

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media teknologi informasi dan komunikasi modern berevolusi akan terus menyaksikan perkembangan fasilitas yang semakin canggih yang melayani kebutuhan masyarakat pengguna. Bentuk-bentuk media tersebut akan terus berkembang sejalan dengan perkembangan pola komunikasi dan paradigma manusia yang semakin kontemporer. Sekitar pertengahan abad ke-20 atau tahun 1980-an, istilah “media baru” (internet) mulai digunakan, yang turut berperan dalam diversifikasi pola komunikasi manusia modern.¹ Pemanfaatan teknologi untuk media sosial telah mencapai hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia saat ini, baik di lingkungan perkotaan sampai bergerak ke wilayah di pedesaan yang jaraknya cukup jauh. Setiap orang mulai dari remaja hingga dewasa hampir pasti pernah bereksperimen dengan setidaknya satu dari sekian banyak bentuk media sosial yang dimaksud, yakni Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, atau WhatsApp. Jika dimanfaatkan dengan baik, seperti dalam berdakwah, berbagai media yang berbeda bisa sangat bermanfaat².

Di era kecanggihan teknologi informasi, peran dakwah juga ikut berkembang, hal ini bisa dilihat dengan munculnya dai-dai yang mempunyai

¹ Yahya, Muhammad & Farhan. 2019. Dakwah ‘Virtual’ Masyarakat Bermedia Online. *Jurnal Riset dan Konseptual*. 4(2). h. 249.

² Asriadi. 2020. Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah. *Al-Munzir* . 13(1). h. 93.

kemampuan retorika memukau masyarakat. Penerapan kemampuan linguistik terus berkembang sejalan dengan perkembangan zaman dan pergeseran tren sosial yang terjadi di masyarakat kita. Cara masing-masing Dai menyampaikan khotbah mereka berbeda dari yang lain. Alasan variasi gaya ini adalah upaya untuk memenuhi preferensi pendengar untuk memastikan bahwa mereka dapat menerima informasi yang dikomunikasikan.³

Khotbah mereka disiarkan di berbagai platform, termasuk platform media sosial online tradisional dan yang lebih baru. YouTube hanyalah satu dari sekian banyaknya platform yang dipergunakan oleh banyak da'i dalam mempublikasikan atau menyebarkan dakwahnya. YouTube dengan cepat berkembang menjadi fenomena tersendiri di kalangan anak muda, terutama karena hak aksesnya saat ini bisa didapatkan secara gratis.⁴ Komunitas dan platform online termasuk YouTube, Twitter, Instagram, dan Facebook, antara lain. Penyebaran dakwah Islam dapat dilakukan secara efisien dan tepat guna dengan memanfaatkan berbagai fasilitas tersebut sebagai alternatif. Di satu sisi, perkembangan tersebut menjadi perkembangan tersendiri dalam pelaksanaan dakwah, dan di sisi lain kewajiban dakwah bagi seorang da'i menjadi semakin ringan akibat perkembangan tersebut. Karena kemajuan teknologi informasi memudahkan para mubaligh untuk menyebarluaskan ide-ide Islam sebagai agama rahmatan lil alamin, alasannya adalah sebagai berikut: Menurut mad'u, keberadaan platform media sosial seperti YouTube

³ Hasanah, Uswatun & Usman. 2020. Karakter Retorika Dakwah Ustadz Abdus Somad (Studi Kajian Pragmatik). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. 1(2). h. 86.

⁴ Sulaeman, Arif R. dkk. 2020. Strategi Pemanfaatan Youtube dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*. 11(1). H. 82.

membuat aspek tertentu dari penyebaran dan dakwah itu sendiri lebih mudah dicapai. Sejak saat itu, ruang dakwah berkembang menjadi tempat yang bisa diakses siapa saja, tanpa melihat agama, dan sepenuhnya gratis.⁵

Berbarengan dengan terkenalnya media sosial, datanglah seorang ustadz yang fenomenal yakni ustadz Das'ad Latif dengan gaya humornya dalam berdakwah. Ustadz Das'ad Latif ketika berdakwah memiliki retorika argumentasi yang sangat logis. Hal ini terlihat dari pesan-pesan dakwah beliau yang mudah dipahami masyarakat/audiens ketika berdakwah. Selain itu beliau juga membawakan materi dakwah dengan selipan humor agar pesan yang disampaikan tidak membosankan. Audiens pun semakin merasa senang dan tertarik tentang pesan yang disampaikan sang da'i.

Argumentasi, menurut Keraf.⁶ Jenis retorika yang digunakan dalam penulisan ilmiah disebut argumentasi. Tujuan argumentasi adalah untuk mencoba menunjukkan bahwa proposisi tertentu benar. Melalui penyajian bukti yang didasarkan pada proses berpikir kritis, argumentasi memperluas pengetahuan pembaca, yang dalam hal ini merujuk pada audiens yang sedang mendengarkan ceramah. Argumentasi adalah jenis percakapan yang berusaha meyakinkan audiens bahwa penggambaran pembicara itu akurat. Karena itu, nada dan gaya kalimat harus persuasif.

Retorika argumentatif yang ditunjukkan Ustadz Das'ad Latif adalah sebuah bentuk argumen atau pernyataan lisan terkait materi-materi dakwah meliau melalui bukti-bukti dan proses penalaran kritis, sehingga membuat

⁵ Wibawa, Agung T. *Fonema Dakwah di Media Sosial Youtube*. h. 3.

⁶ Herawati. 2015. *Retorika Tekstual Argumentasi Bahasa Jawa*. LOA. 10(1). h. 3.

ketertarikan masyarakat kepada ceramah-ceramahnya itu semakin yakin akan kebenaran dan proses logis dalam menerima informasi/ilmu yang telah disampaikan. Ustadz Das'ad Latif telah menyampaikan ceramahnya ke seluruh penjuru dunia, baik di wilayah metropolitan maupun masyarakat pedesaan terpencil. Bacaan dan khotbahnya selalu menarik banyak penonton.

Selain itu, Ustadz Das'ad Latif juga menyebarkan dakwah menggunakan berbagai platform media sosial, antara lain Facebook, Instagram, Youtube, serta masih banyak lagi. Selain itu, ia berdakwah di majelis taklim atau masjid yang tersebar di berbagai daerah, provinsi, bahkan negara, seperti Malaysia, Singapura, dan negara lain. Dia juga pernah menyampaikan khotbah di acara yang tayang di Metro TV, yang merupakan bagian dari media televisi.

Ustadz Das'ad Latif dinaikkan statusnya menjadi pahlawan rakyat di hampir semua sub kelompok masyarakat. Itu disambut dengan sangat gembira oleh para penggemar dari berbagai macam afiliasi, dengan hanya beberapa outlier yang terkenal. Ceramahnya diterima dengan baik oleh mereka yang berpandangan khilafah seperti HTI, maupun mereka yang tergabung dalam kelompok non-agama seperti Pemuda Pancasila, serta mereka yang berafiliasi dengan NU dan Muhammadiyah. Semua orang mulai dari warga biasa di desa-desa terpencil hingga akademisi di universitas bergengsi, anggota DPR dan MPR RI, serta pejabat tinggi Polri dan TNI, bahkan pejabat tinggi di pemerintahan negara semua ingin mengundang dia.

Bukan sekedar kuliah tentang tanah. Salah satu bentuk ceramah yang paling umum dan tersebar luas dapat ditemukan di platform media sosial, khususnya YouTube. Ceramahnya diposting ke internet, diedit dan dipangkas sebelum dijadikan ceramah paling populer di kalangan masyarakat Indonesia. Sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah, Ustadz Das'ad Latif memposting video di YouTube di bawah pegangan Das'ad Latif, berbagi foto dan video di Instagram di bawah pegangan @dasadlatif1212, dan membagikan pembaruan di Facebook di bawah pegangan Dasad Latif. Ustadz Das'ad Latif juga dikenal menyebarkan dakwah melalui platform media sosial YouTube dalam waktu yang cukup lama. Saluran YouTube Ustadz Das'ad Latif memiliki 2,17 juta pelanggan dan total 638 video yang dipublikasikan; dia juga memiliki ratusan ribu orang yang menonton filmnya. Ustadz Das'ad Latif memiliki banyak kemasyhuran di sejumlah komunitas berbeda.

Seorang pendakwah yang dikenal sebagai Ustadz Das'ad Latif, yang dianggap telah berhasil menyebarkan dakwahnya di berbagai tempat bahkan negara, Ia memiliki kemampuan untuk menyampaikan pemahaman yang kuat kepada masyarakat melalui pemaparannya. Orang-orang yang mendengar idenya menemukan bahwa mereka sangat mudah dipahami, yang menjadikannya daya tarik utama bagi orang-orang itu. Presentasinya selalu cukup informatif dan dapat diperdebatkan, dan dia juga memiliki selera humor yang tinggi. Dia tegas namun mudah beradaptasi, agresif tetapi berbudaya dalam pandangannya.

Ustadz Das'ad Latif terlihat selalu berpakaian rapi dan berpenampilan tegak dalam rekaman yang bisa dilihat di channel YouTube-nya. Saat dia berbicara kepada audiensnya dengan suara lantang saat presentasi, retorikanya berhasil menyentuh hati mereka. Sudut pandangnya jelas bagi siapa saja yang mendengarkannya. Memancarkan sikap bersemangat dan antusias ketika memberikan topik kursus. Ketika berbicara tentang kisah dedikasi, Anda harus merendahkan suara Anda. Selain itu, Ustadz Das'ad Latif menyuntikkan unsur komedi ke dalam pidatonya, yang membuat penonton tertawa terbahak-bahak. Peneliti memilih judul kajian “Retorika Argumentatif Ustadz Das'ad Latif di Channel Youtube” setelah mempertimbangkan informasi latar belakang yang disajikan di atas.

B. Fokus Penelitian

Berlandaskan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, jadi bisa dirumuskan bahwasanya rumusan masalah dalam telaahan ini, yakni Bagaimana retorika argumentatif Ustadz Das'ad Latif pada channel youtube?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui retorika argumentatif Ustadz Das'ad Latif pada channel youtube dari segi pemilihan bahasa, kata, teknik humor, bahasa tubuh, dan pengolahan vokal atau visualnya.

D. Signifikansi Penelitian

Adanya manfaat penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi yang membaca :

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan kontribusi bagi keilmuan yang terkait dengan retorika argumentatif Ustadz Das'ad Latif melalui youtube.
- b. Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman di bidang dakwah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

2. Manfaat Praktis

Untuk mengefektifkan dakwah, khususnya bagi para da'i dalam menjalankan dakwahnya, sehingga dapat diterima dengan baik oleh mad'unya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam penelitian terhadap penulisan skripsi, penting adanya penegasan istilah yang berkaitan dengan judul skripsi tersebut. Adapun istilah-istilah yang peneliti tegaskan sebagai berikut :

1. Retorika

Retorika, juga disebut sebagai *public speaking*, ialah wujud komunikasi lisan yang disampaikan kepada banyak orang. Namun, retorika tidak hanya berbicara di depan umum; melainkan kombinasi dari seni berbicara dan pengetahuan tentang masalah tertentu untuk meyakinkan orang melalui penggunaan pendekatan persuasif.⁷ Dalam konteks ini, retorika mengacu pada keterampilan menggiring pendapat orang lain melalui pesan tabligh untuk menarik minat mad'u dalam melakukan kajian dakwah. Dalam bidang ilmu komunikasi dikenal dengan “retorika

⁷ Rahman, Regi R. dkk. 2019. Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. 4(1). h. 47.

dakwah”, salah satu sub bidangnya, “retorika dakwah” mengeksplorasi bagaimana berkomunikasi secara efektif dengan orang-orang melalui seni berbicara di depan umum untuk memastikan bahwa pesan dakwah dikomunikasikan secara efektif.⁸

Dalam berdakwah, retorika adalah modal terpenting da'i. Retorika, dalam konteks ini, mengacu pada keterampilan membujuk individu lain untuk mengubah perilakunya guna meningkatkan minat mad'u dalam melakukan kajian dakwah. Setiap orang, pada kenyataannya, membutuhkan retorika, yang hanya merupakan studi ilmiah tentang komunikasi. Bagi mereka yang berspesialisasi dalam komunikasi atau komunikasi retorik, ini adalah syarat yang diperlukan *conditio sine qua non*.⁹ Retorika yang dimaksud dalam penelitian ini adalah retorika yang digunakan Ustad Das'ad Latif pada chanel youtubenya.

2. Argumentatif

Sebuah metode persuasi dimana pembicara mencoba untuk mengubah keyakinan dan perilaku audiens dengan membujuk mereka untuk percaya, yang akhirnya bertindak sesuai dengan apa yang pembicara ingin mereka lakukan.¹⁰ Seorang pembicara dapat menggabungkan informasi sedemikian rupa sehingga melalui

⁸ Millah, Asep S. dkk. 2018. Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny. Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. 3(2). h. 170.

⁹ Rakhmat, J. (2015). Retorika modern Pendekatan Praktis. Bandung: PT Rosda Karya. h.2.

¹⁰ Armariena, Dian N. & Murniviyanti, Liza. 2019. Penulisan Karangan Argumentasi dengan Strategi Herringbone dan Kemampuan Berfikir Kritis Mahasiswa. Wahana Didaktika. 17(1). h. 108.

penggunaan penalaran, dia dapat menunjukkan apakah suatu sudut pandang atau item tertentu benar atau tidak. Yang di maksud aargumentatif disini adalah dalil atau alasan yang bisa di jadikan sebagai bukti. Argumentatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah metode argumentatif yang digunakan Ustad Das'ad Latif dalam menyampaikan materi dakwah pada chanel youtubenanya.

3. Channel Youtube

Sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005 disebut Youtube.¹¹ Pengguna diberi kemampuan untuk memposting, melihat, dan berbagi video di situs web ini. Kantor pusat perusahaan berlokasi di San Bruno, California, dan menggunakan teknologi seperti Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menyuguhkan berbagai materi video buatan pengguna. Beberapa contoh konten ini termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, ada materi yang diproduksi oleh para amatir, seperti blog video, film orisinal singkat, video instruktif (Wikipedia, diakses pada 15 Januari 2022) dan channel Youtube Ustad Das'ad Latif. Chanel youtube yang dimaksud dalam penelitian ini adalah chanel youtube yang dimiliki oleh Ustad Das'ad Latif dalam mempublikasikan video-video dakwahnya.

¹¹ Faiqah, Fatty dkk. 2016. Youtube sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar Vidgram. Jurnal Komunikasi Kareba. 5(2). h. 259.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh Rida Anjani dkk¹² berjudul, “Studi Retorika dalam Bedah Film 3 Dara Pada Tipikal Komunikator Womanizer”. Istilah "retorika" mengacu pada seni berbicara di depan umum, yang memainkan peran penting dalam interaksi manusia. Seni persuasi memiliki ikatan yang kuat dengan gagasan tentang wanita. Womanizers adalah laki-laki yang mampu memenangkan kasih sayang perempuan dengan relatif mudah tetapi tidak ingin mengembangkan kemitraan jangka panjang dengan lawan jenis. Seni persuasi terkait langsung dengan ide ini. Orientasi womanizer hanya untuk kepuasan seksual. Penelitian ini berfokus pada pemeriksaan gaya komunikasi dan teknik komunikasi yang biasa digunakan oleh komunikator wanita ketika mereka terhubung satu sama lain.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sinta Paramita & Lydia Irena¹³ dengan judul, “Retorika Digital dan Social Network Analysis Generasi Milenial Tionghoa Melalui Youtube”. Kajian ini memanfaatkan teori retorika Aristoteles, dan akan mengkaji kerumunan arus informasi dalam satu konten untuk menentukan konten seperti apa yang diproduksi untuk menarik perhatian khalayak dengan mempergunakan strategi kuantitatif berupa Metode Social Network Analysis (SNA). Penelitian ini bertujuan, mengkarakterisasi kompleksitas komunikasi jaringan dalam konten dan

¹² Anjani, Rida. dkk. 2019. Studi Retorika Bedah Film 3 Dara pada Tipikal Komunikator Womanizer. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(2). H. 11.

¹³ Paramita, Sinta & Iren, Lydia. 2020. Retorika Digital dan Social Network Analysis Generasi Milenial Tionghoa melalui YouTube. *Jurnal Komunikasi*. 12(1). h. 137.

untuk mengetahui retorika digital yang sedang berkembang oleh generasi milenial masyarakat Tionghoa dalam konteks menghasilkan konten digital. Temuan analisis memperlihatkan nilai sentralisasi yang cukup tinggi yaitu mendekati 1. Hasil yang didapat adalah 0,052 yang membuktikan bahwa terdapat akun yang mendominasi informasi yang dimasukkan ke dalam materi. Jika angka kepadatannya 0, berarti tidak ada akun dalam konten yang terhubung satu sama lain secara bermakna.

3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Ika Sawidri Daulay¹⁴ berjudul, “Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube”. Teori public speaking yang dikembangkan oleh Stephen E. Lucas digunakan dalam penelitian ini. Teknik penyampaian, suara pembicara, dan tubuh pembicara adalah tiga komponen yang membentuk cara penyampaian dalam berbicara di depan umum. Dengan kata lain, bagaimana speaker menghasilkan suaranya, bagaimana memproses suaranya, dan seperti apa bentuknya? Menurut hasil penelitian, retorika dakwah Ustadz Abdul Somad memiliki kualitas yang memuaskan dan disajikan secara menarik agar konten dakwah tersampaikan secara efektif. Dia tidak menggunakan kekerasan dalam dakwahnya, tetapi dia menggunakan ketangguhan dalam penyampaian dakwahnya untuk menarik khalayak.

¹⁴ Daulay, Ika S. 2019. Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube (Analisis pada Video “UAS Ceramah di Mabes TNI AD” Berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E. Lucas). Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Septi Nandiastuti¹⁵ dengan judul, “Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube”. Metodologi kualitatif digunakan untuk penyelidikan ini. Di mana temuan disajikan sebagai data deskriptif dalam bentuk pernyataan analisis yang dapat diamati. Sumber informasi primer dan sekunder digunakan untuk menyusun temuan investigasi ini. Rekaman video ceramah Gus Miftah yang bisa dilihat di Youtube menjadi sumber informasi utama investigasi ini. Demikian temuan kajian yang dilakukan dakwah Gus Miftah. Dia menggunakan beberapa aspek retorika, seperti melakukan kontak mata dan keterlibatan mental dengan penonton serta menggunakan suara dan gerak tubuhnya. Selama berdakwah, Gus Miftah menjalin kontak visual dan mental dengan para pendengarnya dengan menatap lurus ke arah mereka dan kemudian menyapu mata mereka dengan sangat hati-hati. Vokal yang disajikan oleh Gus Miftah memperhatikan irama atau nada suara, dan Gus Miftah mampu memberikan jeda di bagian tertentu dari kata-kata yang diucapkan, yang dapat memudahkan orang untuk memahami informasi yang disampaikan. sedang disajikan.
5. Penelitian yang dilaksanakan Rendi¹⁶ berjudul, “Studi Retorika Prabowo Subianto”. Tujuan *research* ini ialah guna mengetahui bagaimana retorika Prabowo Subianto disampaikan pada video berjudul “Pidato Kebangsaan

¹⁵ Nandiastuti, Septi. 2020. Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube. Fakultas Dakwah. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Purwokerto.

¹⁶ Rendi. 2020. Studi Retorika Prabowo Subianto Analisis Video (Pidato Kebangsaan Prabowo Subianto). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah. Palembang.

Prabowo Subianto” yang dapat dilihat di channel youtube Talkshow tvOne. Berlandaskan temuan *research* yang telah dilaksanakan, terlihat Prabowo Subianto telah memenuhi tiga unsur utama yang dikemukakan oleh Aristoteles. Elemen-elemen ini dikenal sebagai etos, pathos, dan logos. Secara khusus, unsur-unsur tersebut telah terpenuhi dalam bentuk niat baik, bukti logis, dan emosi positif. Selain itu, pola pesan pidato yang disampaikan Prabowo Subianto adalah pola sebab akibat.

Dari lima penelitian diatas yang sudah disajikan dapat disimpulkan bahwa penelitian Retorika Argumentatif Dalam Ceramah Ustadaz Das’ad Latif pada Channel YouTube belum ada.

Di dalam penelitian diatas cenderung meneliti tentang retorika bedah film, retorika digital dan tentang gaya retorika dakwah sedangkan di dalam penelitian ini lebih cenderung ke retorika argumentatif. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini belum pernah diteliti dari segi retorika argumentatif.

G. Sistematika Penulisan

Sistem pembahasan ini dapat dijelaskan dalam bab demi bab, dan penulis sudah menyusun penelitian ini secara sistematis yang terdiri dari lima bab: Untuk memperoleh pembahasan yang lengkap dan mudah dipahami mengenai penelitian ini, dapat dijelaskan tentang sistem pembahasan ini yang menyajikan bab demi bab.

Bab I, PENDAHULUAN

Yang meliputi Latar Belakang Masalah, Fokus Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi operasional, penelitian terdahulu, dan Sistematika Pembahasan

Bab II, KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Seperti kerangka teori, retorika dan ruang lingkungnya, yakni pengertian retorika, tujuan dan fungsi retorika, unsur-unsur retorika, prinsip penyampaian argumen, dan tinjauan teoritik. Media online dan ruang lingkungnya, pengertian media online, pengertian youtube.

Bab III, METODOLOGI PENELITIAN

Yang mencakup Jenis Penelitian, Desain penelitian, Lokas, Subjek dan Objek Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data yang disusun guna menemukan jawaban dari rumusan masalah penelitian.

Bab IV, Analisis Retorika Dakwah Ustadz Das'ad

Seperti biografi Ustadz Das'ad, organisasi aktif Ustadz Das'ad, perjalanan dakwah Ustadz Das'ad, aktivitas dakwah Ustadz Das'ad, gambaran dakwah Ustadz Das'ad, dan sistem penerapan retorika argumentatif Ustadz Das'ad.

Bab V, PENUTUP

Mencakup kesimpulan, saran-saran, kata penutup, serta lampiran-lampiran yang dianggap penting.