

**RESPON PENONTON TERHADAP RETORIKA DAKWAH HABIB JAFAR  
( Studi Kasus Analisis Akun Youtube Tuah Kreasi )**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana ( S. Sos )**

**Oleh:**

**Abdul Aziz Nurazaman**

**NIM. 1917102004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN KOMUNIKASI DAN MANAJEMEN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

### PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : abdul aziz nurazaman  
NIM : 1917102004  
Jenjang : S1  
Jurusan : -  
Program Studi : komunikasi penyiaran islam  
Fakultas : dakwah dan ilmu komunikasi

Menyatakan Bahwa Naskah Skripsi berjudul “ **Respon Penonton Terhadap Retorika Dakwah Habib Jafar ( studi kasus analisis akun youtube : Tuah Kreasi – Habib Jafar – Penonton Tiktok seperti Psikopat )** “ ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal- hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia meneri menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 22 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



**Abdul Aziz Nurzaman**

NIM. 1917102004

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul

**RESPON PENONTON TERHADAP RETORIKA DAKWAH HABIB JAFAR ( Studi Kasus Analisis Akun Youtube Tuah Kreasi )**

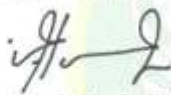
Yang disusun oleh **Abdul Aziz Nurazaman** ( NIM. 1917102004 ) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam , Jurusan Manajemen Dan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto telah diujikan pada tanggal 09 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial ( S. Sos. )** Oleh sidang Dewan Penguji Skripsi.

Purwokerto,

Disetujui Oleh :

Penguji I/ Ketua Sidang / Pembimbing

Penguji II/ Sekretaris Sidang



Uus Uswatusholihah, S. Ag., M. A.

Enung Asmaya, M. A.

NIP. 197703304 200312 2 001

NIP. 1960508 200212 2 004

Penguji Utama



Dr. Nawawi, S. Ag., M. Hum.

NIP. 19710508 199803 1 003

Mengesahkan,

Purwokerto 12 - 1 - 2024

Dekan,


Dr. Musliqul Fuad, M. Ag.

NIP. 19741226 200003 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi Sdr. Abdul Aziz Nurazaman  
Lampiran : 3 Elsemplar  
Kepada Yth.  
Ketua Jurusan Komunikasi dan Manajemen Dakwah  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di Purwokerto

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa :

Nama : Abdul Aziz Nurazaman  
NIM : 1917102004  
Jurusan : Komunikasi dan Manajemen Islam  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Judul : Respon Penonton Terhadap Retorika Dakwah Habib Jafar ( Studi Kasus Analisis Akun Youtube : Tuah Kreasi )

Sudah dapat diajukan kepada Ketua Jurusan Pendidikan Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos.) Demikian atas perhatian Ibu saya mengucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 22 September 2023

Pembimbing,



Uus Uswatusholihah, S. Ag., M. A.

NIP. 197703304 200312 2 001

# **RESPON PENONTON TERHADAP RETORIKA DAKWAH HABIB JA'FAR ( Studi Kasus Akun Youtube Tuah Kreasi )**

**Abdul Aziz Nurazaman  
1917102004**

## **Abstak :**

Dakwah saat ini terus berkembang pesat dalam dunia digital, yang sering digunakan dalam proses penyampaian dakwah yaitu youtube. Media YouTube yang berisikan semua kalangan dari usia anak – anak hingga usia orang tua, serta dari kalangan pendakwah sendiri memiliki karakteristik yang unik dan menarik dengan cara penyampaian pesan - pesan dakwah, agar semua kalangan mudah untuk mempelajari ilmu agama, salah satu pendakwah yang melakukan dakwah dengan media digital yaitu seorang Habib yang sering dikenal Habib Ja'far. Beliau salah satu pendakwah yang menggunakan berdakwah dengan cara berkomedie dalam suatu Channel YouTube. Dengan ciri khas dakwah Habib Ja'far menggunakan kata yang mudah dipahami oleh semua kalangan.

Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode pendekatan Etnografi Virtual yang berisikan tentang data – data yang dilakukan pendekatan media social yaitu dengan Teknik pengumpulan data, observasi, dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dapat menyimpulkan bahwa Respon Penonton Terhadap Retorika Habib Ja'far merupakan salah satu pendakwah yang menyampaikan dakwahnya melalui media youtube, dalam penyampainya habib ja'far mengutamakan tentang ajaran agama islam dan disandingkan dengan berkomedie dalam penyampainya, Adapun terdapat analisis data yang peneliti lakukan yaitu menerima yaitu cara mengomentari gaya retorika dakwah Habib Ja'far dengan kata yang memuji, mengkritik dengan cara memberikan komentar dengan penolakan pada penyampaian ceramah Habib Ja'far, menginspirasi adalah cara memberikan komentar dengan kata menginspirasi tentang isi pesan dakwah yang langsung mudah dipahami oleh penonton generasi milenial.

**Kata kunci : Dakwah, Habib ja'far, Respon Penonton**

**AUDIENCE RESPONSE TO HABIB JA'FAR'S DAKWAH RHETORIC  
( The Analysis Of The Tuah Kreasi Youtube Account : A case study )**

**Abdul Aziz Nurazaman  
1917102004**

**Abstract:**

Currently, Da'wah continues to grow rapidly in the digital world, which is often used in the process of delivering da'wah, namely YouTube. YouTube media which contains all groups from children to elderly people, as well as preachers themselves, has unique and interesting characteristics in the way it conveys da'wah messages, so that it is easy for all groups to learn religious knowledge. One of the preachers who carries out da'wah with digital media, namely Habib Ja'far. He is one of the preachers who uses preaching by means of comedy on a YouTube channel. With the characteristic of Habib Ja'far's preaching, he uses words that are easy for all groups to understand.

This research used qualitative methods, particularly a Virtual Ethnography approach which contains data using a social media approach, namely data collection, observation, and documentation techniques. Based on the results of research, it can be concluded that the audience's response to the rhetoric of Habib Ja'far is one of the preachers who conveys his preaching through YouTube media. In his presentation, Habib Ja'far prioritizes Islamic religious teachings with using comedy in his speech. In analysing the data, this research used accepting by commenting on the rhetorical style of Habib Ja'far's preaching with words of praise. Critizing is the way to give the comments with rejection on the delivery of Habib Ja'far's speech. Inspiring is the way of giving comments with inspiring words about the content of the preaching message which was easy and straightforward easy to understand by millennial generation audiences.

**Keywords: Da'wah, Habib Ja'far, Audience Response**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em



ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamza h	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama a
◻	Fathah	A	A
◻	Kasrah	I	I
◻	Dammah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
...وِ	Fathah dan wau	Au	a dan u

## **MOTTO**

Orang yang paling pemaaf adalah ia yang mau memaafkan meski bisa membalas dendam.

*Imam Husain*



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahii rabbil 'alamin*, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Respon Penonton Terhadap Retorika Dakwah Habib Jafar ( Studi Kasus Akun Youtube Tuah Kreasi )”, dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat-Nya. Semoga kelak kita termasuk umat yang mendapatkan syafa'atnya di *yaumul qiyamat*, aamiin.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Respon Penonton Terhadap retorika Habib Jafar pada analisis akun youtube Tuah Kreasi. Selain itu, skripsi ini disusun guna memperoleh gelar akademik S1 dibidang Ilmu Sosial (S. Sos.) pada Program Komunikasi Penyiaran Islam, Jurusan Komunikasi dan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2023. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, arahan, motivasi dan kerjasama dari berbagai pihak serta berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi dapat teratasi. Selanjutnya ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Dr. Muskinul Fuad, M. Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Ahmad Muttaqin, M. Si., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Alief Budiono, M. Pd., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Nawawi, M. Hum., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Uus Uswatusholihah, S. Ag., M. A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dedy Riyadin Saputro, M. I. Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Uus Uswatusholihah, S. Ag., M. A., Dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Karyawan UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pendidikan selama peneliti menempuh pendidikan di UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Peneliti merasa sangat bersyukur dan berterima kasih kepada semua pihak. Tidak ada kata yang dapat peneliti ucapkan untuk menyampaikan rasa terimakasih, melainkan hanya doa yang peneliti dapat panjatkan semoga semua amal baiknya diterima oleh Allah SWT dan dicatat menjadi amal yang sholeh. Dalam penyusunan skripsi ini tentu banyak kekurangan. Kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan untuk perbaikan dan motivasi kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan diberkahi oleh Allah SWT. Aamiin.

Purwokerto, 22 September 2023

Penulis,



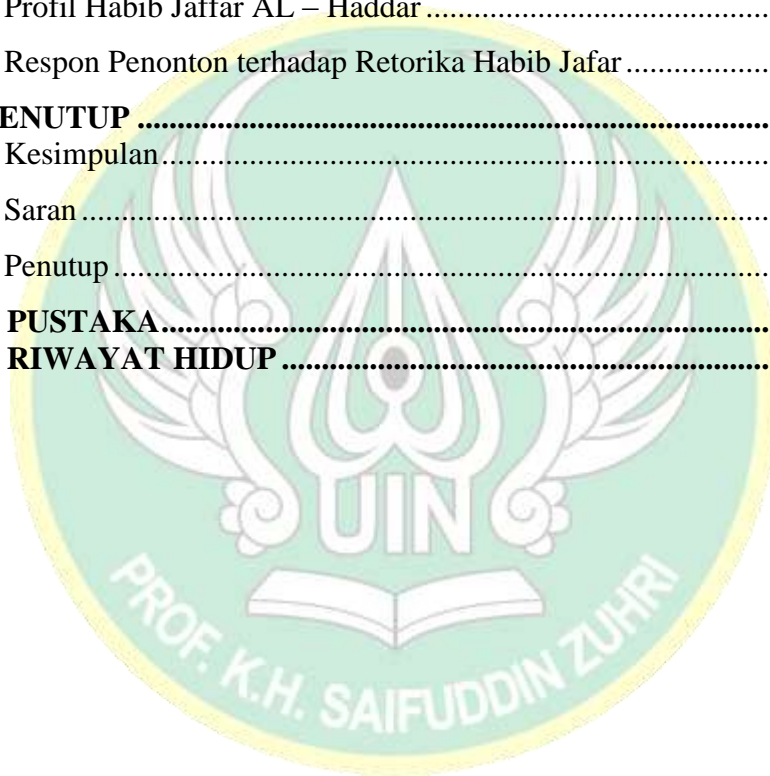
**Abdul Aziz Nurazaman**  
**NIM. 1917102004**

## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. <b>LATAR BELAKANG</b> .....	<b>1</b>
B. <b>PENEGASAN ISTILAH</b> .....	<b>5</b>
C. <b>RUMUSAN DAN BATASAN MASALAH</b> .....	<b>8</b>
1. <b>Pembatasan Masalah</b> .....	<b>8</b>
3. <b>TUJUAN PENELITIAN</b> .....	<b>8</b>
4. <b>MANFAAT PENELITIAN</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
A. <b>Respon</b> .....	<b>14</b>
1 <b>Teori respon</b> .....	<b>14</b>
2 <b>Konsep etnografi virtual</b> .....	<b>20</b>
B. <b>Retorika</b> .....	<b>24</b>
2 <b>jenis – jenis retorika</b> .....	<b>25</b>
3 <b>Gaya Retorika</b> .....	<b>25</b>
C. <b>Media dakwah</b> .....	<b>33</b>
1 <b>Pengertian Media Dakwah</b> .....	<b>33</b>
2 <b>Jenis-Jenis Media Dakwah dan Spesifikasinya</b> .....	<b>33</b>
3 <b>Fungsi media dakwah</b> .....	<b>35</b>
Adapun fungsi media dakwah yaitu: .....	<b>35</b>
D. <b>Persepsi</b> .....	<b>38</b>
1. <b>Persepsi</b> .....	<b>38</b>
2. <b>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi</b> .....	<b>39</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Jenis penelitian .....	44
B. Tempat dan waktu penelitan.....	44
C. Metode pengumpulan data.....	44
D. Metode analisis data .....	46
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
<b>48</b>	
A. Profil Habib Jaffar AL – Haddar .....	48
B. Respon Penonton terhadap Retorika Habib Jafar .....	49
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
C. Penutup.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 hasil respon penonton dalam youtube

Lampiran 2 dokumentasi

Lampiran 3 blangko bimbingan skripsi

Lampiran 4 surat wakaf perpustakaan

Lampiran 5 surat keterangan lulus komprehesif

Lampiran 6 surat rekomendasi munaqosyah

Lampiran 7 sertiifikat BTA PPI

Lampiran 8 sertifikat pengembangan bahasa

Lampiran 9 sertifikat aplikom

Lampiran10 sertifikat KKN

Lampiran 11 Serifikat PPL





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Retorika adalah satu-satunya cara paling efektif bagi pembicara untuk melibatkan pendengar dalam percakapan. Pada acara Peringatan Hari Besar Islam (PHBI), retorika yang diterapkan berupa pidato, khutbah, tabligh akbar, pengajian, dan ceramah dalam proses dakwah. Retorika juga ditandai dengan kurangnya persuasi, kreativitas dalam penggunaan ucapan, dan penggunaan bahasa yang rumit dan tidak terbaca saat mendeskripsikan sesuatu saat berbicara.<sup>1</sup>

Kegiatan yang berkaitan dengan ajaran Islam sangatlah penting. Tanpa dakwah, Islam mungkin akan diremehkan secara terang-terangan sehingga semakin sulit untuk dipahami. Fungsi dakwah dalam kehidupan sehari-hari seorang muslim adalah menumbuhkan kerukunan dan perdamaian di kalangan masyarakat. Ajaran Islam yang disebarkan melalui dakwah dapat melindungi umat dari terorisme. Tujuan pendidikan Islam adalah mengantarkan manusia pada jalan yang jelas dan mampu mencapai tujuannya.<sup>2</sup>

Komunikasi adalah transaksi sehari-hari, sebuah proses simbolis yang memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain dan membangun komunitas manusia melalui berbagi informasi sambil menjaga privasi dan melindungi orang lain. Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard, tujuan teori komunikasi massa yang lebih khusus adalah untuk menjelaskan kekurangan komunikasi massa. Pengaruh ini mungkin yang kita harapkan secara tidak diharapkan seperti peningkatan penyebab kekerasan dalam masyarakat atau yang tidak diharapkan seperti pemberitaan kepada masyarakat selama pemilu. Untuk menunjukkan manfaat komunikasi massa yang digunakan oleh masyarakat umum. Dalam situasi saat ini, memahami manfaat komunikasi massa bagi masyarakat umum lebih penting daripada memahami penyebabnya. Bagian ini menunjukkan bahwa

---

<sup>1</sup>Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer (Sebuah Studi Komunikasi)*, (Yogyakarta : Graha Ilmu,2011),hal.95

<sup>2</sup>Noviana Rahmawati, *Retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Sosial*.

komunikasi yang dimungkinkan mungkin mempunyai peran yang lebih aktif. Ada dua faktor yang berperan aktif dalam memberikan dorongan yang lebih besar terhadap kegiatan khalayak dan memudahkan penggunaan media massa dibandingkan yang diperlukan. Satu-satunya faktor terpenting adalah penyebaran informasi dan psikologi kognitif. Faktor lainnya adalah evolusi teknologi komunikasi yang menjauh dari teknologi yang semakin tersentralisasi. Faktor lainnya termasuk peningkatan jumlah pengguna, perkembangan media, dan interaksi individu dengan sistem komunikasi. Hal ini dilakukan untuk menyoroti liputan media arus utama mengenai pendidikan masyarakat umum.<sup>3</sup>

Da'i sering ditemui oleh penjahat atau orang yang melakukan kegiatan dakwah. Meski terdapat bukti sebaliknya, masyarakat memahami bahwa ungkapan tersebut berasal dari bahasa Arab yang berarti memanggil, memberi nama, atau menarik perhatian. Sebagai alternatif, kata dakwah mungkin juga efektif dalam menyeru, mengajak, dan mendo'akan karena makna yang terkandung dalam teksnya adalah menyampaikan informasi kepada orang lain guna mencapai tujuan tertentu. Da'i adalah seseorang yang mendorong orang lain untuk masuk Islam dan kemudian mendorong mereka untuk memenuhi kewajiban moral mereka dan menghindari melakukan perilaku yang melanggar hukum sesuai dengan hukum Islam dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia bagi mereka dalam agama mereka, atau syar'i ( agama).<sup>4</sup>

Sesuai dengan ajaran Islam, sangat penting bagi umat untuk mengajarkan kebaikan, maka dakwah harus dilakukan dengan cara yang tepat. Wacana perlu

---

<sup>3</sup>Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*, Cet. V, Edisi. V, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 13-14.

<sup>4</sup>Adri Efferi.2013. "profesionalisasi da'i di era globalisasi," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Vol 2

terkini, faktual, dan struktural. Berdasarkan pernyataan berikut yang dibuat oleh Allah SWT dalam Surat An Al-Qur'an, ayat 125 :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدْ لَهُم مِّنْ سَبِيلٍ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُنْتَدِينَ

*“serulah (manusia) kepada tuhan mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantalah mereka dengan caranya yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat jalannya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. AnNahl [16]:125).<sup>5</sup>*

Dalam kaitannya dengan kegiatan dakwah, da'i juga dapat menggunakan media sosial sebagai mantra dakwah. Pemahaman tentang karakteristik pengguna media dan motivasi mereka (apakah yang dimaksudkan atau tidak) prinsip berdakwah dapat disebarkan melalui media sosial, ini benar karena media sosial memiliki kekuatan untuk mengubah semua orang menjadi komunikator massa. Setiap orang memiliki kemampuan untuk menjadi da'i atau narasumber tanpa menggunakan konten dakwah televisi, radio, atau media cetak.<sup>6</sup> Memosting yang paling menonjol ialah dengan menyampaikan pesan melalui media sosial. Memanfaatkan media sosial, khususnya youtube, sebagai sarana untuk mengungkapkan apa itu dakwah memberikan kesempatan bagi para penggiat dakwah untuk menjalankan misinya. Karena itu, pengikut atau mad'u dapat dengan mudah memperoleh informasi tentang islam, YouTube Tuah Kreasi adalah satu-satunya akun yang digunakan hanya untuk menyediakan konten harian.

Saat ini, youtube memiliki ratusan ribu atau mungkin jutaan pengguna dari berbagai negara. youtube memegang posisi teratas sebagai situs berbagi video paling populer. Slogan media sosial youtube adalah "Broadcast Yourself", dan

<sup>5</sup>Al- Qur'an Surah An – Nahl ( 16 ) 125.

<sup>6</sup>Musthofa, Prinsip Dakwah Via Media sosial, jurnal aplikasi ilmu – ilmu agama Vol. 16, No. 1, 2016.

pengguna dapat mengakses video dengan berbagai tema dan kategori, termasuk Islam dalam kategori dakwah. Untuk memastikan keberhasilan kampanye dakwah, setiap dai harus memiliki tujuan yang jelas dalam pikiran ketika melakukan kegiatan dakwah. Jelas, tujuan dakwah adalah ini tujuan Islam untuk kemanusiaan, yaitu memberikan standar yang tinggi kepada manusia untuk akidah, ibadah, dan akhlak, dapat diungkapkan demikian. Selain itu, kegiatan dakwah juga bertujuan untuk meningkatkan perilaku manusia secara individu dan sosial yang sesuai dengan ajaran Islam dalam segala aspek kehidupan sehari-hari.

Sebagai contoh, perhatikan Husein Ja'far Al-Hadar, juga dikenal sebagai Habib Ja'far, seorang penulis dan penulis ajaran Islam. Dia adalah lelaki berbudi luhur dengan rasa harga diri yang tinggi, memiliki ciri khas Nabi Muhammad (SAW), yang dikenal dengan kedekatannya dengan seorang anak kecil. Serta menjabat sebagai Direktur Akademi Islam Jakarta dan aktivis di Grup Cinta Islam. Sebagai seorang penulis yang aktif menulis di awal perjalanan, saya.

Sebagai seorang penulis, Habib Husein Jafar memiliki berbagai macam karya tulisan seperti, ( *Anakku Dibunuh Israel, Islam Mahzab Fadlullah, dan Tuhan Ada di Hatimu* ). Ia pun merupakan seorang content creator yang mengembangkan channel YouTube miliknya yang bernama "Jeda Nulis" dengan jumlah subscribers 1.25 juta. Dengan penyajian penuh kecintaan, kedamaian, santun, tidak meledak-ledak serta dengan menggunakan bahasa yang santai khas anak muda. Penelitian dilakukan pada tanggal 18 juli 2023 mengkaji atau menganalisis retorika dakwah Habib jafar dari chanel youtube tuah kreasi yang memiliki subscriber 950 ribu, like 49 ribu, dan komentar 2,7 ribu. Didalamnya habib ja'far sebagai bintang tamu di chanel tuah kreasi yang dibawakan oleh Pras Teguh selaku moderator sekaligus pemilik akun tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul penilitan, RESPON PENONTON TERHADAP RETORIKA DAKWAH HABIB JAFAR ( Studi kasus akun youtube Tuah Kreasi ).

## B. PENEGASAN ISTILAH

### 1. Respon Penonton

Respon berasal dari kata response, yang berarti jawab, menjawab, balasan atau tanggapan (reaction).<sup>7</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tanggapan / respon diartikan sebagai reaksi, reaksi, atau tanggapan terhadap suatu peristiwa, masalah, atau cerita yang telah terjadi.<sup>8</sup> Respon sendiri merupakan istilah psikologi yang mana panca indera menerima suatu rangsangan terhadap suatu reaksi yang ditanamkan. Sikap, persepsi dan partisipasi merupakan hal yang dapat menunjang keberhasilan suatu respon. Sikap seseorang menjadi awal proses terjadinya suatu respon karena sikap yakni kecenderungan serta keinginan seseorang untuk berperilaku untuk menghadapi rangsangan tertentu. Beberapa ahli mendefinisikan respon sebagai berikut:

- a. Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya, mendefinisikan bahwa respon yaitu suatu aktivitas dari organisasi yang semata bukan hanya sikap yang positif, namun juga setiap aktivitas yang ditimbulkan suatu perangsang disebut juga respon.<sup>9</sup>
- b. Menurut Effendy dalam bukunya, mendefinisikan respon merupakan umpan balik diberikan komunikan (penerima pesan) kepada komunikator (pengirim pesan). Komunikator disini juga termasuk media massa yang menyampaikan pesan kepada khalayak umum sehingga menimbulkan efek yakni umpan balik dari khalayak, umpan balik tersebut timbul karena khalayak (komunikan) menerima pesan dari media massa tersebut, yang mana media massa disini juga disebut sebagai (komunikator).<sup>10</sup>

### 2. Retorika dakwah

---

<sup>7</sup> Sulistyono Anggoro dan Candra A. P, *Kamus Besar Lengkap InggrisIndonesia*, (Solo: Delima, 1998), 123.

<sup>8</sup> Hasan Alwi dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Departemen Pendidikan, edisi ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 952

<sup>9</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), 51.

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1992), 41.

Retorika merupakan salah satu cabang ilmu bahasa yaitu ilmu bina-bicara. Retorika ialah satu komponen pengetahuan yang berhubungan dengan bicara meliputi monologika, dialogika, dan teknik bicara. Onologika adalah teori tentang percakapan satu orang di mana orang-orang terlibat dalam pertengkaran. Dalam monografi sering digunakan istilah-istilah berikut: pidato, kata Berbagai, kuliah, ceramah, penyampaian makalah, dan deklamasi. Sebaliknya, dialog adalah studi seni berbicara dalam dialog, di mana dua orang terlibat dalam percakapan dan terlibat dalam cirang atau lebih berbicara atau mengambil bagian proses. Komponen penting dari dialog adalah diskusi, bukan sekedar jawab, debat, dan percakapan. Yang; teralchir adalah teknik bicara. Sebab teknologi bicara juga mempunyai peran dalam efektivitas dialog monologis. Teknik bicara RR diberikan untuk retorika. Oleh karena itu, pelatihan tekijik bicara merupakan topik penting dalam retorika. Pada bagian ini pertimbangan teknis diberikan pada bidang-bidang berikut: nafas, mengucap, bina suara, membaca, dan bercerita.

### 3. Media dakwah

Media dakwah adalah pengetahuan tentang atau nasihat, yang diberikan oleh da'i untuk membantu Anda menerapkan sepuluh saran dan mengurangi kesialan Anda. Isi kajian penelitian berupa fakta atau komentar terhadap suatu pokok bahasan yang disajikan dalam bentuk video di saluran YouTube. Penonton Tiktok Seperti Psikopat - Habib Jafar - Tuah Kreasi: Kejar Setoran.<sup>11</sup>

Istilah dakwah sejak itu didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist. Beberapa ayat dalam Al-Qur'an menggambarkan konsep dasar Islam. Ayat-ayat tersebut antara lain Al-Baqoroh: 119–120, Al-Ahzab: 45–48, Al-Baqoroh: 213, dan An-Nahl: 37. Kurang dari keduanya Ayat-ayat dalam ayat khusus ini menjelaskan bahwa dakwah adalah perbuatan mengumpulkan

---

<sup>11</sup>Siti sarah, M. 2022. “respon penonton terhadap konten dakwah sherly annavita rahmi di youtube (analisis video berjudul saat berbeda pandangan dengan orang tua), Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

data (berita), berbagi informasi, dan menawarkan bimbingan. Dalam istilah Islam, amalan mengajarkan kebenaran disebut Dakwah, yaitu mendidik umat tentang Islam secara gamblang, mendorong mereka untuk kembali ke jalan tersebut, dan memberikan bimbingan kepada mereka bagaimana mencanangkan adagium “Amar Ma’ruf nahi Mungkar”. dalam rangka mencapai perdamaian dunia. Oleh karena itu, tujuan kajian dakwah retorik adalah untuk menggambarkan Islam secara akurat. Bagaimanapun, Al-Qur'an menggambarkan keadaan urusan Allah dalam Surat An-Nahl 125.

- a. Berlandaskan pengertian di atas obyek retorika dakwah ada dua, yaitu:
- 1) Obyek material yaitu Manusia yang berbicara itu sendiri.
  - 2) Obyek formal yaitu Seni berbicara itu sendiri, yang hal tersebut dilihat dari individunya.

Dalam pengertian ini, tujuan penjangkauan retorika Islam adalah mencapai kesepakatan yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadist. Berbeda dengan tujuan argumentatif non-Islam yang hanya memperhatikan finalisasi kutipan untuk menentukan benar atau salah.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Abdulah. 2009. “ *retorika dan dakwah islam* “, jurnal dakwah, Vol. X. No.1

## C. RUMUSAN DAN BATASAN MASALAH

### 1. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian di atas pada latar belakang masalah, penonton akan melakukan playlist dalam akun Tuah Kreasi, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana respon penonton terhadap retorika Habib Ja'far di channel YouTube Tuah Kreasi. Yang berfokus isi pesan dakwah yang disampaikan Habib Ja'far .

### 2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a) Bagaimana respon penonton terhadap penampilan Habib Ja'far?
- b) Bagaimana isi pesan dakwah dalam penampilan Habib Ja'far ?
- c) Bagaimana bagaimana cara peyampaian ceramah pada Habib Ja'far?

### 3. TUJUAN PENELITIAN

- a) Mengetahui bagaimana respon penonton terhadap penampilan Habib Ja'far?
- b) Mengetahui bagaimana isi pesan dakwah pada penampilan Habib Jafar?,
- c) Mengetahui bagaimana cara peyampaian ceramah pada Habib Jafar.

### 4. MANFAAT PENELITIAN

- a) Secara akademis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk melengkapi perpustakaan pengetahuan tentang topik yang dibahas serta sebagai sumber informasi dan dokumentasi hukum bagi UIN Prof. KH. Fakultas Saifuddin Zuhri di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- b) Secara Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi pembuat konten, khususnya mereka yang menggunakan media sosial untuk mendistribusikan artikel dan konten lainnya kepada audiensnya dalam



upaya membuat karyanya lebih menarik dan kreatif serta memahami kebutuhan masyarakat audiens sasaran mereka.

#### **D. KAJIAN PUSTAKA**

1. Kajian Sivaul Fudah tahun 2020 berjudul Kajian Respon Kognitif, Afectif, dan Konatif Jamaah Gereja St. Benediktus terhadap Tayangan Aksi Terorisme Surabaya di Youtube. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Fokus naskah ini merangkum pernyataan masyarakat atas film teror YouTube St. Benadiktus. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan polling kuantitatif, dengan analisis deskriptif data silang yang digunakan untuk analisis. Pada analisis respon penelitian terhadap objek sampel ditemukan tindakan kognitif sebesar 35,28%, respon emosional sebesar 32,80%, dan respon deklaratif sebesar 31,91%. Selain itu, terdapat video dari channel YouTube Gereja Stasi St. Benadiktus yang dipengaruhi oleh respon kognitif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian lainnya menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan metodologi etnografi. Metode-metode ini kontras satu sama lain karena keduanya mengukur respons penonton..<sup>13</sup>
2. “ Respon Khalayak terhadap Konten Video Youtube Food Vlogger Ria SW” adalah judul skripsi Sarda Devi 2019 dari Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Surabaya Utara. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami perbedaan respons setiap orang terhadap konten video pada tingkat kognitif dan afektif. Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan tingkat signifikansi asimistik sekitar 0,691. Nilai tersebut lebih besar dari nilai yang diperkecil menjadi hanya 0,05 yang berarti bahwa setiap responden yang menerima penonton pada video Ria di YouTube akan mendapatkan respon yang berbeda-beda. Penulis artikel ini

---

<sup>13</sup>Sivaul.Fudah. 2020.” Respon kognitif, afektif, dan konatimf jamaah gereja stasi st benediktus terhadap tayangan aksi terorisme surabaya di youtube”,Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uniwersitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

memiliki kesamaan dengan pembaca yaitu sama-sama menulis tanggapan terhadap video YouTube. Namun, terdapat perbedaan dalam cara penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif gaya survei dan cara menggunakan deskriptif etnografis.<sup>14</sup>

3. Skripsi Ifwana Fairuzil Faradini Tahun 2022 yang berjudul “Analisis Respon Terhadap Video Nett Ruang Redaksi” diberi judul “Episode Tentang Rumah Mungil yang Bermitra dengan Kompleks Apartemen di Tengah Ibu Kota”. Sayyid Ali Rahmatullah, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN. Tujuan dari esai ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang jurnalisme televisi dan memberikan informasi tentangnya. Namun menjadi kontroversi karena adanya keluhan wartawan tentang perilaku laku dan kesopanan. Penelitian kali ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis jaringan. Hasil dari penelitian ini Menunjukkan adanya sebuah kesalahan utama yang banyak menuai kritikan mengenai cara bersalaman terhadap orang tua, hal ini memicu munculnya permasalahan baru hingga memicu munculnya reporter tersudut oleh semua komentar warganet. Ada dua jenis warganet, yang pertama memiliki tingkat nilai-nilai kesopanan yang sangat tinggi dalam berperilaku laku kepada semua orang, dan yang kedua tidak memiliki sikap sopan di media sosial. Fitur kolom komentar dibanjiri oleh komentar yang mengandung kebencian kebencian sehingga konsep utama tayangan ini tidak tersampaikan dengan baik kepada penonton. Tujuan dari esai ini sama dengan esai lainnya, yaitu untuk mengkaji tanggapan terhadap video YouTube. Namun terdapat perbedaan dalam penelitian ini yang menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang sama dengan netnografi, yaitu dengan fokus pada komentar-komentar yang ada di saluran tuah kreasi.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Sarda. Devi. 2019. “Respon Khalayak terhadap Konten Video Youtube Food Vlogger Ria SW”, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Hukum Universitas Negeri Surabaya.

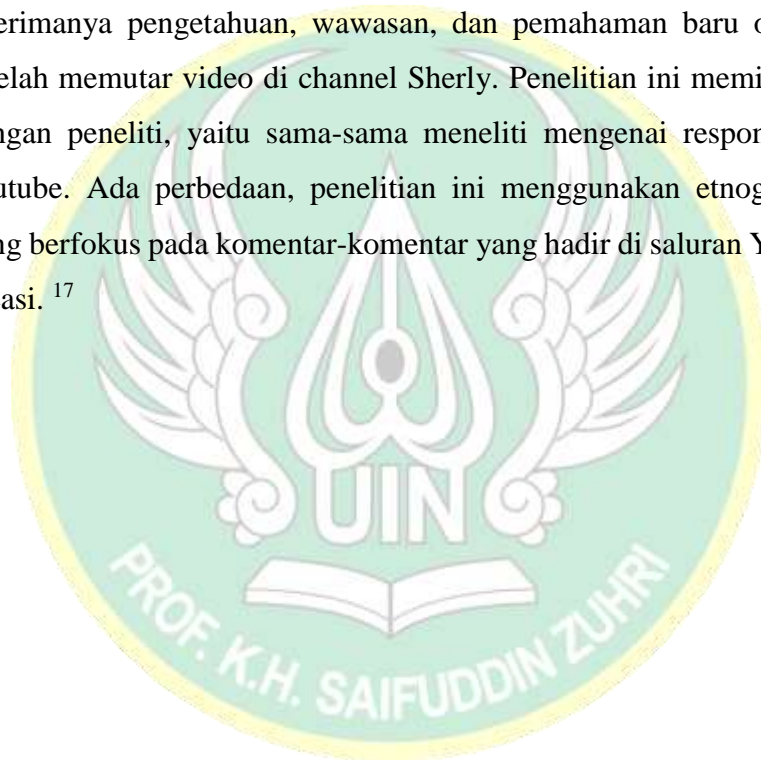
<sup>15</sup>Ifwana, Fairuzil. 2022. “ Analisis Respon Warganet pada Akun Youtube The Newsroom Net (Episode Seputar Rumah Kecil yang Berhimpitan dengan Apartemen Mewah di Tengah Ibu Kota). Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah

4. Penelitian Hikmatuzzakia 2019 dengan judul “Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Safitri Devi Melalui Chanel Youtube”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penonton terhadap video YouTube yang memuat muatan dakwah. metode yang digunakan untuk penelitian deskriptif kuantitatif. Peneliti menggunakan model analisis Miles & Huberman untuk menganalisis data penelitian dalam penelitian ini yang dilihat secara pasif oleh penonton. Hanya 3 edisi video yang akan diubah menjadi slogan. Luaran penelitian ini meliputi indikator respon kognitif (konten yang memuat informasi dan penggambaran simbol agama yang salah), indikator respon afektif (video Gita sangat edukatif dan mengajak perempuan untuk lebih sadar dan waspada terhadap permasalahan disekitarnya), dan indikator respon konstruktif (Penonton Tayangan Gita Savitri berhasil menyampaikan parahnya situasi dengan menawarkan wawasan tentang apa yang dikatakan). Penulis artikel ini memiliki kesamaan dengan penulis aslinya dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis tanggapan terhadap video YouTube. Meskipun demikian, terdapat perbedaan. Subyek naskah di atas adalah saluran Gita Savitri yang menggunakan teknik observasi, sedangkan pembawa acara saluran tersebut menggunakan teknik deskriptif dan lebih fokus pada tanggapan pemirsa terhadap argumen pro dan kontra yang disampaikan di bagian komentar video.<sup>16</sup>
5. “Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Sherly Annavita Rahmi Di Youtube (analisis video berjudul saat berbeda view dengan orang tua)”, Siti Sarah Mahanum, 2022. Universitas Islam Indonesia Negeri Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas tanggapan responden terhadap konten YouTube Dakwah

---

<sup>16</sup>Hikmatuzzakia. 2019.” Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Gita Safitri Devi Melalui Chanel Youtube”. Skripsi. Fakultas.Dakwah.dan.Komunikasi.Universitas.Islam.Negeri.Walisongo.Semarang.

Sherly. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptivisme kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan observasi. Sebaliknya analisis teknikal menggunakan model analisis Huberman dan Miles. Penelitian dalam hal ini adalah konten yang sama yang mendapat tanggapan berbeda dari subjeknya. Ada dua jenis respons yang dipertimbangkan dalam penelitian ini: respons kognitif dan afektif. Daya tanggap ditunjukkan dengan diterimanya pengetahuan, wawasan, dan pemahaman baru oleh penonton setelah memutar video di channel Sherly. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan peneliti, yaitu sama-sama meneliti mengenai respon penonton di youtube. Ada perbedaan, penelitian ini menggunakan etnografi kualitatif yang berfokus pada komentar-komentar yang hadir di saluran YouTube Tuah kreasi.<sup>17</sup>



---

<sup>17</sup>Siti Sarah Mahanum. 2019. “ Respon Penonton Terhadap Konten Dakwah Sherly Annavita Rahmi Di Youtube (*analisis video berjudul saat berbeda pandangan dengan orang tua*). Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

## **E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan guna mempermudah pembaca dalam memahami pembahasan secara global sesuai batasannya. Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang setiap babnya memiliki sub yang berhubungan.

**BAB I PENDAHULUAN** Bab ini terdiri dari latar belakang permasalahan, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, kajian pustaka, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI** Bab ini berisi tentang landasan teori yang akan menguraikan mengenai pengertian respon, pengertian retorika, media dakwah.

**BAB III METODE PENELITIAN** Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN** Bab ini membahas mengenai hasil penelitian, berupa penyajian data mengenai isi pesan dakwah dalam channel youtube Tuah Kreasi.

**BAB V PENUTUP** Bab ini berisi penutup yang di dalamnya memaparkan kesimpulan dan saran penulis.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Respon

##### 1. Teori Respon

###### a) Respon

Respon berasal dari kata response, yang berarti jawab, menjawab, balasan atau tanggapan (reaction).<sup>18</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tanggapan / respon diartikan sebagai reaksi, reaksi, atau tanggapan terhadap suatu peristiwa, masalah, atau cerita yang telah terjadi.<sup>19</sup> Respon sendiri merupakan istilah psikologi yang mana panca indera menerima suatu rangsangan terhadap suatu reaksi yang ditanamkan. Sikap, persepsi dan partisipasi merupakan hal yang dapat menunjang keberhasilan suatu respon. Sikap seseorang menjadi awal proses terjadinya suatu respon karena sikap yakni kecenderungan serta keinginan seseorang untuk berperilaku untuk menghadapi rangsangan tertentu. Beberapa ahli mendefinisikan respon sebagai berikut:

- 1) Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya, mendefinisikan bahwa respon yaitu suatu aktivitas dari organisasi yang semata bukan hanya sikap yang positif, namun juga setiap aktivitas yang ditimbulkan suatu perangsang disebut juga respon.<sup>20</sup>
- 2) Menurut Effendy dalam bukunya, mendefinisikan respon merupakan umpan balik diberikan komunikan (penerima pesan) kepada komunikator (pengirim pesan). Komunikator disini juga termasuk media massa yang menyampaikan pesan kepada khalayak umum sehingga menimbulkan efek yakni umpan balik dari khalayak, umpan balik tersebut timbul karena khalayak (komunikan)

---

<sup>18</sup> Sulistyio Anggoro dan Candra A. P, *Kamus Besar Lengkap InggrisIndonesia*, (Solo: Delima, 1998), 123.

<sup>19</sup> Hasan Alwi dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Departemen Pendidikan, edisi ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 952

<sup>20</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), 51.

menerima pesan dari media massa tersebut, yang mana media massa disini juga disebut sebagai (komunikator).<sup>21</sup>

b) Ciri-Ciri Respon

- 1) Perilaku Tertutup (Convert Behavior) Perilaku tertutup yakni jika seseorang pada saat memberi respon terhadap suatu rangsangan masih terselubungi atau tertutup (convert). Reaksi atau respon yang terjadi pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran dan sikap terhadap rangsangan ini masih sangat terbatas karena belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain terhadap rangsangan yang diterima.
- 2) Perilaku Terbuka (Over Behavior) Perilaku terbuka yakni jika reaksi atau tindakan seseorang terhadap suatu rangsangan dapat dilihat dan dirasakan secara nyata dan terbuka. Respon yang timbul dari rangsangan sudah jelas dan dapat diterima dengan baik serta jelas oleh seseorang dan dilakukan dalam bentuk praktek (practice).<sup>22</sup>

a) Faktor Terbentuknya Respon

Faktor merupakan proses yang melatarbelakangi terbentuknya suatu hal. Tanggapan yang dilakukan seseorang bisa terjadi jika dipenuhi oleh faktor penghambat.

1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan suatu penyebab yang ada pada tubuh manusia itu sendiri, seperti rohani dan jasmani. Unsur fisiologi meliputi keutuhan, keberadaan, dan peran otak panca indera dan syaraf dalam berkarya. Sebaliknya, subsistem psikologis meliputi persepsi, apatis, halusinasi, jiwa pandangan, dan penderitaan mental. Oleh karena itu, jika seseorang terlibat atau memberikan umpan balik mengenai stimulus tertentu, hal tersebut mungkin terkena dampak negatif dari dua unsur yang

---

<sup>21</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1992), 41.

<sup>22</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: UGM, 1996), 55

disebutkan di atas, unsur Jasmani dan unsur Rohani. Jika salah satu dari dua unsur tersebut tidak stabil, maka respon yang muncul akan berbeda dengan individu lain yang mendukung kedua unsur tersebut dalam melakukan tanggapan atau tindakan, sehingga menimbulkan hasil tanggapan yang berbeda dari keduanya.

## 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar lingkungan individu. Menurut Bimo Walgito dalam buku tersebut, faktor fisik atau psikis berkaitan dengan suatu benda yang menimbulkan suatu rangsangan, dan rangsangan itu kemudian akan berhubungan dengan suatu indera.<sup>23</sup>

## c) Macam-macam Respon

Menurut Jalaludin Rakhmat respon yang timbul dikategorikan menjadi tiga macam, yakni:

- 1) Respon kognitif (pengetahuan), respon ini berkaitan dengan pemahaman yang memudahkan proses identifikasi masalah, penyelesaian masalah, dan penetapan prioritas. Respon kognitif berkorelasi kuat dengan pengetahuan, kesadaran, kepercayaan, atau informasi. Respon kognitif dapat terjadi bila terdapat gangguan persepsi mengenai sesuatu yang dipahami dan dikomunikasikan individu dengan orang lain.
- 2) Respon afektif (perasaan), respon ini berkaitan dengan rasa suka, rasa tidak suka, opini, dan sikap. Respon efektif berkaitan erat dengan emosi, kepribadian, dan nilai-nilai individu.
- 3) Respon konatif (psikomotorik), respon ini berkaitan dengan perilaku nyata yang dapat terlihat seperti tindakan, kegiatan dan kebiasaan perilaku.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, 55.

<sup>24</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 118



## B. Komponen - komponen Pembentuk Response

### 1) Komponen Dalam

Komponen dalam adalah komponen dunia yang dibawa setiap manusia dalam dirinya. Seseorang yang merespon suatu stimulus akan masih terpengaruh oleh unsur Jasmani dan Rohani. Jika salah satu elemen dihilangkan, maka orang yang berbeda akan memberikan respons berbeda terhadap elemen yang sama. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam kategori unsur – unsur jasmani, antara lain: keberadaan serta perasaan, akal, pandangan jiwa, motivasi, mentalitas, dan faktor lainnya.

### 2) Komponen Luar

Komponen yang ditemukan di lingkungan disebut sebagai “komponen bulan”. Komponen ini dikenal sebagai komponen stimulus. Komponen-komponen psikologi bekerja sama untuk menciptakan rangsangan, dan rangsangan tersebut mungkin berhubungan dengan ketinggian indera.<sup>25</sup>

## C. Efek komunikasi masa

Respon dalam komunikasi merupakan suatu kegiatan komunikasi yang memberikan umpan balik berupa suatu akibat atau akibat. Pengaruh komunikasi berkaitan dengan reaksi yang dialami oleh orang yang menerima komunikasi, yang disebut penerima. Adanya perubahan apa yang diharapkan, apa yang dibicarakan, dan apa yang dilakukan baik sebelum maupun sesudah menerima umpan balik komunikasi menunjukkan adanya efek komunikasi yaitu respon. Jalaludin Rahmat mengatakan tiga efek komunikasi.

1) Efek kognitif adalah ketika sesuatu berubah berdasarkan apa yang dipahami, dipahami, dan dirasakan oleh orang awam. Efek ini

---

<sup>25</sup> Sarlito, Sarwono. 1991. *Psikologi Remaja*. 58

terkait dengan transmisi pengetahuan, informasi, atau kepercayaan. Daya tanggap menyoroti pendekatan seseorang dalam memperlakukan suatu situasi, objek, atau keyakinan sebagai suatu sikap sasaran. Tanggapan Taksonomi Bloom terhadap pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

a Pengetahuan

Pengetahuan adalah kapasitas mendasar dalam ranah kognitif. Mengenali adalah kemampuan untuk mengenali kembalinya suatu benda.

b Pemahaman

Pemahaman adalah kemampuan untuk memahami semua pengetahuan yang diketahui.

c Penerapan

Penerapan adalah kemampuan untuk menerapkan prinsip, hukum, prosedur, atau teori pada situasi saat ini.

d Analisa

Selama proses analisis, seorang individu dapat menentukan jumlah informasi kompleks yang dapat dianalisis dan dihubungkan dengan informasi lain.

e Sintesa

Sintesa adalah pemain kunci akan menciptakan kesatuan pola baru.

f Evaluasi

Evaluasi adalah alat untuk mengukur sesuatu terhadap standar dan kriteria.

2) Efek – efektif

Efek efektif yaitu dampak yang akan terjadi jika terjadi perubahan pada apa yang diucapkan, dilakukan, atau diterima sebagai hukum dalam rangka menjunjung tinggi segala sesuatu

yang berkaitan dengan emosi, sentimen, dan hukum, menurut Taksonomi:

- a. Penerimaan adalah sikap seseorang terhadap suatu masalah dan kesediaannya untuk mengakuinya.
- b. Partisipasi adalah suatu istilah mencakup kerelaan dan kesediaan yang diungkapkan secara aktif serta partisipasi dalam suatu kegiatan atau proyek tertentu. Dengan memberikan reaksi terhadap rangsangan yang ada.
- c. Penilaian dan penentuan sikap merupakan sumber daya yang dapat digunakan untuk menyatakan penilaian terhadap suatu situasi tertentu dan untuk berperilaku sesuai dengan penilaian tersebut. Perhatikan baik-baik bila ada barang yang dibuang, diledakkan, dikolak, atau diberikan.
- d. Organisasi menunjukkan kemampuan untuk menciptakan sistem hukum tertentu sebagai pedoman dan alat dalam kehidupan sehari-hari.

Pembentukan pola hidup, yaitu kemampuan memahami hal-hal spesifik dalam kehidupan sehari-hari, disebut pegangan data dan jelas bila menggambarkan kehidupan sehari-hari dengan sendirinya.

- 3) Psikomotor (Konatif) merupakan Respon yang muncul berupa tindakan, bias yang ditetapkan. Menurut matriks respon kondisional Taksonomi Bloom,
  1. Persepsi adalah alat untuk menggunakan sensoris isyarat dalam pelaksanaan tugas bermotor.
  2. Kesiapan berfungsi sebagai alat untuk mengenali diri sendiri ketika melakukan suatu gerakan.
  3. Gerakan Terbimbing merupakan alat untuk menyelesaikan setiap tugas sesuai dengan apa yang telah disiapkan. Reaktivitas, yaitu kemampuan bertindak tanpa

mempertimbangkan lebih lanjut contoh-contoh yang telah dibagikan karena telah dibahas secara menyeluruh.

4. Reaksi kompleks adalah kemampuan untuk melakukan suatu gerakan atau ketrampilan dengan berbagai langkah secara tepat waktu, akurat, dan efektif . Adaptasi adalah kemampuan untuk menyesuaikan perilaku sesuai dengan keadaan tertentu yang timbul.
5. Kreativitas adalah alat untuk menghasilkan ide-ide baru dari sudut pandang orisinal.

Pada penelitian ini fokus efek komunikasi pada aspek kognitif dan efek pada respon penonton di video youtube *Tuah Kreasi : Kejar Setoran - Habib Jafar : Penonton Tiktok Seperti Psikopat* .<sup>26</sup>

#### 1 Konsep etnografi virtual

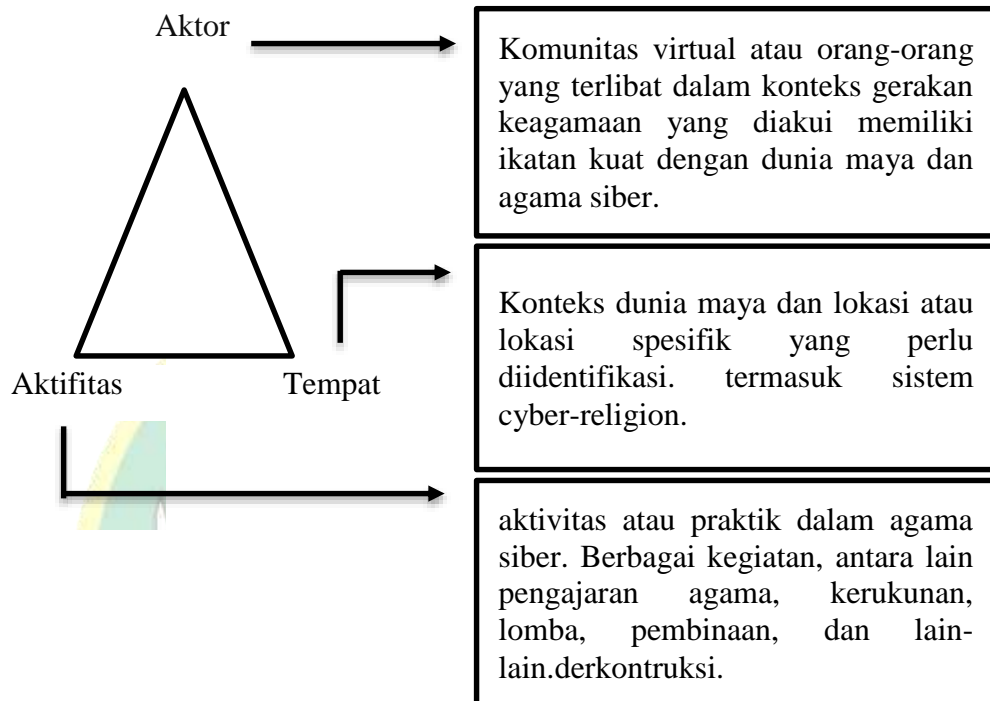
Etnografi dikenal sebagai dokumentasi alam suatu agama tertentu. Seperti halnya fotografi yang mencari realitas tertentu, demikian pula ketika melakukan etnografi, subjek akan memasuki suatu latar sosial dan mengawali suasana atau makna budaya, dengan detail-detail yang disadari di dalamnya.<sup>27</sup>

Ahli etnografi virtual memiliki beragam metode untuk mensimulasikan etnografi. Untuk memulainya, seseorang dapat dengan santai memasuki lingkungan sosial sebelum mencari informasi tentang masalah apa pun yang relevan dalam komunitas online. Yang kedua adalah peneliti dapat secara perlahan menunjukkan masalahnya dengan menggunakan bukti dari penelitian sebelumnya mengenai subjek komunitas virtual yang dimaksud, diikuti dengan pertemuan pertama dengan situasi sosial. Ilustrasi pada Bagan 1 di bawah ini menunjukkan

<sup>26</sup> Dimiyati, and Mudjiono. 2009. *Belajar & Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

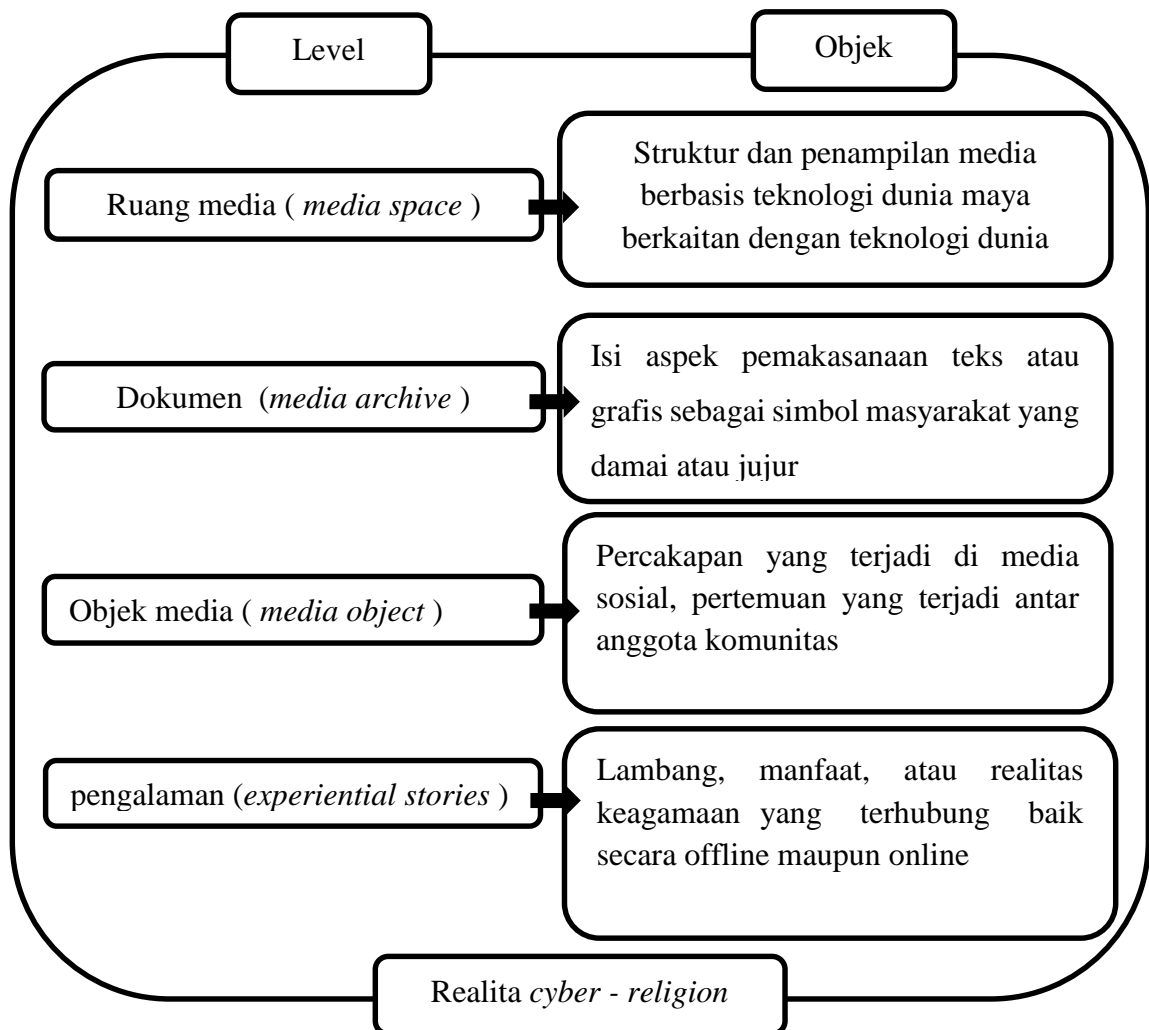
<sup>27</sup> Spradley, J. P., 1980. *Participant Observation*. New York: Hold. Renehart and Winston.

bagaimana menelaah situasi sosial yang akan dianalisis menggunakan etnografi virtual.



Fakta bahwa semakin banyak orang di dunia yang mencari informasi keagamaan atau memahaminya menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kebutuhan akan analisis kebutuhan agama di dunia maya. Analisis terhadap representasi keyakinan keagamaan masyarakat di internet sebagai konstruksi media siber sangat penting untuk mendapatkan gambaran akurat mengenai realitas keagamaan di era digitalisasi. Berdasarkan analisis Cyber-religion, terdapat beberapa tingkatan, seperti terlihat pada Bagan 2 di bawah ini.

Bagan 2 Model Analisis Media Siber terhadap Realitas



Sumber: Dimodifikasi dari Model Analisis Media Siber dari

Nasrullah

Analisis pemilihan dilakukan berdasarkan tujuan dan kualitas data yang dikumpulkan. Konteks cyber-religion secara inheren berkaitan dengan dunia agama siber. Ranah agama di dunia Slavia dapat dibagi menjadi dua sebagai bahan penyelidikan. Dua hal yang disebutkan adalah religion online yang menjelaskan tradisi agama seperti pada Lembaga keagamaan dan yang kedua religion online yang mengajak pengguna internet untuk berpartisipasi dalam praktik keagamaan secara online.

Kriteria agama online ini meliputi tersedianya akses informasi, pertukaran ide, diskusi, belajar, hingga melangsungkan kegiatan keagamaan pada ruang digital yang mampu menghapus batas waktu, sekat tempat dan biaya<sup>28</sup>

#### 1. Teori Resepsi

Analisis resepsi adalah bidang studi yang berfokus pada pemahaman bagaimana karakter dalam media (seperti yang ditemukan di media cetak, elektronik, dan online) diinterpretasikan oleh khalayak. Individu menggunakan kajian resepsi untuk menganalisis media dengan fokus pada bahasa dan tata bahasa serta bagaimana makna disampaikan melalui bahasa tersebut. Konsep teoritis utama dalam analisis resepsi adalah bahwa teks media—baik yang dicetak, dibacakan di televisi, atau lainnya—tidak selalu mengandung makna yang dimaksudkan; makna ini muncul dari interaksi antara teks dan khalayak.

Tujuan dari teori resepsi adalah untuk memahami makna dan makna makna pada saat upacara. Khalayak sebagai penerjemah yang berfungsi. Khalayak diposisikan sebagai pihak yang ahli dalam menghasilkan konten media yang akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan sumber materi yang dikutip pada media yang bersangkutan.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Atmaja & Ariyani, 2018, pp. 153-154

<sup>29</sup> Hanif.F. dan sulkhan C. 2018. “ *Pesan Islam Melalui Radio Analisis Pendengar Mutiara Pagi RRI Purwokerto* “ jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 12. No. 2.

## B. Retorika

### 1. Pengertian Retorika

Dalam satu bab tentang topik yang ditulis oleh Aristoteles, definisi analisis retorika berikut diberikan: "Retorika adalah sintesis dari subbidang etika politik dan ilmu logika." Retorika berfungsi sebagai penghubung antara teori politik dan penalaran logis. Kata "retorika" pada kalimat di atas berasal dari bahasa Yunani, begitu pula dengan kata "oratorical" (dalam bahasa Inggris) dan "public speaker" (dalam bahasa Yunani), serta kata kerja "to speak, say" (dalam bahasa Inggris).) dan "mengatakan" (dalam bahasa Yunani).<sup>30</sup>

Aristoteles (384–322 SM) pertama kali memperkenalkan retorika awal. Setelah itu, teknik retorika semakin canggih dan diterapkan pada berbagai bidang, antara lain politik, ekonomi, jurnalisme, pendidikan, dan bidang terkait lainnya. Oleh karena itu sering muncul istilah "retorika politik", "retorika dagang", "retorika jurnalistik", dan lain-lain. Aristoteles dengan tegas mengatakan bahwa retorika merupakan aliran pemikiran yang berdiri sendiri dan mempunyai hubungan tersendiri dengan aliran pemikiran lainnya. Sebagai wujud pengetahuan, retorika juga menyampaikan kebenaran dengan menggunakan tuturan yang efektif dan akurat, bukan bahasa yang bombastis dan kosong tanpa logika. Hal terakhir yang dikatakan Aristoteles adalah bahwa retorika tidak dapat diterapkan pada jenis pengetahuan lain atau dianggap sebagai bagian dari pengetahuan dari tempat lain. Ilmu jutra merupakan satu-satunya ilmu yang dapat mengambil manfaat dari retorika, apalagi jika ilmu dari bidang lain digunakan untuk menggambarkan hasil dari ilmu tersebut. Hingga masa keruntuhan raja-raja Yunani dan Romawi, tulisan-tulisan Aristoteles masih terus diperbincangkan. Hingga awal abad kedua puluh, para ahli retorik mampu mengenali karya Aristoteles sebagai contoh klasik disiplin ilmu tersebut. Poin terakhirnya adalah bahwa hal itu diakui sebagai retorika tradisional.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup>Hendrikus, P. Dori Wuwur, 1991, *Retorika*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.



## 2 jenis – jenis retorika

Menurut Hedrikus retorika diklasifikasikan menjadi tiga jenis diantaranya yaitu:

### a) Monologika

Monologika adalah teori tentang percakapan satu orang di mana setiap orang terlibat dalam mendengarkan secara aktif. Bentuk-bentuknya yang melayang di udara. Beberapa jenis monograf antara lain pidato, kata Berbagai, kuliah, ceramah, dan deklamasi.

### b) Dialogika

Dialogika adalah teori interaksi sosial yang didasarkan pada dialog di mana dua orang atau lebih terlibat dalam interaksi sosial atau terlibat dalam kesepakatan diam-diam sepanjang proses negosiasi tertentu. Komponen dialog meliputi diskusi, debat, perundingan, dan Tanya jawab.

### c) Pembinaan Teknik Bicara

Teknik berbicara merupakan salah satu indikator retorika yang dapat dianalisis. Oleh karena itu, penggunaan teknik berbicara merupakan topik retorika semata. Pada bagian ini lebih ditekankan pada kemajuan teknologi pernafasan, mengucap, bina suara, berbicara, dan bercerita.<sup>32</sup>

## 3 Gaya Retorika

### a) Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah praktik seseorang menggunakan bahasa untuk mengungkapkan konsep tertentu. Seseorang dapat belajar dari berbagai sudut pandang, termasuk yang berkaitan dengan kebijakan pendidikan, geografi, lingkungan, atau bahkan makna bahasa itu sendiri. Leech & Short menekankan bahwa penggunaan bahasa target dalam konteks target oleh orang-orang target untuk tujuan target dikenal sebagai "gaya bahasa." Ketika menggunakan bahasa yang baik, tiga kata—kesopanan, kejujuran, dan

---

<sup>31</sup>Dhanik S.& Anna. G.H., 2020. “ Buku Ajar Retorika “, CV.AA.Rizky Banten.Mei 2020. Hlm. 3- 4

<sup>32</sup> Dhanik S.& Anna. G.H., 2020. “ Buku Ajar Retorika “, CV.AA.Rizky Banten.Mei 2020. Hlm.70

menarik—harus disertakan. . Gaya bahasa mempunyai berbagai kategori diantaranya:

1) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

a) Gaya bahasa resmi

Yang dimaksud dengan “bahasa resmi” adalah “bahasa yang bentuknya panjang, menggunakan bahasa baku, bahasa EYD yang diperluas, dan menggunakan nada bicara yang tidak berubah seiring berjalannya waktu”.

b) Gaya bahasa tak resmi.

Gaya bahasa non-resmi adalah gaya bahasa yang baku. Sebagai aturan umum, bahasa ini digunakan pada pertemuan informal dan karenanya dianggap konservatif. Biasanya frasa ini digunakan dalam buku tulis, buku pegangan, serta artikel mingguan atau bulanan.

c) Gaya bahasa percakapan.

Sehubungan dengan kata "percakapan", masih banyak bahasa percakapan lainnya; meskipun demikian, bahasa percakapan cukup populer di sini. Bahasa yang digunakan harus berasal dari bidang yang berkaitan dengan morfologi dan sintaksis. Setiap orang akan dapat mempelajari bahasa cakapan tersebut dengan bergandengan tangan dengan orang yang sama. Ciri-ciri bahasa ini indikatornya seperti menggunakan bahasa non-baku, banyak orang menggunakan bahasa asing, banyak orang menggunakan bahasa cenderung singkat, banyak orang menggunakan bahasa kata seru, dan banyak orang menggunakan kalkulator senyap.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Dhanik S.& Anna. G.H., 2020. “ Buku Ajar Retorika “, CV.AA.Rizky Banten.Mei 2020. Hlm. 72-73

## 2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada.

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang diungkapkan dengan membuat katakata yang terdapat dalam sebuah wacana. Jika anda mengikuti anjuran ini dengan sugesti doa dan meditasi bila bahasa penyajiannya adalah bahasa inggris, maka akan semakin jelas.

### a) Gaya Sederhana

Gaya sederhana khusus ini biasanya cukup efektif dan cocok untuk menyampaikan intruksi, perintah, pendidikan, pelatihan, dan layanan terkait. Karena setiap guru harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang kuat agar dapat menggunakan bahasa ini secara efektif.

### b) Gaya mulia dan bertenaga

Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan energi dan vitalitas. Menggunakan tenaga dan pembicara vitalitas bukanlah satu-satunya cara untuk memberikan tekanan pada sesuatu; nada keagungan dan kemuliaan juga bisa digunakan. Peralpnya, Noa Agung dan Mulia sama-sama lihai membangkitkan emosi setiap orang yang ditemuinya demi mencapai tujuan yang diinginkan.

### c) Gaya menengah

Gaya menengah adalah ekspresi yang dimaksudkan untuk membangkitkan perasaan gembira dan gembira. Menggunakan tutur kata yang terkesan santun, hemat dengan makian, serta mengandung humor yang menyehatkan. Kata-kata yang digunakan selalu berima dengan bahasa Latin yang berat.

### 3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat.

Berdasarkan struktur kalimat yang dijelaskan di atas, efek berikut dapat diamati:

#### a) Gaya bahasa klimaks

Gaya bahasa klimaks berasal dari kalimat yang terstruktur dengan baik. Klimaks adalah jenis bahasa tertentu yang memuat urutanurutan pikiran, dan setiap kali digunakan, nilainya dibandingkan gagasan-gagasan sebelumnya meningkat. Gradasi juga disebutkan dengan klimaks.

#### b) Antiklimaks.

Tekanan atmosfer ditentukan melalui kalimat dengan struktur fleksibel. Gaya bahasa antiklimaks merupakan acuan khusus yang menggerakkan gagasan-gagasan dari yang paling berat ke yang paling ringan, namun gagasan ini kurang efektif karena gagasan yang paling berat terletak di awal penanggalan.

#### c) Paralelisme.

Paralelisme adalah gaya bahasa yang bertujuan agar suatu kata atau frasa mempunyai kesamaan struktur dan fungsi gramatikal. Sesuatu yang mungkin terjadi adalah anak rent-a-kalimat dalam kaitannya dengan kalimat induk. Frasa ini berasal dari struktur matematika yang fleksibel. Prulalisme adalah metode yang berguna untuk mengidentifikasi kata-kata yang memiliki fungsi serupa; namun, jika angka yang diberikan digunakan dengan cara yang salah, angka tersebut akan menjadi tidak dapat diprediksi dan akan berfluktuasi seiring berjalannya waktu.

#### d) Antitesis.

Antitesis adalah bahasa yang mempunyai ekspresi asimetris. menggunakan frasa atau perhitungan yang legalistik. Frasa ini merupakan hasil perhitungan yang seimbang.

e) Repetisi.

Pengulangan adalah kemampuan memberikan konteks yang sesuai, baik berupa satu kata, satu kalimat, atau rangkaian kalimat. Semua argumen terdiri dari kata-kata, frasa, atau alasan yang tidak dapat dibenarkan dalam situasi tertentu. Akibat penyempitan nilai ini, terdapat beberapa jenis pengulangan dalam musala, antara lain: Epizeuksis adalah kata Yunani yang jarang digunakan dalam satu definisi. (Tautotes) suatu istilah dalam bentuk lain di dalam kalimat panjang saat ini. Terjemahan awal ditulis dalam baris atau kata dalam angka berikut. Membuka segel atau membuka segel tadi (epistrofa). Awal dan akhir kata berulang dalam berbagai runtut kalimat (Simpleke). (Mosodiplosis) kembali kata ditengah beberapa kali diatas. (Epanalepsis) adalah istilah yang digunakan pada kuartal terakhir tahun tertentu. (Anadiplosis) adalah kata keempat dalam daftar berikut.

b) Gaya Suara

Strategi komunikasi ini dimaksudkan untuk menarik perhatian pendengar. TA. Lathif Rousydy menyatakan bahwa biasanya orang akan lebih ragu untuk mendekati orang asing dalam situasi pidato atau ceramah jika orang yang didekati mempunyai jahitan yang empuk, enak, dan dalam. Ada beberapa hal yang mempengaruhi terbitnya matahari:

a. Pitch

Pitch adalah tingkat rendahnya suara seorang pembicara. Pitch dalam musik disebut sebagai "tangga nada". Menurut bahan kajian, secara keseluruhan ada suara yang sangat tinggi dan sebaliknya juga yang terlalu rendah ataupun bervariasi (rendah, sedang, dan tinggi). Saat mengucapkan nada suara tidak boleh terlalu kencang atau terlalu longgar.

b. Loudness

Loudness adalah nada suara yang membuat suatu lantunan tampak keras. Dalam pidato, hal ini perlu diperhatikan. Merupakan tanggung jawab kita untuk menyesuaikan dan menerima keadaan kita saat ini; namun hal ini bergantung pada keadaan dan keadaan yang kita alami. Kekasaran permukaan suatu bahan memiliki satu fungsi mendasar dalam komunikasi.

c. Rate dan Rhythm

Laju dan ritme adalah jenis kecepatan yang memperlambat cepatnya hentakan gelombang suara. Ini selalu terhubung dengan Rhythm dan Irama. Setiap karyawan harus memahami dengan baik situasi ini. Mereka harus mengatur langkahnya dan menaikkan atapnya dengan irama. Suara yang digambarkan terlalu cepat atau terlalu lambat akan menyebabkan melemahnya pendengaran saat menyebutkan isi pesan. Jeda (penghentian) akan mengontrol laju perubahan. Oleh karena itu, setiap komunikator harus selalu waspada untuk memberikan waktu dan dorongan kepada khalayak untuk memikirkan dan memahami makna di balik pesan yang baru saja dikirimkan kepada mereka.

d. Jeda atau pause

Jeda bisa disebut sebagai pilihan terakhir atau kecepatan yang berfungsi sebagai lisan garpu. Sesuatu yang khusus digunakan untuk menentukan batas suatu pikiran atau untuk memodifikasi suatu gagasan, misalnya tokoh dalam buku. Jeda seperti "bersifat penuh" dan "bersifat sementara".<sup>34</sup>

c) Gaya gerak tubuh

---

<sup>34</sup> Dhanik S. & Anna. G.H., 2020. "Buku Ajar Retorika", CV.AA.Rizky Banten. Mei 2020. Hlm.78-79

Sebelumnya disebutkan bahwa penggunaan kata gay merupakan salah satu bentuk ekspresi diri seorang individu. Baik dengan bahasa tulis, bahasa lisan, tingkah laku, cara penggunaan, tes fisik, atau cara lainnya. Dalam situasi ini, geometri fisik digunakan dalam tiga situasi lain, termasuk yang pertama, menandai makna. ketiga, menumbuhkan kepercayaan diri, semangat, kedua, menarik perhatian, dan dilakukan untuk menggambarkan ukuran dan bentuk.

Jadi, ketika melakukan pidato atau bahkan pidato, suatu gerak - gerak da'I akan mendorong penonton untuk berdiri. Mereka juga akan mencerminkan apa yang dirasakan oleh komunikator. Macam-macam gerak tubuh seorang dalam berkomunikasi terkait dengan orang lain disediakan di bawah ini:

1) Sikap Badan.

Sikap badan saat berbicara, terutama di awal pembicaraan, baik dalam konteks duduk maupun berdiri, merupakan indikator yang sangat baik untuk berhasil atau tidaknya suatu komunikasi.

2) Penampilan dan pakaian.

Penting untuk melakukan beberapa tindakan fisik. Penyerta adalah peristiwa tertentu yang terjadi ketika kita sedang berusaha mengumpulkan sesuatu. Kemungkinan besar, gerak penyerta tersebut tidak diciptakan secara sengaja. Serta bersifat spontan dan terjadi secara alami sesuai dengan perasaan dan emosi seseorang. Berbeda dengan itu, krisis perbatasan Pakistan juga menjadi perhatian. Pakaian adalah milik pribadi kita. Meskipun sebagian besar dari kita percaya bahwa Pakistan akan meningkatkan kewibawaan, patut dicatat bahwa banyak penda'i Indonesia yang masih berjuang untuk memahami pentingnya mendukung Pakistan.

3) Air Muka dan Gerak Tangan.

Memanfaatkan udara bersih merupakan satu-satunya pendukung yang dapat diandalkan ketika material menguap. Air muka lebih dari sekedar sarana untuk mengalihkan perhatian pendengar; bila digunakan dengan benar, hal itu justru dapat mengurangi kesadaran persepsi pendengar. Alat terpenting yang digunakan orang saat berkomunikasi secara nonverbal adalah ekspresi wajah, yang melibatkan penggunaan alis, mata, dan mulut. Begitu pula dengan gerakan tangan.

#### 4) Pandangan Mata

Kotak Mata juga menjelaskan kepada orang lain bagaimana kita harus memperlakukan orang lain. Tanpa keyboard, seorang pendengar tidak dapat membaca apa pun. Ada beberapa hal yang menunjukkan bahwa menilai matras itu penting antara lain. Memperoleh keyakinan audiens pada saat pembicara, meningkatkan respon audiens terhadap pembicara, dan membantu menambah konsentrasi audiens.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Dhanik S.& Anna. G.H., 2020. “ Buku Ajar Retorika “, CV.AA.Rizky Banten.Mei 2020. Hlm.82-83



## C. Media dakwah

### 1 Pengertian Media Dakwah

Definisi Media Dakwah: seperti media manakala atau saluran yang dipilih sesuai keadaan mad'uw, dakwah akan berguna lebih cepat, tepat sasaran dan diterima. Akibat populasi dunia yang semakin kompleks dan melek teknologi, khususnya di bidang komunikasi massa dan teknologi, masyarakat saat ini mengalami kesulitan. Radio, televisi, komputer, internet, Al-Qur'an, dan alat komunikasi lainnya sudah menjadi kebutuhan masyarakat modern dan dijadikan sebagai wadah dan sarana berbagai kebutuhan manusia yang lebih kompleks. Kehidupan sehari-hari dan penggunaan media sosial oleh masyarakat juga senantiasa mengalami perubahan dan pergeseran positif atau negatif tergantung bagaimana masyarakat umum menggunakan dan memahami saluran komunikasi yang tersedia.<sup>36</sup>

### 2 Jenis-Jenis Media Dakwah dan Spesifikasinya

Kita sering melihat kata “media”, namun kita juga perlu mendefinisikannya dalam konteks ini karena kata tersebut berasal dari kata Latin “medius”. Dalam kajian komunikasi, kata “medium” merupakan varian dari kata “media”. ,” yang merujuk pada binatang atau manusia. Dalam konteks ini yang dimaksud dengan alat atau kalimat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari para da'i atau orang lain yang berada dalam kegelapan.

Upaya mencitrakan Islam sebagai keyakinan dengan Golden Rule, Alami Penelitian yang sedang berlangsung sedang dilakukan memanfaatkan pemanfaatan media oleh masyarakat umum sebagai indera dakwah dalam segala bentuknya. Media massa seperti saluran dakwah adalah media siaran, audio, dan cetak. jenis-jenis media massa itu adalah:

- a) Media Cetak

---

<sup>36</sup>Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, h.145

Segala jenis bahan tertulis atau cetakan yang disebut media cetak termasuk, namun tidak terbatas pada, pesan-pesan Amar Ma'ruf, media dakwah nahyi munkar, atau pesan islami.

b) Media Audio

Satu-satunya media yang dapat diterjemahkan adalah media audio. Tesan misionaris hanya dapat dipahami, namun tidak dapat ditunjukkan bahwa ada materi audio yang sangat efektif untuk mempromosikan pendidikan Islam.

c) Media Audio Visual

Fakta bahwa media ini memiliki dua dimensi—kemampuan mendengar musik dan melihat gambar secara berdampingan—membuatnya lebih menarik. Biasanya media ini disebut dengan media elektronik.

d) Dakwah Melalui Media Internet

Di era teknologi informasi saat ini, perspektif media sosial dan media baru sangat penting dalam pengambilan keputusan. Dan ini tidak terbatas pada masjid saja; Hal ini juga dilakukan secara online, dimana masyarakat dapat memberikan informasi yang baik kepada seluruh masyarakat, terutama generasi muda, karena informasi sudah menjadi hak asasi manusia yang dapat diakses melalui mesin telegraf. Ini merupakan kesempatan penting bagi para misionaris untuk digunakan sebagai tempat khotbah. Selain mengabdikan pada dunia, Da'i juga perlu mengabdikan pada dunia Maya sebagai misi pendukung di dunia karena ingatlah bahwa dakwah melalui dunia nyata terikat erat dengan ruang dan waktu.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup>Ibid. h. 146

### 3 Fungsi media dakwah

Adapun fungsi media dakwah yaitu:

#### a. Fungsi Menyebarkan Informasi

Fungsi utamanya adalah untuk menegaskan pernyataan bahwa kehadiran media masyarakat lainnya adalah kebutuhan mereka untuk menyerap informasi; Hal ini berkaitan dengan misi mereka yaitu memaparkan dakwah.

#### b. Fungsi Mendidik

Fungsi ini merupakan suatu proses tulisan tangan yang diakui secara luas mengandung ilmu dan hikmah yang merupakan dua aspek pokok pendidikan dan juga merupakan suatu proses pendidikan.

#### c. Fungsi Menghibur

Dalam fungsinya, media yang menyebarkan agama Islam menganut prinsip menyebarkan informasi tentang Islam dengan cara yang terhormat, artinya penyebaran informasi tersebut boleh sesuai dengan ajaran agama.

#### d. Fungsi Mempengaruhi

Fitur ini menandakan bahwa status dan keadaan media tidak dapat diubah. Jika demikian, maka fungsi ini mempunyai banyak kesamaan dengan fungsi hakikat media dakwah, yaitu dapat digunakan untuk mengikat atau melonggarkan sikap seseorang tergantung pada tujuan dakwahnya. yaitu untuk mencapai perdamaian dan keamanan dunia serta akhirat.

##### a) Bentuk-bentuk media dakwah

Menurut pemikiran saat ini, miskomunikasi dapat memanfaatkan berbagai media yang dapat menarik perhatian masyarakat sekaligus memberikan informasi kepada pemerhati miskomunikasi. Berdasarkan jumlahnya, ada dua

kategori komunikator: “media massa” dan “non media massa”.<sup>38</sup>

1) Media massa

Semakin banyak orang berkomunikasi, media menjadi semakin tidak positif. Manfaat penggunaan media massa untuk advokasi adalah menciptakan kesadaran, artinya sejumlah besar komunikator dapat mendengarkan pesan. Radio, televisi, film, dan buku merupakan contoh media massa yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan efektif dalam memberikan informasi.

2) Komunikasi bermedia nirmassa

Media yang tidak ditujukan untuk masyarakat umum biasanya digunakan untuk komunikasi interpersonal atau kelompok, seperti surat kabar, telegram, kaset audio, CD, email, dan lain sebagainya. Segala sesuatu di sini dinyatakan palsu karena tidak ada persaingan, dan komunikasinya tidak memadai.

b) Pengaruh media dakwah

Perbedaan perilaku masyarakat sebelum dan sesudah menerima pesan misi disebut efek atau pengaruh.<sup>39</sup> Dalam konteks ini, perlu dicatat bahwa media adalah sesuatu yang merugikan masyarakat.<sup>40</sup>

Misi media dapat berfungsi dengan baik jika relevan dengan misi dakwah, pesan, dan mitra. Selain unsur-unsur utama

---

<sup>38</sup>Hafied Cangara, Penagtar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.137.

<sup>39</sup>Wahyu ilahi,. Komunikasi Dakwah.( Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010), h. 117.

<sup>40</sup>M. Jakfar Futeh dan Saefullah, Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat, (Yogyakarta, 2006) h. 104-105.

yang disebutkan, lingkungan juga harus memasukkan unsur-unsur tambahan seperti metode, logistik, dan lain sebagainya.<sup>41</sup>

Dibandingkan dengan media yang bersifat auditori dan audiovisual, media yang bersifat visual memerlukan ekspresi yang lebih serius. Untuk memahami beberapa dampak media yang paling signifikan terhadap individu, diperlukan penelitian yang lebih luas di bidang sosiologi dan psikologi. Menurut informasi yang diberikan oleh TA Lathief Rousydiy, situasi berikut dapat mengakibatkan seseorang menjadi sasaran pelecehan media:

- 1) Telah merasa seperti yang dijelaskan dalam kutipan
- 2) Dapat diamati dengan cara dan kesamaan pemikiran pembicara
- 3) Anda dapat memahami atau tidak setuju terhadap suatu hal baik dengan menggunakan pesan atau gagasan yang dikemukakan oleh seorang pembicara.
- 4) Dapat memahami atau menyadari, dan mungkin memperhatikan, prinsip pernyataan yang dibuat.
- 5) Yakin akan mempunyai rencana atau gagasan yang ada dalam pikiran pengemudi.
- 6) Anda dapat menindas dan menggunakan sistem pesan yang akurat.
- 7) Memiliki kemampuan bergerak cepat dan mudah untuk membeli atau memodifikasi pesan kebenaran yang diungkapkan oleh sopir taksi.<sup>42</sup>

Oleh karena itu, dalam memilih media dakwah setidaknya ada empat aspek yang harus diperhatikan, yaitu: keefektifan media,

---

<sup>41</sup>Wahyu ilahi, komunikasi dakwah,.... H. 428.

<sup>42</sup>M.Jakfar Futeh dan Saefullah, Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat,.... h. 104-105.

keefektifan penggunaannya, apakah memenuhi unsur-unsur karya dakwah dan apakah sesuai dengan etika Islam.

#### **D. Persepsi**

##### **1. Persepsi**

Efektifitas dari komunikasi tidak hanya dari bagaimana kita mampu merangkai katakata, namun perlu dipertimbangkan bagaimana sebuah pesan akan dipersepsikan. Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain atau suatu objek. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi. Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas<sup>43</sup>

Dalam proses pembentukan persepsi, Walgito menyatakan bahwa terjadinya persepsi merupakan suatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut:

1. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.
2. Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensoris.
3. Tahap ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologik, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima reseptor.

---

<sup>43</sup> D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017

4. Tahap ke empat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

Walgito mengemukakan bahwa persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya stimulus yang mengenainya tetapi juga individu sebagai satu kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus.<sup>44</sup>

## 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi seseorang tidak timbul begitu saja, tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. David Krech dan Richard S. Crutchfield (1977) menyebutnya sebagai faktor fungsional, faktor situasional, faktor struktural, dan faktor personal.<sup>45</sup>

### a) Faktor Fungsional

Faktor fungsional ialah faktor-faktor yang bersifat personal. Misalnya kebutuhan individu, usia, pengalaman masa lalu, kepribadian, jenis kelamin, dan hal-hal lain yang bersifat subjektif. Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi ini lazim disebut sebagai kerangka rujukan, sedang di dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberikan makna pada pesan yang diterimanya. Misalnya seorang ahli komunikasi tidak akan memberikan pengertian apa-apa apabila seorang ahli kedokteran berbicara mengenai jaringan otak, hati atau jantung karena ahli komunikasi tidak memiliki kerangka rujukan untuk memahami istilah-istilah kedokteran. Jika ditilik dari faktor fungsional, yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu. Dari sisi Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi yang pertama, yaitu: persepsi bersifat selektif. Ini berarti bahwa

---

<sup>44</sup> W. Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi, 2010.

<sup>45</sup> J. Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

objekobjek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

b) Faktor Personal

Faktor personal yang mempengaruhi persepsi orang terhadap kita atau sebaliknya adalah pengalaman dan konsep diri. Faktor personal besar pengaruhnya dalam persepsi interpersonal bukan saja pada komunikasi interpersonal, tetapi juga pada hubungan interpersonal. Beberapa faktor personal terdiri atas pengalaman, motivasi, dan kepribadian. Dalam faktor personal, halhal yang mempengaruhinya, sebagaimana dijelaskan di atas, antara lain adalah sebagai berikut.

a. Pengalaman

Pengalaman mempengaruhi kecermatan persepsi. Pengalaman tidak selalu lewat proses belajar formal. Pengalaman kita bertambah juga melalui rangkaian peristiwa yang pernah kita hadapi. Inilah yang menyebabkan seorang ibu segera melihat hal yang tidak beres pada wajah anaknya atau pada petunjuk kinesik lainnya. Ibu lebih berpengalaman mempersepsi anaknya daripada bapak. Ini juga sebabnya mengapa kita lebih sukar berdusta di depan orang yang paling dekat dengan kita.

b. Motivasi

Proses konstruktif yang banyak mewarnai persepsi interpersonal juga sangat banyak melibatkan unsur-unsur motivasi.

c. Kepribadian

Dalam psikoanalisis dikenal *proyeksi*, sebagai salah satu cara pertahanan ego. Proyeksi adalah mengeksternalisasikan pengalaman subjektif secara tidak sadar. Pada persepsi interpersonal, orang mengenakan pada orang lain sifat-sifat yang ada pada dirinya, yang tidak disenanginya. Sudah jelas, orang yang banyak melakukan proyeksi akan tidak cermat menanggapi persona stimulus, bahkan mengaburkan gambaran sebenarnya. Sebaliknya, orang yang menerima dirinya apa



adanya, orang yang tidak dibebani perasaan bersalah, cenderung menafsirkan orang lain lebih cermat.

c) Faktor Situasional

Pengaruh situasional dapat dijelaskan dari eksperimen Solomon E. Asch dalam psikologi komunikasi karangan Jalaludin Rakhmat, menerangkan bahwa kata yang disebutkan pertama akan mengarahkan penilaian selanjutnya, atau bagaimana kata sifat mempengaruhi penilaian terhadap seseorang. Sebagai contoh, bila seseorang digambarkan sebagai seorang yang cerdas dan rajin maka kesan yang muncul dalam benak kita adalah orang tersebut pasti seorang kutu buku. Namun bila kata sifat tersebut dibalik menjadi bodoh dan malas maka kesan yang muncul pun akan sebaliknya.<sup>46</sup> Pengaruh kata pertama ini kemudian terkenal sebagai *primacy effect*. Rakhmat membagi faktor situasional yang dapat mempengaruhi persepsi antara lain:

- a. Petunjuk Proksemik. Proksemik adalah suatu studi penggunaan jarak dalam penyampaian pesan. Dalam pendapat ini T.Hall menyimpulkan bahwa pertama, keakraban seseorang dengan orang lain dilihat dari jarak mereka seperti yang diamati. Kedua, kita menilai sifat orang lain dari caranya orang itu membuat jarak dengan kita. Ketiga, cara orang mengatur ruang mempengaruhi persepsi kita tentang orang itu.
- b. Petunjuk Kinesik. Kinesik dapat menjadi petunjuk umum dalam mempersepsikan orang lain dalam menjalin hubungan. Persepsi khusus didapat ketika kita mengamati gerak tubuh orang lain sesuai dengan persepsi yang kita dapatkan sebelumnya untuk menilai orang tersebut. Petunjuk kinesik paling sukar dikendalikan secara

---

<sup>46</sup> J. Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.

sadar oleh orang yang menjadi stimuli (orang lain) yang dipersepsikan.

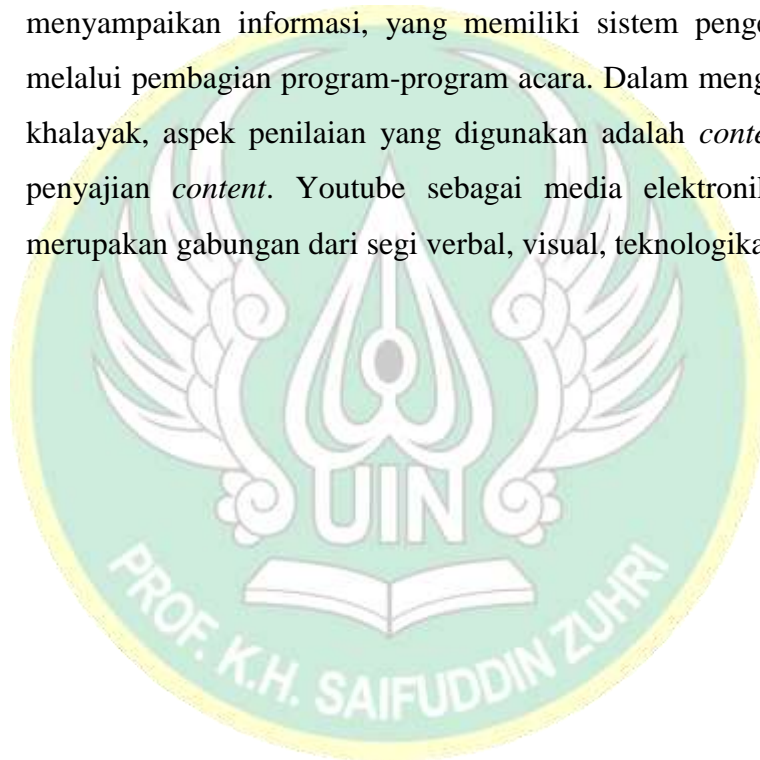
- c. Petunjuk Wajah. Pada petunjuk nonverbal maka petunjuk fasial penting dalam mengenali perasaan orang lain. Walaupun petunjuk fasial dapat mengungkapkan emosi orang lain tidak dapat dijadikan ragam penilaian dengan cermat.
  - d. Petunjuk Paralinguistik. Petunjuk ini menilai mengenai bagaimana orang mengucapkan lambanglambang verbal meliputi kata-kata, aksentuasi, intonasi, gaya verbal dan interaksi dalam bicara.
  - e. Petunjuk Artifaktual. Petunjuk ini meliputi segala macam penampilan tubuh orang lain dengan berbagai atribut-atribut lainnya.
- d) Faktor Struktural

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Dari sini Krech dan Cruthfield melahirkan dalil persepsi yang kedua, yaitu: medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Faktor struktural adalah faktor di luar individu, misalnya lingkungan, budaya, dan norma sosial sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu. Dalam penelitian ini tidak akan meneliti bagaimana pengaruh faktor struktural sebagai variabel yang mempengaruhi persepsi. Hal ini karena faktor struktural bersifat stimulus fisik yang terkait dengan indera peraba, penciuman, penglihatan, perasa, dan pendengaran. Selain itu objek dalam penelitian ini adalah mengenai siaran televisi yang tidak terkait dengan indera tersebut. Mengolah stimuli tersebut dan menginterpretasikannya menjadi informasi dan memberikan penilaian atas faktor-faktor yang terkait dengan sebuah obyek. Menurut Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) yang mengembangkan teori penggunaan dan kepuasan atau *uses-and-gratification* menjelaskan dalam teori ini bahwa khalayak memiliki

peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintegrasikan media ke dalam kehidupannya.<sup>47</sup>

Khalayak bertanggung jawab terhadap pemilihan dan penggunaan media untuk memenuhi kebutuhannya. Penggunaan media massa salah satunya mencakup isi media.

Youtube merupakan media massa yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, yang memiliki sistem pengelolaan siaran melalui pembagian program-program acara. Dalam mengukur persepsi khalayak, aspek penilaian yang digunakan adalah *content* dan teknis penyajian *content*. Youtube sebagai media elektronik audiovisual merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal.<sup>48</sup>



---

<sup>47</sup> R. West and L. H. Turner, *Introducing Communication Theory ANALYSIS AND APPLICATION*, FOURTH EDI., vol. 53, no. 9. New York: McGraw-Hill, 2010

<sup>48</sup> T. Pradekso, *Produksi Media*, Satu. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode merupakan faktor penentu keberhasilan setiap penelitian, tidak hanya penelitian ini. Khususnya pengumpulan data yang bermasalah. Sebab, menurut analisis data, gambar suatu objek mewakili keadaan.

#### **A. Jenis penelitian**

Subyek penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menerapkan dan memperluas teori. Penelitian kualitatif adalah strategi inkuiri yang menekankan pencarian makna, pemahaman, konsep, ciri, gejala, simbol, dan deskripsi fenomena, dengan alami dan metode holistik; Tekanan kualitas, menggunakan beberapa metode dan menyajikannya secara naratif.

Etnografi umumnya dipahami sebagai catatan suatu agama tertentu. Seperti halnya foto pencarian realitas, demikian pula ketika melakukan etnografi, subjek akan memasuki suatu lingkungan sosial dan mengungkap simbol-simbol agama atau sihir, serta objek-objek apa pun yang hadir dalam adegan tersebut.

#### **B. Tempat dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan di chanel youtube tuah kreasi dengan subscribe 886 yang dilaksanakan pada 16 juli 2023. Maka dari itu alasan peneliti memilih channel youtube tuah kreasi karena didalamnya cerita dakwah habib Jaffar dengan gaya retorika yang menarik.

#### **C. Metode pengumpulan data**

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah observasi. Penelitian yang melihat dan mengakomodasi penelitian video di kanal tuah kreasi secara langsung dan mendalam, setelah peneliti berguna menganalisis teks dan dokumentasi, dimana peneliti harus mengakomodasi perekaman video. Mengumpulkan data merupakan salah satu cara untuk sampai pada suatu hasil penelitian; seringkali, data perlu dikumpulkan sebelum diperiksa konsistensinya (validitasnya) selama pengumpulan untuk mengidentifikasi

masalah. Hasil penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik ekstraksi data dalam penelitian ini. diantaranya:

a) Observasi

Peneliti melakukan menonton dan mengamati video pada kajian di channel Tuah Kreasi dan Jeda Nulis secara langsung dan mendalam. Selanjutnya, catat dan analisis. Pengamatan pertama adalah adanya suatu tampak perilaku dan suatu hasil yang diharapkan.

b) Dokumen

Dokumen dapat ditulis dalam bentuk teks atau grafik, namun dalam penelitian ini kami fokus pada teks penonton yang ada. dalam rekaman video kanal Tuah Kreasi.<sup>49</sup>



Gambar. Chaneel youtube tuah kreasi

<sup>49</sup>R. Sholehah, (<http://etheses.uin-malang.ac.id>) bab III Metodologi Penelitian: (Malang,2015) hlm.54.

#### D. Metode analisis data

Sumber data yang akan diteliti yaitu sumber data primer meliputi observasi yakni menggali data berupa tanggapan penonton setelah melihat video respon pesan dakwah Habib Jafar di channel Youtube Tuah Kreasi. Video ini tanyang 1 Desember 2022, dengan jumlah penonton 2.585.762 juta dengan like 500.000 ribu dan komentar 2.775 ribu. Kemudian mendeskripsikan semua data yang terkumpul yang diolah dan dapat dianalisis dalam deskripsi naratif. Kemudian pendekatan ini menggunakan Etnografi Virtual dengan menekankan dokumentasi media berupa komentar yang ada pada channel youtube Tuah Kreasi dan diteliti sesuai rumusan masalah.



-  **@bangji4038** 8 bulan yang lalu  
"Meskipun beliau Bercanda, tapi setiap bercandaannya pasti ada minimal satu point ilmu yang bermanfaat"  
👍 55 🗨️ Balas
-  **@dewiper4012** 8 bulan yang lalu  
Ada habib jafar pasti nonton.. gak bosan2 nonton dimana pun, nyejukan masyaallah..  
👍 13 🗨️ Balas
-  **@asepbensin10k** 8 bulan yang lalu  
setiap kata yang keluar dari habib jafar rasanya adem banget  
👍 9 🗨️ Balas
-  **@user-mx6ch3vy6f** 4 bulan yang lalu  
Jangan sibuk mengutuk kegelapan, tapi sibuklah menyalakan cahaya 🙏 **Habib Husein Jafar Alhaddad**  
👍 3 🗨️ Balas

Gambar . Komentar respon penonton



## BAB IV

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Profil Habib Jaffar AL – Haddar



Habib Husein Jafar Al Hadar berdakwah sejak dari kecil karena sudah didik menjadi pendakwah dan sudah disugesti oleh ayahnya dari seajak kecil untuk berdakwah. Habib jafar lahir pada tanggal 21 juni 1988 di bondowoso, jawa timur. Diraport SD Habib Ja'far tertulis cita – citanya ingin menjadi ulama yang intelektual. Sejak kelas 2 SMA Habib Ja'far sudah berdakwah melalui tulisan dan masuk koran nasiaonal lalu diposting dimajalah Nabawi. Lalu pada tahun 2016 berdakwah melalui tulisan dimedia sososal di website – website keislaman seperti Syiar Nusantara dan Q10.

Untuk berdakwah di media social yotube dan membuat podcast sudah sejak 2018. Untuk pertama kalinya habib ja'far membuat akun yotube yang bernama “jeda nulis”. Seperti pada nama yotubanya habib ja'far memutuskan untuk jeda menulis dan berfokus pada social media yotube. Habib Ja'far berdakwah melalui yotube untuk menyampaikan secara lisan dan virtual. Jeda nulis sudah memiliki 171 vidio yang sudah diunggah dengan jumlah subscribe 1.25 Juta.



## **B. Respon Penonton terhadap Retorika Habib Jafar**

Proses penampilan Habib Ja'far yang dilakukan dalam Channel YouTube 'Tuah Kreasi' ini merupakan sebuah dakwah yang melalui konten video YouTube yang disiarkan secara langsung pada akun YouTube 'Tuah Kreasi' yang mana di dalamnya terdapat 2 orang yang berbincang-bincang mengenai poin-poin dakwah yang disampaikan oleh Habib Ja'far sendiri. Dalam tayangan tersebut, moderator yang bernama Pras Teguh itu sedikit membeberkan bahwa Habib Ja'far memiliki gaya retorika dakwah yang sangat digemari oleh kalangan jaman Gen Z.

Karena pengetahuan, keterampilan, dan kemampuannya dalam menginspirasi orang lain agar lebih berpikiran terbuka, Habib Ja'far tetap mempertahankan kemahirannya dalam berbicara di depan umum. Beliau rutin mengikuti seminar baik offline maupun online. Saat berbincang dengan Habib Ja'far, mereka menggunakan bahasa santai dan penyajian penuh keceriaan, kedamaian, santun, dan logat tidak meledak-ledak. Dimulai dengan membuat saluran YouTube sendiri dalam channel 'Tuah Kreasi' dengan memberikan kajian yang ringan dan mudah diterima masyarakat. Berkat pembahasan yang sederhana dan jelas, konten yang dipermasalahkan mudah dikenali. Banyak penulis yang pernah berkolaborasi dalam bidang konten sebelumnya sepakat bahwa menulis biografi Habib Ja'far itu mudah karena lebih mudah dicerna dan dirangkai. Menurut Habib Ja'far, tujuan dari inisiatif ini adalah untuk mendapatkan persepsi melalui media sosial karena digunakan oleh khalayak yang lebih besar dan beragam.

Dengan adanya konten tersebut Habib Ja'far sendiri juga lebih cepat dikenal dan menjumpai viewers yang sampai ratusan ribu penonton yang mana dari berbagai kalangan dari orang tua anak muda serta anak dibawah umur, karena Habib Ja'far sendiri juga menggunakan bahasa - bahasa yang sangat milenial hingga kalangan gen Z sangat memahami isi dakwah habib jafar dengan metode ceramah tetapi di selingi dengan banyak komedi lelucon yang sangat humoris. Adanya comedian maka dakwah habib jafar sendiri juga menuai banyak komentar positif oleh para penonton sehingga ia dijuluki habib jafar pendakwah milenial.

Tujuan dalam dunia dakwah melalui media youtube merupakan suatu hal yang sangat mudah ditangkap oleh semua kalangan. Dikarenakan tujuan ini dimaksudkan bagian dari penyiaran islam melalui media youtube sangat mudah ditangkap oleh seluruh kalangan umur. Karena zaman semakin maju serta teknologi canggi

Respon penonton tersebut merupakan suatu komentar - komentar positif dan negative, pada dakwah Habib Ja'far melalui Youtube tuah kreasi disertai dengan komedi yang khas dibawakan oleh habib jafar sendiri. Sebagai penonton juga berhak menilai gaya retorika Habib Ja'far yang ada pada konten YouTube Tuah Kreasi. Yang dimaksudkan menilai ini merupakan suatu respon - respon terhadap gaya retorika atau cara habib jafar menyiarkan dakwahnya itu melalui youtube sendiri.

Respon penonton terhadap retorika dakwah Habib Ja'far sendiri harus dilakukan dengan teori teori yang ada. Yang dimaksudkan agar respon ini dapat mensukseskan penelitian ini. Adapun poin poin yang saya teliti dalam konten youtube buah kreasi sebagai acuan penelitian ini.

#### 1. Mengajari orang supaya tidak tersesat dalam beragama

Menurut Habib Ja'far sendiri memiliki arti yaitu jangan pernah menghakimi kesalahan seseorang dengan cara memarahinya, langsung saja mencarikan jalan keluar untuk melewati agar tidak tersesat. Dipaparkan dalam dialog dibawah ini antara pras teguh dan habib jafar.

Pras teguh : bagaimana cara mengajari orang supaya tidak tersesat bib?

Habib ja'far : itu belajarnya dari google maps aja, misalnya google maps bilangya belok kiri tapi lu belok kanan ngga mungkin dong google maps memarahi luh sesat bro, terus langsung nyari jalan keluar agar kembali ke tujuan awal .

Pras teguh : ngga pernah menyalahkan berarti bib ?

Habib ja'far: ya engga bro, jangan menghakimi kesalahan seseorang, tapi langsung sibuk aja mencarikan solusinya.

Pras teguh : iya iya ngga pernah menyalahkan

Habib ja'far: ada seseorang yang datang kepada nabi ngomong “ saya celaka nabi siang - siang di bulan puasa saya tidur dengan istri ”, oh ya udah kata nabi kamu harus membayar puasa kafarah selama 40 hari, yah puasa 1 bulan aja bolong 1 hari apalagi yang 40 hari. ( pras teguh ketawa hahahah )

Habib ja'far: ya sudah memberikan makanan kurma ke orangtermiskin didesamu, saya itu orang yang paling miskin ya sudah makanlah makanann itu sebagai pengingatnya fidyah puasa kafarah tersebut ( pras teguh nyletuk lebih diringankan lagi itu bib ).

## 2. Penonton tiktok seperti psikopat

Penonton tiktok seperti psikopat menurut Habib Ja'far sendiri itu banyak fyp yang bersliweran joged joged yang berdampak negatif kepada penonton tiktok. Adapun penjelasan dialog antara pras teguh dengan habib jafar dalam konten youtube tuah kreasi.

Pras teguh : ohya bib ngomong ngomong kalau tentang tiktok menurut habib sendiri itu bagaimana bib ?

Habib ja'far: menurut saya sendiri tiktok yang dulu sama sekarang itu beda kalau yang sekarang kebanyakan fyp yang jogged joged, ibarat hati nurani saya tergugah ingin melihat tiktok yang joged joged itu. ( pras teguh nyletuk ketawa hahahaha )

Habib ja'far : engga engga engga tau gimana ya apa Cuma perasaan saya aja apa gimana yah kan biasanya alogritma tiktok naik yah, pasti setiap minggu itu pergi kekota satu kali maka alogritma tiktok dikota tersebut menurun maka jika saya pergi lebih dari 2 kali dalam satu minggu maka alogritmanya akan naik semakin pesat. Sampai temen gue nonton yang joged jogged tapi pas cerama gue lewat fyp nyebut astagfirullah karena kaget,ibarat temen gue lg nafsu pengen nonton joged joged eh malah muncul ceramah gue gitu.

Pras teguh : tapi yah bib sekarang milih lebih seruan main instagram atau tiktok?

Habib ja'far : gue si instagram, (nyletuk pras teguh kenapa instagram?), gue si karena kalo tiktok itu terlalu random ( pras teguh nyletuk iya karena siapa orang bisa liat karena random yah bib ) dan tiktok itu Cuma kaya sosial media hiburan saja.

Pras teguh : ohya bib kemarin tu saya mendatangkan bintang tamu yang mandi lumpur itu loh bib? Tau ngga bib saya ikut ikutan mandi lumpur gara-gara bintang tamu saya itu

Habib ja'far : terus lu ikutan mandi lumpur karena bintang tamu lu itu ( pras teguh nyletuk hahahhahah iya gue ikutan bib karena dia kaya nyuruh gue untuk mandi lumpur hahaah).

Habib ja'far : takutnya nih lama lama penonton psikopat ( pras teguh nyletuk hahhaahahah ) ya kaya miniatur psikopat lah.

Habib ja'far : sekarang maksiat orang mandi lumpur besok besok terbiasa bisa mandi yang lainnya ( pras teguh nyletuk hahahahah ) dan lama lama apa yang dulu disebut mediator dan bisa jadi kejadian media kita, orang diadu dilukai hanya untuk memuaskan nafsu kita, dan risetnya yang dijadikan dinarasi tv itu, ada tu yang sekelompok psikopat, ( pras teguh nyletuk iyayayaayay bib ), yang sukanya nonton orang yang saling menyakiti.

### 3. Pandangan menurut habib tentang UFC dalam islam

Adapun dialog antara Habib Ja'far dengan Pras Teguh dalam konten youtube tuah kreasi sebagai berikut.

Pras teguh : ohya gini bib pertanyaan gue kemarin tuh ?, UFC ada yang namanya Khabib Nurmagomedov? Habib pernah denger kan bib ? ( habib jafar nyletuk ohyaya pernah denger ), itu sebenarnya penjelasannya bagaimana di agama kita islam? ( karena ngucap Alhamdulillah ).

Habib ja'far : gini dulu itu ada perdebatan soal tinju dan nonton tinju seiring dengan Muhammad ali ( pras teguh nyletuk iyah iyah ) ada yang ngga memperbolehkan tetapi ada yang memperbolehkan tentu dengan syarat syarat yang ketat ( pras teguh nyletuk ohh ya oke oke ), nah kalau itu olahraga maka ngga ada masalah ( pras teguh nyletuk tentu tidak masalah ), iya tinju sama kaya takewindow, karate, mereka kalau butuh olahraga ya diniatkan untuk olahraga tidak samapai membahayakan ( pras teguh nyletuk nah itu bahaya kan bib ), ya kalo membahayakan ya emang UFC itu membahayakan makanya gue kan ngga tau yah per UFCan makanya gue narik tinju , karena kalo gue UFC berasa lagi syuting, ( pras teguh nyletuk hahhahahah ), kalau ada ketentuan berlaku bisa jadi tidak ada masalah.

Pras teguh : karena menurut si Khabiib ini adalah salah satu jalan sehatnya ( habib jafar nyletuk ya kaya dia mendakwahkan islam dengan cara yang salah yah ) iyayay salah yang salah.

#### 4. Adab dalam islam

Didalam konten tuah kreasi antara Habib Jafar dan Pras Teguh itu menjelaskan adab naik turun kendaraan dan masuk keluar kamar mandi. Berikut penjelasan dialog antara habib jafar dengan pras teguh.

Pras teguh : bib kalo turun angkot itu harus kaki kiri dulu

Habib jafar : kenapa kkallo turun angkot kaki kiri dulu pras? Emang ada aturanya yah?

Pras teguh : ohya kenapa yah kok bener juga aku juga bingung kenapa kaki kiri dulu.

Habib ja'far : gini saya ditanya kan, bib kenapa disilam kalau mau masuk kamar mandi kakinya diatur ( pras teguh nyletuk oh yayya yah ) mau pakai pakaian lepas pakaian dari kanan dulu kenapa? Turun angkot aja diatur, ya secara kalau lu turun ngga pakai kaki ya jatuh dan sebaliknya kalau lu tidak pakai kaki sesuai anjuran nabi segala melakukan sesuatu maka lu akan jatuh secara batin, ( pras teguh nyeltuk ohya yah bib ) tapi lu ngga sadar kalau lu lg jatuh, kalau lu ngga laper ya jangan dipaksa buat makan tapi kalau lu laper ya makan ( batiniyah ) tapi jangan dipaksakan kata nabi makananya adalah sholat, sedekah, tapi lu ngga sadar karena allah buat itu pada level yang tasri'i bukan taqwimi.

Pras teguh : apa itu bib ?

Habib ja'far : kalau taqwimi itu ketentuan allah yang sifatnya memaksa baginya laper, haus ngga usah di suruh dalam al qur'an, laper ya makan haus ya minum, tapi kalau tasri'i kebutuhan yang tidak dipaksakan tapi allah tidak memaksa sesuai dengan kesadaran kita tapi padahal itu kebutuhan juga iya kaya sholat, maka sholat itu dalam tradisi spiritual islam juga itu kebutuhan bukan kewajiban makanya mereka banyak yang mengisi dengan sholat sunah sama kaya makan karena enjoy.

## 5. Hukum stand up comedi menurut islam

Berikut dialog antara Pras Teguh dan Habib Jafar mengenai hukum stand up komedi dalam islam sebagai berikut.

Pras teguh : pertanyaan terakhir bib nih, apa hukum stand up komedi dalam islam bib ?

Habib ja'far : dalam islam? Ya gini nabi musa ketika naik bukit tua kemudian ditanya oleh allah mana ibadahmu wahai musa, kemudian kata musa sholatku ya allah untuk kamu, puasa ku ya allah untuk kamu , kemudian kata allah semua itu untukmu bukan untukku, in ahsantum ahsantum li'anfusikum, yang artinya jika berbuat baik, ( berarti ) kamu telah berbuat baik untuk dirimu sendiri. Nabi musa bertanya ibadah apa yang khusus untukmu wahai allah. Kemudian kata allah dalil yang berarti memasukan rasa bahagia ke hati orang yang hancur, nah stand up kalau diniatkan untuk membahagiakan orang lain tanpa merendahkan siapapun ( pras teguh nyetuk merendahkan siapapun ), menyakiti hati dia maka itu adalah salah satu media ibadah termulia, tapi jangan sampai menghibur sana menyakiti sini, mohon maaf kecuali kaya roasting itu sudah ada kesepakatan.



### C. Analisis Data

Berdasarkan penyajian data diatas yang saya ambil melalui observasi, dokumentasi teks pada respon penonton terhadap retorika dakwah habib jafar dalam channel youtube tua kreasi. Maka peneliti menggunakan analisis etnografi virtual, analisis ini meliputi menerima, mengkritik, dan menginspirasi, dengan banyaknya komentar 2,275 ribu dengan berbagai kalangan penonton berbagai macam golongan. Berikut analisis yang peneliti lakukan berdasarkan data yang telah disajikan pada pembahasan diatas yaitu sebagai berikut :

#### 1. Analisis menerima

Menerima dengan komentar positif

Berdasarkan data yang telah dikaji diatas bahwa respon penonton terhadap cara penyampaian dakwah habib jafar ini pada channel youtube tua kreasi merupakan cara berdakwah habib jafar dengan gaya kepiawiannya yang menggunakan bahasa bahasa gaul dalam berdakwah.

Menurut hasil dokumentasi saya dengan salah satu sasaran Channel YouTube tua kreasi ini mendapatkan komentar berupa menerima dengan cara positif yang mana dicantumkan pada kolom komentar para respon penonton habib jafar. Dengan adanya komentar komentar positif maka sangat membantu peneliti untuk melakukan analisis data terhadap respon penonton yang berkomentarkan positif.

Biasanya penonton yang penasaran dengan cara penyampaian dakwah Habib Jafar dalam menyiarkan islam dengan melalui komedi lucu, serta menggunakan bahasa bahasa yang mudah ditangkap oleh semua kalangan para penonton yang masih membutuhkan arahan oleh habib jafar sendiri.

Sama halnya cara penyampaian habib jafar sendiri menuai banyak komentar positif yang tercantum pada channel youtube tua kreasi, yang mana habib jafar sendiri memiliki ciri khas dengan berpenampilan kaos, celana jins dan peci , serta bahasa yang mudah langsung diserap oleh para penonton.

Dari 2,275 komentar hampir 80 persen berkomentar menerima dengan positif, dapat memunculkan respon penonton berkomentar menerima dengan positif artinya penonton menerima cara penyampaianya Habib Jafar dalam berdakwah positifnya penonton memberi komentar baik pada channel youtube tua kreasi.

Dari penjelasan diatas peneliti akan memaparkan hasil respon penonton terhadap cara penyampaian retorika Habib Jafar dalam channel youtube tua kreasi ini sebagai berikut :

#### Komentar positif dari penonton



#### Gambar. Respon Penonton Komentar positif

Berdasarkan data yang telah dikaji diatas bahwa respon penonton terhadap retorika Habib Jafar ini pada Channel YouTube Tua Kreasi merupakan cara berdakwah Habib Ja'far dengan menggunakan bahasa bahasa gaul dalam berdakwah.

Menurut hasil dokumentasi saya dengan salah satu sasaran channel youtube tuah kreasi ini mendapatkan komentar berupa menerima dengan cara negatif yang mana dicantumkan pada kolom komentar para respon penonton Habib Ja'far. Dengan adanya komentar komentar negatif maka sangat membantu peneliti untuk melakukan analisis data terhadap respon penonton yang berkomentarkan negatif.

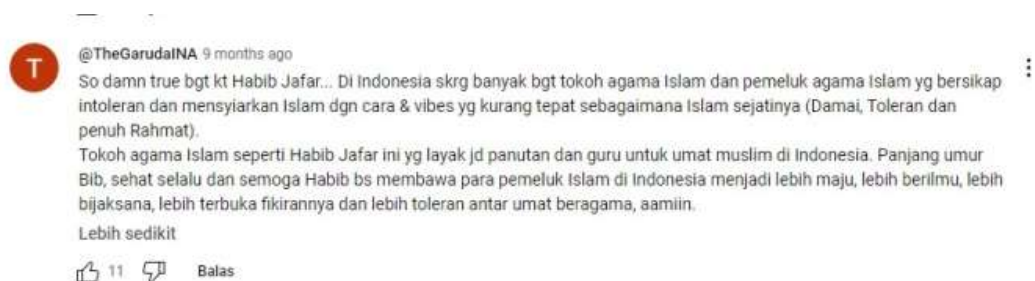
Biasanya penonton yang penasaran dengan cara penyampaian dakwah habib jafar dalam menyiarkan islam dengan melalui komedi lucu, serta menggunakan bahasa bahasa yang mudah ditangkap oleh semua kalangan para penonton, tetapi ada penonton yang kurang suka dengan cara penyampaiannya habib jafar dengan melalui dakwah disertai komedi lucu.

Adanya komentar negatif ke penampilan habib jafar itu bukan membuat konten habib jafar semakin menurun tapi malah semakin banyak yang menonton cara berdakwah habib jafar tersebut.

Dari 2,275 komentar hanya 20 persen berkomentar menerima dengan negatif, dapat memunculkan respon penonton berkomentar menerima dengan negatif artinya penonton kurang menerima cara penyampaiannya habib jafar dalam melakukan dakwah dalam channel youtube tuah kreasi.

Dari penjelasan diatas peneliti akan memaparkan hasil respon penonton terhadap cara penyampaian retorika habib jafar dalam channel youtube tua kreasi ini sebagai berikut :

#### Komentar menerima negatif



Gambar. Komentar Respon Penonton menerima negarif

## 2. Analisis mengkritik

### Memgkritik dengan komentar positif

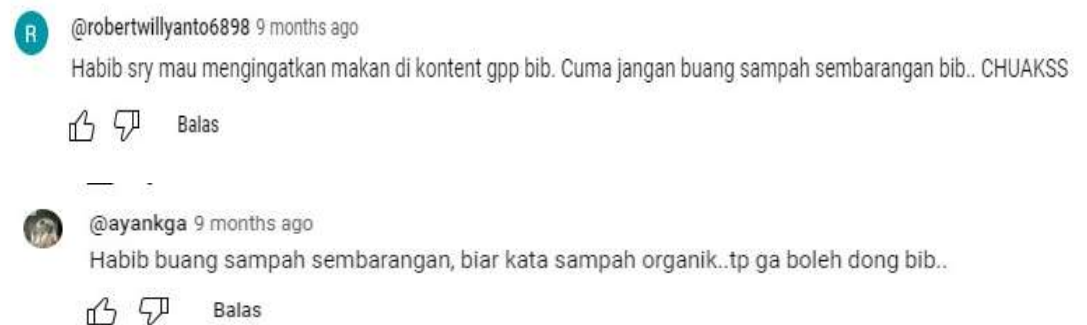
Berdasarkan data dari hasil penyajian penelitian respon penonton terhadap retorika dakwah habib jafar ini dapat dilihat cara habib jafar berdakwah.

Menurut hasil dokumentasi penelitian yang peneliti lakukan bahwa arti menolak dalam hal retorika dakwah Habib Ja'far bisa dikatakan menolak dengan positif banyak yang belum tau, karena biasanya kata menolak berarti ia tidak bisa menerima pendapat atau menurut orang lain tersebut.

Mengkritik dalam komentar positif disini bisa diartikan dalam hal suara habib jafar dalam berdakwah pada Channel YouTube Tuah Kreasi, sikap habib jafar dalam kontennya, berpenampilan habib jafar dalam kontennya, serta cara gaya bicaranya habib jafar sendiri.

Adapun bukti komentar mengkritik dengan positif yang tertera pada konten youtube tuaah kreasi yang dibawakan oleh habib jafar dengan pras teguh yaitu sebagai berikut .

#### a) Komentar respon penonton mengkritik dengan positif



Gambar. Komentar Respon Penonton Komentar mengkritik

b) mengkritik dengan komentar negative

Berdasarkan data yang telah dikaji diatas bahwa respon penonton terhadap retorika dakwah habib jafar ini pada channel youtube tuah kreasi merupakan cara berdakwah habib jafar dengan gaya kepiawiannya yang menggunakan bahasa bahasa gaul dalam berdakwah.

Menurut hasil dokumentasi yang peneliti lakukan ini merupakan cara respon penonton terhadap retorika habib jafar ini dengan gaya bicara dan juga dengan cara berpenampilanya. Pasti ada yang respon penonton yang kurang suka dengan cara retorika habib jafar ini kalau dengan menggunakan bahasa bahasa gaul serta menggunakan comedian.

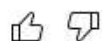
Adapun dokumentasi komentar menolak dengan negatif dalam menanggapi respon penonton terhadap retorika habib jafar sebagai berikut.

Komentar mengkritik dengan negative



@heldirahmansetiawan70 9 months ago

habib bilang bangsat rasanya malah makin enak didenger hahaha



Balas



@alyu5587 9 bulan yang lalu (diedit)

@mamangj astaga masih ada yang kayak gini....syiah syiah an mulu, sana ngaji dan jadi Islam yang bener, yang kaffah,yang mengamalkan Islam. Bukan mengadu domba



Balas



@ilhamhidayat178 9 months ago

Mantap bib. Sindiran nya keren wkwwkww cara bib berdakwah kere



Balas



Gambar. 6 Komentar Respon Penonton Mengkritik negative



### 3. Analisis menginspirasi

Berdasarkan hasil penyajian data diatas tentang respon penonton terhadap retorika dakwah habib jafar ini dalam dakwahnya terdapat pesan pesan yang terkandung pada konten youtube buah kreasi ini.

Menurut hasil dokumentasi peneliti bahwa analisis menginspirasi merupakan cara menganalisis sebuah dakwah yang milenial pada zaman sekarang dengan berbagai cara menyampaikan dakwahnya dan dengan cara berpakaianya serta dengan cara berbicara dengan lawan bicaranya.

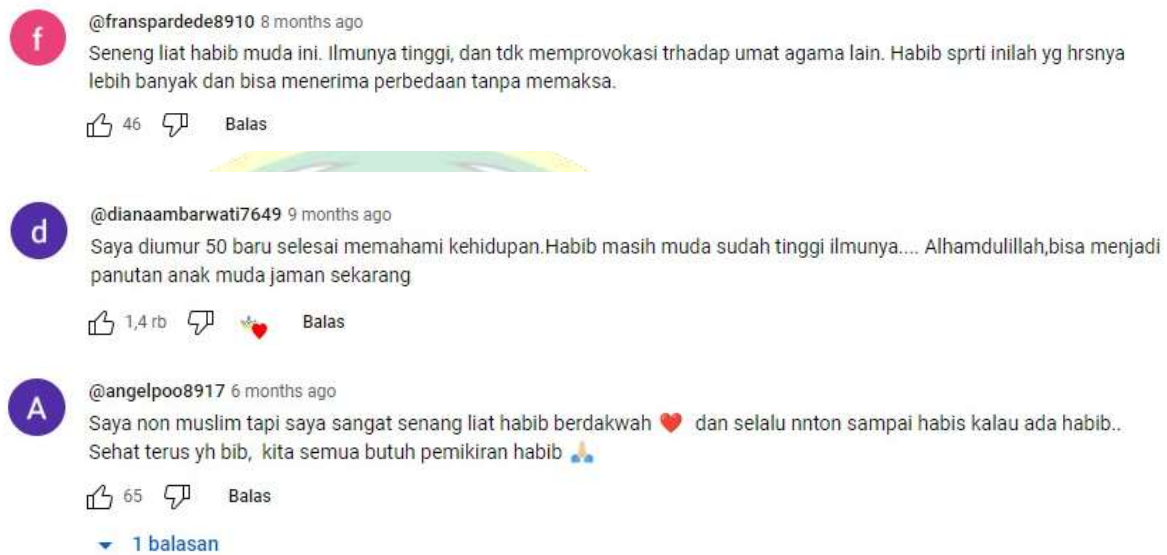
Analisis menginspirasi ini merupakan suatu cara peneliti mengamati cara ia menyampaikn pesan pesan habib jafar kepada para penonton, bahwa habib jafar dengan gayanya menyampaikan isi pesan kepada semua kalangan dengan menggunakan bahasa yang sangat mudah dipahami, dan tidak mengandung bertele tele cara penyampaiannya langsung to the point.

Dengan adanya menginspirasi ini habib jafar juga termasuk golongan orang yang menginspirasi banyak orang dari berbagai agama dari sabang sampai merauke. Habib milenial dengan cara menyampaikan isi pesan langsung bisa dipahami oleh orang orang yang kurang paham dengan agama dan juga orang yang jauh agama, serta orang yang tidak mengetahui sopan santun , adab dalam islam, serta saling menyalahkan dengan cara menyakiti orang lain. Oleh karena itu habib jafar tidak pernah melakukan intonasi berdakwah dengann kata kata baku sebab ia tahu bahwa dakwah menggunakan kata kata baku akan tidak langsung sampai kepada anak anak milenial zaman sekarang.

Kebanyakan penonton yang melihat dakwah habib jafar ialah orang orang gen Z yang saat ini butuh pengetahuan tentang agama, maka dari adanya konten dakwah habib jafar dengan pras teguh ini akan banyak menginspirasi oleh semua kalangan mulai dari agama islam , Kristen, hindu, budha, katolik dll, karena tidak menfokuskan ke agama islam saja sebab agar bisa ditangkap oleh para non muslim seluruh Indonesia.

Adapun hasil dokumentasi komentar menginspirasi tentang isi pesan dakwah habib jafar dalam channel youtube tuah kreasi sebagai berikut.

#### Komentar respon penonton yang menginspirasi



Gambar 7. Komentar Respon Penonton Komentar Menginspirasi



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil dokumentasi saya dengan salah satu sasaran channel youtube tuah kreasi ini mendapatkan komentar berupa menerima dengan cara negatif yang mana dicantumkan pada kolom komentar para respon penonton Habib Ja'far. Dengan adanya komentar komentar negatif maka sangat membantu peneliti untuk melakukan analisis data terhadap respon penonton yang berkomentarkan negatif. Biasanya penonton yang penasaran dengan cara penyampaian dakwah habib jafar dalam menyiarkan islam dengan melalui komedi lucu, serta menggunakan bahasa bahasa yang mudah ditangkap oleh semua kalangan para penonton, tetapi ada penonton yang kurang suka dengan cara penyampaianya habib jafar dengan melalui dakwah disertai komedi lucu.

Adapun isi dari pesan pesan Habib jaffar dalam berdakwah yaitu Mengajari orang supaya tidak tersesat dalam beragama, Penonton tiktok seperti psikopat, Pandangan menurut habib tentang UFC dalam islam, Adab dalam islam, Hukum stand up comedi menurut islam. Adapun terdapat analisis data yang peneliti lakukan yaitu menerima yaitu cara mengomentari gaya retorika dakwah Habib Ja'far dengan kata yang memuji, menolak yaitu cara memeberikan komentar dengan penolakan pada penyaimpaian ceramah Habib Ja'far, menginspirasi adalah cara memberikan komentar dengan kata menginspirasi tentang isi pesan dakwah yang langsung mudah dipahami oleh penonton generasi milenial.

Demikian kesimpulan yang peneliti cantumkan terkait respon penonton terhadap retorika habib jafar ( studi kasus akun youtube tuah kreasi : kejar setoran – Habib Jafar – Penonton tiktok seperti psikopat ).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian saya tentang respon penonton terhadap retorika habib jafar ( studi kasus akun youtube tuah kreasi kejar setoran ), dengab ini saya memberi saran sebagai berikut :

1. Cara penyampain dakwah habib jafar dalam konten youtube tuah kreasi lebih diperhaluskan lagi dalam hal bahasa dan bicara.
2. Jangan terlalu keluar dari tujuan habib jafar yang berdakwah melalui media sosial youtube lebih ditekankan lagi.

## **C. Penutup**

Alhamdulillah, orang-orang yang beriman menerima setiap nikmat dan perintah yang Allah SWT telah berikan kepada mereka, memungkinkan mereka untuk menulis skripsi ini dengan jelas. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh karena itu, peneliti diharapkan dalam rangka perbaikan di masa mendatang.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi penulis secara khusus. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan naskah ini, khususnya kepada Ibu Uus Uswatunsholihah, M. Ag., yang berperan sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan waktu, tenaga, dan dukungan sehingga naskah dapat berhasil diedit.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Ilmu Dakwah (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2018), Cet Ke-1, h.145

Adri Efferi.2013. “profesionalisasi da’i di era globalisasi,” Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam. Vol 2

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

Ajeng Pridiastuti. 2022. “Retorika Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Youtube ( Analisis pada Tema “Rumah Tangga “ dalam Channel Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus,) Jurnal Comunication Science and Islamic Da’wah. Vol. 6. No. 2. 20 Januari 2022.

Al- Qur’an Surah An – Nahl ( 16 ) 125.

Binkley, Roberta, 2004, "The Rhetoric of Origins and the Other: Reading the Ancient Figure of Enheduanna", dalam Carol S. Lipson & Roberta A. Binkley, Rhetoric before and beyond the Greeks, State University of New York Press, New York.

Binkley, Roberta, 2004, "The Rhetoric of Origins and the Other: Reading the Ancient Figure of Enheduanna", dalam Carol S. Lipson & Roberta A. Binkley, Rhetoric before and beyond the Greeks, State University of New York Press, New York.

Bobby. H.T.dkk. 2021 “*Media Retorika Dakwah pada Era Milenial*” Jurnal Kajian Komunikasi,Budaya dan Islam. Vol. 1. No. 1. Juni 2021.

Brooks, Cleanth dan Warren, Robert Penn, 1970, Modern Rethoric, Harcourt, Brace and World, New York.

Burke, Kenneth, 1969, A Rhetoric of Motives, University of California Press, Berkeley.

Carnegie, Dale, tt, Teknik dan Seni Berpidato, Terj; Wiyanto, Nurcahaya, Jakarta.

Dhanik S.& Anna. G.H., 2020. “ Buku Ajar Retorika “, CV.AA.Rizky Banten.Mei 2020. Hlm.

Fronqi Bella Enrin.2021. ” *Representasi kritik melalui humor dalam media digital youtube di chanel majelis lucu Indonesia,*”Jurnal komunikasi dan penyiaran islam. Vol 2. No 2

Hafied Cangara, Penagntar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.137.

Hallo, William W., 2004, "The Birth of Rhetoric", dalam Carol S. Lipson & Roberta A. Binkley, *Rhetoric before and beyond the Greeks*, State University of New York Press, New York.

Hendrikus, P. Dori Wuwur, 1991, *Retorika*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

Hutto, David, 2002, "Ancient Egyptian Rhetoric in the Old and Middle Kingdoms", dalam *Rhetorics Journal*, University of California Press, Berkeley, 20 (3); hal. 213–233.

Ibid. h. 146

Kurnia. P.R.2022. “ *Retorika Dakwah KH. Muhammad Ali Shodiqin dalam Channel Youtube “ Abah Ali Mafta Sholawa,* “ Skripsi. Institut Ilmu Al- Qur’an Jakarta.

Luqman .P. 2022. “ *Retorika Dakwah Muhammad Ali Shodiqin ( Gus Ali Gondrong ) dalam Media Sosial Youtube,* “ Skripsi. IAIN Purwokerto.

M. Jakfar Futeh dan Saefullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Umat*, (Yogyakarta, 2006) h. 104-105.

Muhammad Fikry N., “ *Retorika Dakwah Ustadz Muhammad Syamlan*“, Skripsi. Begkulu.UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Musthofa, *Prinsip Dakwah Via Media sosial*, jurnal aplikasi ilmu – ilmu agama Vol. 16, No. 1, 2016.

Nur Hayatun. N. 2021.“ *Retorika Dakwah Buya Yahya pada Channel Youtube Al- Bahjah TV,*”Skripsi.

R. Sholehah, (<http://etheses.uin-malang.ac.id>) bab III Metodologi Penelitian: (Malang,2015) hlm.54. Dikutip pada 2 Januari 2022 pukul 23.03 WIB.

Ruli Nasrullah.2018.” *Riset khalayak digital: perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial,*” Jurnal Sosioteknologi. Vol.17. No 2.

Ruli Nasrullah.2018.” *Riset khalayak digital: perspektif khalayak media dan realitas virtual di media sosial,*” Jurnal Socioteknologi. Vol.17. No 2.

Wahyu ilahi, komunikasi dakwah,.... H. 428.

Wahyu ilahi,. *Komunikasi Dakwah.*( Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010), h. 117.

Wahyu Wibowo, *Cara Cerdas Menulis Artikel Ilmiah,* (Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, 2011), Hlm. 43

Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa,* Cet. V, Edisi. V, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 13-14.

William Covino and David Jolliffe, ed., “What Is Rhetoric?” *Rhetoric: Concepts, Definitions, Boundaries.* (Boston: Allyn & Bacon, 1995), h. 326.

Xu, George Q., 2004, "The Use of Eloquence: The Confucian Perspective", dalam Carol S. Lipson & Roberta A. Binkley, *Rhetoric before and beyond the Greeks,* State University of New York Press, New York.

Young, R. E., Becker, A. L., dan Pike, K. L., 1970, *Rhetoric: discovery and change,* Harcourt Brace & World, New York

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Abdul Aziz Nurazaman  
Tempat/ Tgl Lahir : Banyumas, 07 November 1999  
Jenis Kelamin : Laki - Laki  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Sidamulih Rt 001/007 Kecamatan Rawalo Kabupaten  
Banyumas  
Email : azizmamok@gmail.com  
Riwayat pendidikan :  
1. TK Pertiwi 1 Sidamulih  
2. MI Ma'arif NU 2 Sidamulih  
3. SMP Negeri 2 Rawalo  
4. SMA Negeri 1 Rawalo

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Purwokerto, 22 September 2023

Hormat Saya,



Abdul Aziz Nurazaman

**NIM. 1917102004**