

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia yang berperan penting dalam kehidupan sosial maupun spiritual. Melalui komunikasi, seseorang dapat menyampaikan gagasan, membangun hubungan, serta memahami berbagai informasi yang diterimanya. Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi faktor penting dalam setiap proses penyampaian pesan.

Dalam konteks dakwah Islam, kemampuan berkomunikasi yang baik sangat penting. Dakwah bukan sekadar menyampaikan ajaran, tetapi juga menyentuh hati dan pikiran, sehingga bisa mengubah pandangan, sikap, atau perilaku masyarakat. Karena itu, dibutuhkan seni dalam berbicara yang kita kenal sebagai retorika. Seorang dai harus mampu menyampaikan pesan agama dengan cara yang menarik, menyentuh, dan mudah dipahami. Retorika inilah yang menjadi jembatan untuk meyakinkan dan menyentuh audiens secara lebih dalam, menjadikan dakwah tidak hanya informatif tetapi juga transformasional.<sup>1</sup>

Dakwah merupakan bagian penting dalam ajaran Islam karena menjadi sarana penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Melalui dakwah, ajaran Islam dapat terus hidup, berkembang, dan menjadi pedoman dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dakwah bukan sekadar tugas biasa, melainkan tanggung jawab setiap Muslim. Kewajiban ini bersumber dari Al-Qur'an dan hadis yang memerintahkan umat Islam untuk mengajak kepada kebaikan dan jalan Allah sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama.

---

<sup>1</sup> Muhammad Prabowo, "Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi Melalui Media Instagram" (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/64322>.

Retorika berasal dari bahasa Inggris “rhetoric” dan bermula dari bahasa Latin “rhetorica” yang bermaksud ilmu berbicara. Retorika merupakan ilmu yang mempunyai sifat-sifat rasional, empiris, umum, dan akumulatif (Harsoyo dalam Susanto dalam Rajiyem, 2005). Pada awalnya retorika diperkenalkan oleh salah satu tokoh ilmuan Aristoteles (384-322 SM). Kemudian istilah retorika itu menyebar luas sehingga bisa digunakan dalam berbagai macam bidang, seperti politik, ekonomi, kesenian, jurnalistik, pendidikan, dan lain-lain. Oleh sebab itu terkadang munculah ungkapan “retorika politik”, “retorika dagang”, “retorika jurnalistik”, dan lain-lain.<sup>2</sup>

Secara tradisional istilah retorika didasarkan pada suatu bahasa sebagai seni, didasarkan pada pengetahuan yang tersusun dengan baik. Retorika juga mencakup bagaimana prinsip-prinsip dalam menyusun pidato yang persuasif dan efektif, maupun keahlian yang harus di miliki oleh seorang orator (ahli pidato) (Keraf,2010 : 1). Dalam menyampaikan Ajaran Islam kepada khalayak umum para mubaligh tak terpisahkan dari retorika, Dengan retorika ini bisa menjadi salah satu pendukung keberhasilan dari seorang da'i dalam menyampaikan pesan bernilai Islam dengan berbagai seni retorika yang dapat membuat mad'u terkesan.<sup>3</sup>

YouTube adalah salah satu hasil dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kehadirannya perlahan mendorong manusia untuk mengikuti perkembangan. Kehadiran media sosial YouTube menjadi salah satu alternatif yang signifikan bagi masyarakat dalam proses transisi menuju era *digital*. Media YouTube ini memberikan peluang besar khususnya bagi para pendakwah, mengingat tingginya tingkat konsumsi YouTube, Hal ini menjadikan YouTube sebagai media yang perlu di

---

<sup>2</sup> Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComm, Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si., *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA. RIZKY, 2020), hal. 2 dan 3.

<sup>3</sup> Meri Astuti, Atjep Muhlis, dan Asep Shodiqin, “Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, no.1, vol.5 (24 September 2020): hal. 78-79, doi:10.15575/tabligh.v5i1.1672 <https://scholar.archive.org/work/kewt7w22jzd3tlqzbp17pviepa/access/wayback/https://jurnal.fdk.ui.nsgd.ac.id/index.php/tabligh/article/download/1672/397>.

pertimbangkan dalam penyebaran dakwah. Selain pencapaian dakwah dengan lebih luas juga menjangkau audiens yang lebih luas, dakwah pada media sosial YouTube juga mampu memberikan motivasi spiritual yang membantu masyarakat agar dapat mengikuti arus perkembangan secara lebih terarah.<sup>4</sup>

KH. Ahmad Rifani Martapura adalah ulama yang dikenal luas di wilayah Kalimantan Selatan, khususnya Martapura. Ceramah-ceramahnya memiliki daya tarik tersendiri karena disampaikan dengan gaya bahasa yang khas, humoris, namun tetap sarat dengan pesan moral dan spiritual. Gaya penyampaian dakwah beliau telah menjadikan salah satu Kanal YouTube yang bernama “Nurul Iman Channel” sebagai salah satu sumber rujukan spiritual masyarakat Banjar, bahkan meluas ke berbagai kalangan di luar Kalimantan. Hal ini menunjukkan keberhasilan retorika dalam menarik simpati dan atensi audiens dalam komunikasi dakwah.

Selain faktor retorika, keberhasilan dakwah *digital* juga dipengaruhi oleh kemampuan pendakwah dalam membangun kredibilitas dan etos personal. Dalam konteks ini, KH. Ahmad Rifani dikenal sebagai sosok yang memiliki ketokohan kuat dan disegani, yang tercermin dari gaya tutur, ekspresi wajah, dan konsistensi pesan dakwahnya. Kredibilitas ini penting dalam membangun kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, analisis terhadap gaya retorika KH. Ahmad Rifani harus mencakup unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam praktik dakwah *digitalnya*.<sup>5</sup>

Gaya retorika yang khas dan menarik akan mendorong partisipasi aktif audiens, baik dalam bentuk komentar, berbagi video, maupun praktik keagamaan yang terinspirasi dari ceramah. Pendekatan naratif yang digunakan oleh KH. Ahmad Rifani, seperti penggunaan kisah-kisah

---

<sup>4</sup> Muhamad Khoiril Anam dan Mutrofin Mutrofin, “Pemanfaatan Media Youtube Sebagai Sarana Dakwah Untuk Mewujudkan Masyarakat Melek *Digital*,” *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, no.1, vol.10 (18 Juni 2023): hal. 180, doi:10.21043/at-tabsyir.v10i1.20990 <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v10i1.20990>.

<sup>5</sup> Aristotle, *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*, trans. George A. Kennedy (New York: Oxford University Press, 1991), hal. 37-39.

inspirasi dan analogi kehidupan sehari-hari, membantu audiens memahami nilai-nilai Islam secara kontekstual.

Selain itu, pendekatan komunikasi KH. Ahmad Rifani juga memperlihatkan sensitivitas terhadap isu-isu sosial keagamaan yang aktual. Dalam beberapa ceramahnya, ia menyoroti permasalahan moral remaja, pentingnya pendidikan agama, dan peran keluarga dalam pembinaan akhlak. Konteks sosial ini memberikan daya tarik tersendiri karena ceramah tidak bersifat normatif semata, tetapi juga kontekstual dan solutif. Ini menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan dakwah yang kaku dan monoton.

Kanal YouTube Nurul Iman Channel merupakan salah satu dari beberapa Kanal pada digital platform YouTube yang secara konsisten menayangkan pengajian-pengajian KH. Ahmad Rifani, seorang ulama terkemuka dari Martapura, Kalimantan Selatan. Kanal ini berfokus pada penyampaian ceramah-ceramah agama, khususnya kajian kitab Sabilal Muhtadin, yang disampaikan oleh KH. Ahmad Rifani di Masjid Nurul Iman Indrasari Martapura. Melalui video-video yang diunggah, Kanal ini menyediakan akses bagi masyarakat luas untuk mengikuti pengajian secara daring, sehingga memperluas jangkauan dakwah KH. Ahmad Rifani di era *digital*.

Dalam setiap tayangan, KH. Ahmad Rifani menyampaikan materi dakwah dengan gaya retorika yang khas, menggabungkan penggunaan bahasa yang lugas, intonasi suara yang tegas, serta gerakan tubuh yang mendukung penyampaian pesan. Hal ini menjadikan ceramah-ceramah beliau tidak hanya informatif tetapi juga menarik untuk disimak oleh berbagai kalangan. Kanal ini telah menjadi sumber pembelajaran dan inspirasi bagi umat Islam, khususnya dalam memahami ajaran Islam melalui pendekatan yang kontekstual dan relevan dengan perkembangan zaman.

Dengan adanya Nurul Iman Channel, dakwah KH. Ahmad Rifani dapat diakses oleh masyarakat di berbagai daerah, tidak terbatas pada

wilayah Martapura saja. Hal ini sejalan dengan perkembangan dakwah *digital* yang memanfaatkan teknologi informasi untuk menyebarkan ajaran Islam secara lebih luas dan efektif. Kanal ini juga menjadi contoh bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai sarana dakwah yang menyesuaikan terhadap kebutuhan dan karakteristik audiens masa kini.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk melanjutkan penelitian guna memberikan kontribusi terhadap perkembangan dakwah di era sekarang. Adapun penelitian ini berjudul **“GAYA RETORIKA DAKWAH KH. AHMAD RIFANI MARTAPURA PADA KANAL YOUTUBE NURUL IMAN CHANNEL”**. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis gaya retorika yang digunakan oleh KH. Ahmad Rifani, khususnya dalam aspek penggunaan gaya bahasa, gaya suara, gaya gerak tubuh saat menyampaikan dakwahnya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang difokuskan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gaya retorika dakwah KH. Ahmad Rifani Martapura pada Kanal YouTube Nurul Iman Channel?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan, terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti ialah:

1. Untuk mengetahui gaya retorika dakwah KH. Ahmad Rifani Martapura pada Kanal YouTube Nurul Iman Channel?

### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini memiliki arti penting dalam pengembangan ilmu komunikasi dakwah, khususnya dakwah *digital* melalui media YouTube. Kajian ini menekankan bahwa keberhasilan dakwah di era *digital* tidak hanya ditentukan oleh materi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaiannya, sehingga penelitian ini relevan dengan kebutuhan dakwah Islam yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan karakter audiens masa kini.

#### **1. Signifikansi Praktis**

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi para da'i, lembaga dakwah, mahasiswa, akademisi, dan masyarakat umum. Bagi da'i dan pengelola media dakwah, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan gaya penyampaian dakwah yang komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakter audiens *digital*. Bagi kalangan akademik, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam kajian sejenis, sementara bagi masyarakat, penelitian ini membantu meningkatkan pemahaman terhadap pentingnya retorika dakwah yang efektif agar pesan keislaman lebih mudah diterima dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

#### **2. Signifikansi Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), terutama pada kajian retorika dakwah. Hasil penelitian memperkaya pemahaman tentang penerapan teori retorika Aristoteles (*ethos*, *pathos*, dan *logos*), serta konsep gaya bahasa, gaya suara, dan komunikasi nonverbal dalam praktik

dakwah *digital*. Temuan penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji retorika dakwah pada media sosial, khususnya platform YouTube.

## **E. Definisi Operasional**

### **1. Gaya Retorika Dakwah**

Yang dimaksud dengan gaya retorika dakwah adalah seni atau cara penyampaian pesan keagamaan yang dilakukan oleh KH. Ahmad Rifani dalam ceramah-ceramahnya di Kanal YouTube Nurul Iman Channel. Gaya retorika ini mencakup cara berbicara, menyampaikan ide, dan membangun daya tarik terhadap audiens. Dalam penelitian ini, gaya retorika akan dianalisis melalui tiga fokus utama: gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh, yang merupakan bagian penting dari komunikasi verbal dan nonverbal dalam proses dakwah.

### **2. KH. Ahmad Rifani Martapura**

KH. Ahmad Rifani Martapura adalah seorang tokoh ulama dari Martapura, Kalimantan Selatan, yang dikenal aktif berdakwah melalui media sosial, khususnya YouTube. Dalam penelitian ini, fokus akan diarahkan pada ceramah-ceramah beliau yang tayang di Kanal Nurul Iman Channel sebagai objek kajian utama.

### **3. Nurul Iman Channel (YouTube)**

Merupakan platform *digital* berupa Kanal YouTube yang secara rutin menyiarkan langsung ceramah dan mengunggah siaran dakwah, khususnya ceramah-ceramah KH. Ahmad Rifani. Kanal ini berfungsi sebagai media penyebaran pesan keislaman secara daring. Video-video yang ditayangkan dalam Kanal ini akan menjadi sumber data utama dalam penelitian, yang akan dianalisis dari aspek gaya retorikanya.

## F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Judul	Isu	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Yusuf Hasim (2023), dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Anaz Fauzi Dalam Acara Pernikahan Di YouTube”.	guna mengetahui jenis gaya retorika yang dilakukan Ustadz Anas dalam acara pernikahan.	penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	menggunakan gaya bahasa percakapan yang berdialog langsung kepada calon pengantin. Ustadz Anas mampu mengimbangi antara tinggi rendahnya suara, penekanan dan kejelasan kata. Mimik wajah didukung pakaian yang sesuai menjadi nilai tersendiri bagi Ustadz Anas dalam menghibur calon pengantin.	sama-sama meneliti tentang retorika dakwah dan bahan peneliti seorang da'i atau ustadz.	subjek penelitian, peneliti tersebut meneliti retorika ustadz Anas dan peneliti meneliti KH. Ahmad Rifani Martapura.

2.	Ivanka Istiqomah Handayani (2021) dengan judul “Gaya Retorika Dakwah Habib Syech Di YouTube”.	untuk mengetahui gaya retorika yang diterapkan oleh Habib Syech di YouTube.	penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi.	bahwa Habib Syech menggunakan gaya bahasa resmi, tidak resmi, dan bahasa percakapan, menggunakan gaya bahasa tekanan ( <i>pitch</i> ) dan jeda ( <i>pause</i> ), serta gerak tubuh yang selalu tegap tidak terlepas dari gaya gerak tangan, kontak mata dan pakaian dan penampilan. Gaya tersebut sebagai pendukung beretorika supaya pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik sesuai dengan	objek yang digunakan yaitu YouTube.	pada subjeknya, penelitian tersebut meneliti terkait Habib Syech sedangkan peneliti meneliti KH. Ahmad Rifani Martapura.
----	---	---	---	---	-------------------------------------	--

				harapan da'i dan mad'u.		
3.	Bagus Abdillah Zulkarnain (2022) Gaya Retorika Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam Kanal YouTube Pemuda Tersesat yang Berjudul "Ta'aruf Lewat Tinder?".	Mengetahui komponen gaya retorika dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam vidio YouTube Kanal Pemuda Tersesat berjudul "Ta'aruf lewat Tinder" dan Mengetahui penggunaan gaya retorika dakwah yang telah	penelitian kualitatif field research untuk memperoleh data.	Hasil penelitian ini, (1) Komponen-komponen gaya retorika dakwah Habib Ja'far dalam vidio: Gaya Bahasa, Gaya Suara dan Gaya gerak tubuh (2) Penggunaan gaya retorika dakwah Habib Ja'far, gaya bahasa Habib Ja'far menggunakan gaya bahasa sederhana dan gaya bahasa percakapan, gaya suara Habib Ja'far menggunakan gaya suara <i>pitch</i> dan gaya	objek yang digunakan yaitu YouTube.	Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif field research untuk memperoleh data. Sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

		diterapkan Habib Husein Ja'far Al Hadar Hadar dalam vidio YouTube Kanal Pemuda Tersesat berjudul "Ta'aruf lewat Tinder".		gerak Habib Ja'far menggunakan gerakan tangan untuk mengilustrasikan ide dan pokok pembahasannya.		
4.	Abdillah (2023) "Gaya Retorika Dakwah Akun@risyad_bay Di Tik Tok"	penelitian ini berfokus pada gaya retorika dakwah akun @risyad_bay di Tik Tok yang terdiri dari gaya bahasa,	pendekatan deskriptif kualitatif serta pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokument	menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan @risyad_bay adalah gaya bahasa yang bervariasi baik gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, nada, dan struktur kalimat. @risyad_bay	sama-sama meneliti tentang gaya retorika dakwah dan bahan peneliti seorang da'i atau ustadz.	objek yang digunakan yaitu Tik Tok. Sedangkan peneliti menggunakan YouTube.

		<p>gaya suara dan gaya gerak tubuh.</p>	<p>asi.</p>	<p>menempatkan penggunaan gaya bahasa dengan baik dan menyesuaikan dengan bobot kepentingan pesan yang disampaikan.</p> <p>Gaya suara yang digunakan oleh @risyad_bay dalam konten dakwahnya adalah <i>pitch</i> (tekanan) dan jeda untuk memberikan pemahaman secara mendalam terkait isi dalam konten dakwahnya, ditambah gerak tubuh dengan sikap</p>	
--	--	---	-------------	--	--

				<p>badan yang tegap, penampilan dan pakaian yang santai sesuai dengan target audiensnya yakni anak muda, ekspresi gerak tangan, serta kontak mata fokus menghadap kamera, mimik wajah seperti mengerutkan kening, alis, ekspresi sedih, kecewa yang tergambar dengan jelas.</p>		
5.	<p>Muhammad Prabowo (2022) "Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi Melalui Media</p>	<p>penelitian ini difokuskan untuk menjawab bagaimana retorika</p>	<p>pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme.</p>	<p>menunjukkan bahwa Ustadz Hilman Fauzi telah memenuhi the five canons of rhetoric. Dan dalam penggunaan</p>	<p>sama-sama meneliti tentang gaya retorika dakwah dan bahan peneliti</p>	<p>objek yang digunakan yaitu Instagram. Sedangkan peneliti menggunakan YouTube.</p>

	Instagram"	dakwah Ustaz Hilman Fauzi melalui media instagra m? Dan gaya bahasa apa yang diterapka n dalam retorika dakwahn ya?		gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa tak resmi paling sering digunakan dalam video dakwahnya. Adapun untuk gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat terdapat pada setiap video yang diteliti.	seorang da'i atau ustadz.	
--	------------	--	--	--	---------------------------------	--

## **G. Sistematika Penulisan**

Sesuai dengan pedoman karya ilmiah pada Universitas Islam Negeri Antasari Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2022 maka penelitian ini akan disajikan dalam 5 bab yang diantaranya sebagai berikut:

**BAB I: PENDAHULUAN** yang berisikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu, dan Sistematika Penulisan.

**BAB II: KAJIAN TEORI** yang memuat Tinjau Teori dan Kerangka Pemikiran.

**BAB III: METODE PENELITIAN** yang berisikan Pendekatan dan Jenis Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Lokasi Penelitian, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data, dan Pengecekan Keabsahan Data.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** yang berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan.

**BAB V: PENUTUP** yang meliputi Simpulan dan Saran-saran.