengan komentarnya yaitu “Cepet banget ngomongnya, tapi suka, jadi nggak ngantuk”.

Selain itu, dalam penyampaian dakwahnya, Husain juga kerap mengulangi kata-katanya. Hal ini pun disampaikan oleh komentar penontonnya. Hal ini dilakukan sebagai penekanan agar mad'u menjadi lebih paham dengan konteks yang sedang dibicarakan. Untuk penyampaian dakwahnya, penonton juga menyebutkan bahwa terkadang suara yang digunakan oleh Husain terlalu rendah, sehingga penonton harus mengeraskan volume pada ponselnya.

Persepsi ini contohnya disampaikan oleh akun @siskakhumaila7457 dengan komentarnya “Ciri khas Lora husein kalo bicara pasti ada penekanan kata/pengulangan kata contoh: tapi ya, tapi, tapi, tapi. Ga tidur sama sekali, ga tidur sama sekali, sama sekali” dan akun @bilqiss2116 dengan komentarnya “Assalamu’alaikum gus. Syukron ilmu nya jazakallahu khairan katsiran. Saran: suara di gedein dikit. Mungkin hape saya kali ya”

Selanjutnya yaitu pada retorika bagian Gaya Gerak Tubuh. Di mana hal ini meliputi sikap badan, penampilan seperti cara berpakaian serta ekspresi wajah dan gerakan tangan. Dalam berdakwah di media youtube, Husain memang menggunakan pakaian yang santai sehari-hari. Karena menggunakan pakaian santai, terkadang penonton mengomentari jika pakaian yang di gunakannya seperti bajunya yang biasa digunakan jika ke warung. Juga ada penonton yang menyarankan Husain agar menggunakan pakaian koko dan menggunakan peci, agar lebih enak dipandang.

Persepsi seperti ini contohnya disampaikan oleh akun @anggitanurulfauziyah7088 dengan komentarnya “Mas basyas mending kalau ceramah lebih baik pakai baju koko, pakai pecis, biar dipandang lebih handsome and fresh.” dan oleh akun @nurmarzydhasaputri6447 dengan komentarnya yaitu “Outfit saya banget klo disuruh enak beli gula ke warung”.

Untuk ekspresi sendiri penonton mengatakan bahwa dalam penyampaiannya, Husain sangat ekspresif, sehingga penonton juga merasa apa yang disampaikan dapat lebih mudah diterima dikarenakan ekspresinya membuat dakwahnya terkesan asik dan seru. Persepsi ini contohnya disampaikan oleh akun @moondazzl dengan komentarnya yaitu “Syukron kak husain kontennya. If you read this please please do more this kind of content lagi yaa kak karenaaaa.. kak husain ekspresif banget! Eritanya jadi lebih seru dan masih bisa dipahami dengan baik. Semangat terus untuk berbagi ilmunya”.

Berdasarkan analisis diatas, persepsi setiap orang tentu bisa sama maupun berbeda. Hal ini dipengaruhi oleh faktor-faktor yang telah disebutkan dalam bab 2, yaitu perhatian, rangsang, nilai dan kebutuhan individu, pengalaman dahulu dan juga pengaruh dari kebudayaan. Untuk itu, peneliti melakukan wawancara terhadap 2 penonton yang dimana salah satu dari mereka menyukai gaya dakwah Husain yang cepat dan yang kurang menyukai gaya ceramah Husain yang cepat.

Responden pertama yaitu pemilik akun @minjiiiiii26 yang mana dalam komentarnya mengatakan bahwa dalam penyampaian dakwahnya Husain terlalu cepat. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, @minjiiiiii26 berasal dari Pangandaran, Jawa Barat. Hal yang membuat @minjiiiiii26 menemukan akun *youtube* Husain dan mengikuti kontennya yaitu dikarenakan ketertarikannya karena Husain pernah membahas salah satu grup K-POP yaitu BTS, dan merasa bahwa dakwahnya mudah dipahami.

Hal ini disampaikannya dalam wawancara, @minjiiiiii26 mengatakan “saya dulu tau husain pertama kali dari tik tok kak, karena dia pernah viral pas bawa bawa kpop, kebetulan saya army bts, jadi saya mulai tertarik nah dari sana saya ngikutin terus dakwahnya, karena gampang di terima dan mudah di pahami juga, sampai pada akhirnya saya juga kepoin di youtube, serch siapa tau ada, dan alhamdulillahnya ketemu dan bneran ada akunnya gitu kak kurang lebihnya”.

Dalam wawancara dimana peneliti menanyakan mengapa menurut responden dalam penyampaian dakwahnya Husain terlalu cepat, @minjiiiiii26 mengatakan bahwa hal ini kemungkinan disebabkan oleh karena di daerahnya masyarakat

mumumnya dalam berbicara tidak cepat, ia juga mengatakan bahwa biasanya ia mendengar ceramah dari ustadzah Ai Aah dan setelah mendengar ceramah Husain ia merasa bahwa ceramah Husain iramanya terlalu cepat.

Hal ini disampaikan dalam wawancaranya, yang mana ia berkata “mungkin karena saya dari daerah sunda kali ya kak biasa denger orang sekitar sini kalau ngomong gak cepet2, dan kebetulan saya juga suka denger dakwahnya ustadzah ai aah yg orang sunda, jadi kesannya menurut saya itu terlalu cepat”.

Responden yang selanjutnya yaitu pemilik akun @user-qb7pj2ny3m, yang mana dalam komentarnya mengatakan bahwa ia menyukai gaya dakwah husain yang penyampaiannya cepat karena tidak membuat mengantuk. Dari wawancara yang telah dilakukan, pemilik akun @user-qb7pj2ny3m berasal dari Nganjuk, Jawa timur. Awal mula responden menemukan akun Husain yaitu berawah dari sosial media *TikTok*, ia mengatakan saat itu jarang menemukan da'I muda yang berceramah, khususnya di media sosial. Hal itu membuat ia tertarik untuk mengikuti konten dakwahnya. Kemudian ia juga menemukan bahwa Husain memiliki *channel Youtube*, maka selain di *TikTok*, ia pun mengikuti kontennya di *youtube* juga.

Hal ini disampaikan dalam wawancaranya, ia mengatakan “Awalnya tuh karena nggak sengaja lewat di fyp tiktok aku. Terus tertariklah pas itu, apalagi kan dia masih muda yah, masih jarang banget dai muda yang di internet. Sejak itu mulai ngikutin deh di tiktok dan ternyata dia juga udah punya channel youtube juga. Akhirnya ya aku ngikutin deh di semua akunnya”.

Selanjutnya yaitu alasan mengapa responden menyukai penyampaian dakwah Husain yang cepat yaitu pemilik akun @user-qb7pj2ny3m mengatakan bahwa kemungkinan dikarenakan ia masih muda dan sudah akrab dengan hal-hal yang berbau agama, maka ia merasa bahwa ia bisa menangkap pesan yang disampaikan walalupun dalam penyampaiannya terlalu cepat menurut kebanyakan orang. Ia juga merasa dengan mendengarkan ceramah Husain yang memiliki irama cepat ia bisa turut melatih fokus dan karena cepat itulah membuat ia tidak mengantuk saat mendengarkan ceramahnya.

Hal ini disampaikannya dalam wawancara, ia mengatakan “Kalo itu sih mungkin karena aku masih muda ya kak, terus juga aku masih kuliah, dan kebetulan udah akrab sama hal hal yang berbau agama, jadi walaupun ngejelasnya cepet aku masih bisa nangkep aja pesannya. Terus juga karena cepet itu jadinya aku merasa aku jadi lebih bisa melatih fokus aku dan ya itu tadi, jadi nggak ngantuk. Biasanya kan ada yang ngomongnya tuh lambat, sebenarnya sih nggak lambat banget, biasa aja. Cuma ya emang di aku pribadi malah ngantuk jadinya kak”.

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, terbukti bahwa perbedaan persepsi seseorang disebabkan oleh faktor-faktor yang telah disebutkan pada bab 2. Contohnya untuk faktor perhatian, pemilik akun @minjiiiiii26 menaruh perhatian lebih terhadap Husain Basyaiban dikarenakan Husain pernah membahas grup kesukaannya yaitu BTS, sedangkan pemilik akun @user-qb7pj2ny3m menaruh perhatian lebih kepada Husain dikarenakan video ceramah Husain lewat melalui berandak *TikTok*nya dan juga dengan usia yang relatif masih muda tetapi ia berani berdakwah di sosial media.

Pengaruh dari faktor atensi itu kemudian menjadi rangsangan terhadap pribadi masing-masing penonton. Dikarenakan rangsangan, yaitu alasan diatas, maka selanjutnya akan menarik atensi dari penonton, dimana pada bab 2 dinyatakan bahwa rangsangan yang paling mencolok akan dan intensitasnya paling kuat akan menarik atensi sehingga akan menyingkirkan atensi yang intensitasnya lebih kecil.

Selanjuta yaitu faktor nilai atau kebutuhan individu. Pemilik akun @minjiiiiii26 awalnya didasari karena pembahasan grup BTS oleh Husain, kemudian ternyata respinden memiliki kecocokan dengan dakwah dari Husain karena dakwahnya mudah diterima serta mudah diapahami walaupun dalam penyampaianya memiliki irama yang cepat.

Pengalaman dahulu sebagai faktor yang mempengaruhi persepsi juga ditunjukkan oleh kedua pemilik akun, @minjiiiiii26 mengaakan jika biasanya ia mendengar ceramah dari ustadzag Ai Aah yang menurutnya dalam berdakwah irama suaranya tidak secepat Husain. Pemilik akun @user-qb7pj2ny3m juga mengatakan bahwa biasanya ia mendengar ceramah yang irama suaranya lebih lambat itu membuat ia mengantuk.

Selanjutnya yaitu faktor budaya juga berpengaruh, hal ini dapat dilihat dari wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pemilik akun @minjiiiiii26. Responden mengatakan jika didaerahnya, masyarakat cenderung berbicara dengan pelan-pelan atau santai, sehingga proses penerimaan pesan juga menjadi lebih mudah.

Berdasarkan persepsi atau pendapat yang telah disampaikan oleh penotnon terjadap gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di *Youtube*, maka hendakah seorang da'I itu menguasai retorika. Dengan mengerti retorika, maka da'I akan lebih bisa memahami kebutuhan dari mad'u. Sehingga pesan dakwah yang ingin disampaikan dapat diterima oleh mad'u dengan baik.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Adapun hasil dari penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti pada data yang telah dikumpulkan terhadap kolom komentar di *channel youtube* Husain Basyaiban mengenai persepsi *viewers* atau penonton terhadap gaya retorika dakwahnya yaitu menurut persepsi penonton, dalam penyampaian ceramahnya, penonton setuju bahwa Husain memiliki ritma yang cepat sehingga terkesan tidak ada jeda dalam penyampaian dakwahnya. Tetapi dibalik cepanya ritma dari dakwah tersebut, penonton juga mengatakan bahwa Husain memiliki artikulasi yang jelas. Kemudian Husain juga menggunakan istilah-istilah perumpamaan dalam gaya bahasanya untuk mempermudah mad'u dalam menerima pesan dakwahnya. Selanjutnya yaitu pakaian yang dikenakan oleh Husain adalah pakaian santai sehari-hari, kemudian ekspresi yang dikeluarkan oleh Husain juga sangat ekspresif, sehingga penonton merasa senang dan asik saat menonton ceramahnya.

B. Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan terhadap persepsi *viewers* atau penonton terhadap gaya retorika dahwah Husain Basyaiban dalam *Channel youtube*nya yaitu kadamsidik serta berdasarkan kesimpulan yang telah diambil, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada *Channel Youtube* Husain Basyaiban, semoga kedepannya lebih *improve* lagi terhadap keinginan penonton, agar penonton mersa diharagai sehingga penonton akan setia untuk menonton konten dakwahnya.
2. Untuk peneliti selanjutnya, jika ingin meneliti hal yang sama maka sebaiknya melakukan wawancara lebih mendalam lagi dan libatkan lebih banyak responden lagi, agar mendapatkan data yang lebih valid dan lebih lengkap lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. S Millah, D. Solahudin & Bahrudin. 2018. *Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonni*, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol.3, No. 2.
- A.S Haris Sumadiria. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aminuddin. 2016. *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam. Media Dakwah, Al-Munzir. Vol.9, No.2, IAIN Kendari.*
- Anwar, Gentasri. 1995. *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Moh.Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Kencana.
- Azizah, Husnun. 2020. *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)*, Skripsi (online), Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Budiyanto, Agus. 2022. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)*, Skripsi Online. Semarang: UIN Walisongo Semarang.
- Chandra, Edy. 2017. *Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol.1, No.2. Universitas Tarumanegara
- Cut Medika Zellatifanny, Bambang Mudjiyanto. 2018. *Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi*, Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi Vol.1, No.2.
- Dewi, Fitriana Utami. 2018. *Public Speaking Kunci Sukses Bicara di Depan Publik Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Djoenaesih S. Soenarjo. 2012. *Public speaking*. Banten: Penerbit Universitas Terbuka.
- Dr. Umaimah Wahid, M. Si. 2016. *Komunikasi Politik, Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Fatty Faiqah, Muh.Nadjib, Andi Subhan Amir. 2016. *Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram, Jurnal Komunikasi Kareba*, Vol.5, No.2. Universitas Hassanuddin.
- Ghony. M Djunaidi, Fauzan Almanshur. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gorys Keraf. 1996. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, Mochammad Syahrul. 2020. *Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan dalam Youtube, Skripsi Online*. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Hakiki, Rizky. 2016. *Dakwah di Sosial media (Etnografi Virtual Pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*. Skripsi Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Hamdan, Mahmudin. 2021. *Youtube Sebagai Media Dakwah, Palita*. Universitas Al Asyariah Mandar, *Journal of Social Religion Research*, Vol. 6, No. 1.
- Irwanto 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kiswondari. "Profil dan Biodata Husain Basyaiban, Mahasiswa UINSA Surabaya yang Populer Dakwah di TikTok." 21 Agustus 2023. Jawa Timur, iNews.id. <https://www.google.com/amp/s/jatim.inews.id/amp/berita/profil-dan-biodata-husain-basyaiban-mahasiswa-uinsa-surabaya-yang-populer-dakwah-di-tiktok>
- M.A, Humaizi. 2018. *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.

- Maarif, Zainul. 2015. *Retorika Metode Komunikasi Publik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muchsin, Faizah. 2012. *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Firdaus.
- Nasrullah, Rulli. ,2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Ni'aamah, Ayu Nihlatun. 2022. *Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial Tiktok, Skripsi Online*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Noviyanto, Kholid. 2014. *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah*, Jurnal Komunikasi Islam Vol.04, No.01. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Prof. Dr. Achmad Mubarak, MA. 2014. *Psikologi Dakwah Membangun Cara Berpikir dan Merasa*, Malang: Madani Press.
- Purnama, Hadi. 2011. *Sosial media Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis.
- Rakhmat, Jalaludin, 2015. *Retorika modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Rosda Karya.
- Romli, Asep Syamsul M. 2014. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- S, Alo Liliweri M. 2011. *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- S, Sunarto A. 2014. *Retorika Dakwah*. Surabaya: Jaudar Press.
- Shaleh, Abdul Rahman. 2009. *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Toifah, I'anatut. 2015. *Manajemen Dakwah*, Malang : Madani Press.

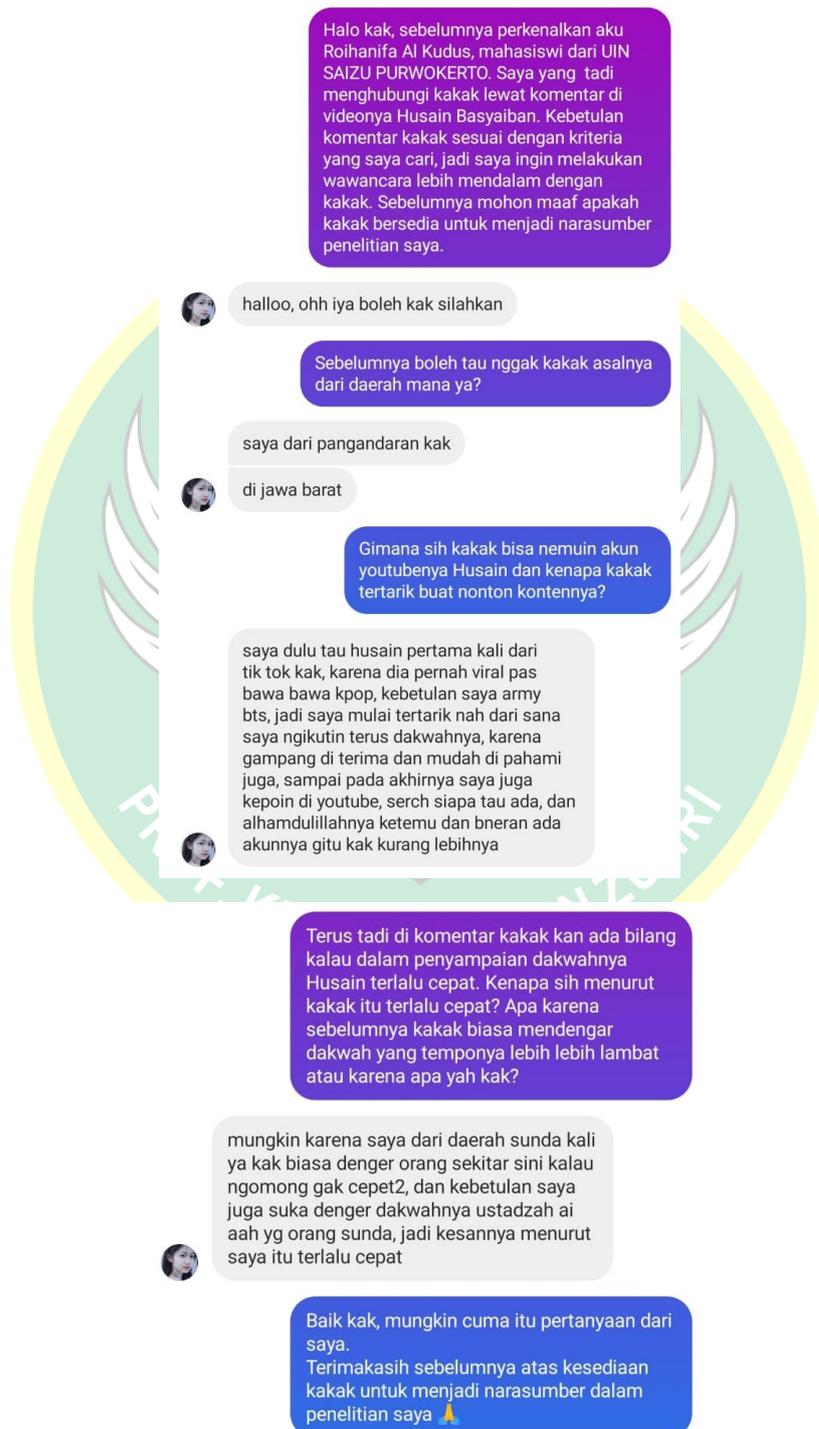
Zaini, Ahmad. 2017. *Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” di Indosiar*, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, Vol.11, No. 2.



LAMPIRAN

Screenshot hasil wawancara dengan dua responden.

1. Wawancara dengan pemilik akun @minjiiiiii26



2. Wawancara dengan pemilik akun @user-qb7pj2ny3m



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

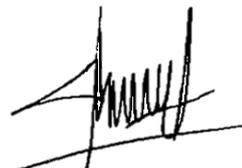
A. BIODATA PRIBADI

Nama Lengkap : Roihanifa Al Kudus
NIM : 1917102100
Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 2 April 2002
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Status Perkawinan : Belum Kawin
Alamat : jln. Gunung Tengah RT19/ RW 02 Binangun,
Desa Binangun, Kecamatan Binangun,
Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah
E-mail : 1917102100@mhs.uinsaizu.ac.id

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri Binangun 01 (2007-2013)
2. SMP Negeri 1 Binangun (2013-2016)
3. SMA Negeri 1 Kroya (2016-2019)
4. UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto (S1) (2019-2023)

Purwokerto, 2 Oktober 2023



Roihanifa Al Kudus
NIM. 1917102100