

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Analisis Retorika Dakwah Sholihin Hasibuan Dalam Media Youtube. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui retorika dakwah yang Ustadz Solihin Hasibuan gunakan dalam melakukan dakwahnya di media sosial Youtube selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apa yang menarik minat pendengar untuk mendengarkan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Solihin Hasibuan di Youtube dan juga kenapa Ustadz Solihin Hasibuan menggunakan media sosial Youtube dalam melakukan dakwahnya.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian data tersebut di analisis menggunakan proses pengolahan, pengkajian, dan interpretasi yang peneliti peroleh selama dilapangan agar data yang ditemukan dapat disajikan sehingga pembaca dapat mengetahui hasil penelitian yang dilakukan.

Hasil penelitian yang peneliti lakukan adalah retorika dakwah yang digunakan oleh Ustadz Solihin Hasibuan dalam dakwahnya sudah sangat efektif. Penggunaan bahasa, intonasi, gerak tubuh dan materi yang disampaikan sudah dikemas dalam model penyampaian yang menarik sehingga menarik minat masyarakat untuk mendengar dakwahnya. Gaya retorika yang digunakan Oleh Ustadz Solihin Hasibuan adalah gaya retorika monologika yang dimaksud gaya retorika monologika adalah gaya yang berifat satu arah hanya komunikator saja yang berbicara sedangkan komunikan hanya pendengar saja. Alasan lain yang menarik minat masyarakat untuk menonton adalah Ustadz Solihin Hasibuan sering mengajak Ustadz lain dalam konten dakwahnya seperti Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Taufuk Hasnuri. Dalam melakukan dakwahnya Ustadz Solihin Hasibuan menggunakan Youtube sebagai media penyebaran dakwahnya karena lebih mudah tetapi memiliki jangkauan yang luas.

Kata Kunci: Retorika Dakwah, Youtube.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah salah satu bentuk komunikasi yang mana di dalamnya terjadi interaksi antara *da'i* (penyampai pesan) dan *mad'u* (penerima pesan). Seorang *da'i* harus bisa bersikap profesional dalam menghadapi *mad'u* ketika terjadi suatu perdebatan, dalam hal ini komunikasi sangat diperlukan agar tujuan dakwah dapat tercapai. Seorang *dai'i* juga harus mampu menarik perhatian *mad'u* agar mendengarkan dan memahami pesan yang disampaikan. Dalam hal ini terdapat suatu seni berbicara dalam menyampaika pesan atau biasa disebut dengan retorika dakwah. D.Becket menyatakan, retorika adalah seni untuk mengefeksi pihak lain dengan tutur, yaitu dengan cara memanipulasi unsur-unsur tutur itu dan respon pendengar.¹

Bahasa merupakan salah satu cara untuk berkomunikasi yang dapat memberikan dampak secara langsung kepada kedua belah pihak, penyampai pesan/informasi (komunikator) dan penerima pesan (komunikan).Ada dua jenis komunikasi yang biasanya dilakukan oleh manusia yaitu komunikasi searah dan dua arah. Komunikasi searah adalah komunikasi yang ditandai oleh adanya satu pihak yang aktif, yaitu penyampai informasi sedangkan pihak lainnya bersifat pasif dan menerima. Seperti komunikasi yang dilakukan oleh atasan dan bawahannya. Komunikasi dua arah adalah komunikasi yang ditunda oleh

¹ A Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, (Surabaya: Jaudar Press, 2014), hlm. 3.

peran aktif kedua pihak yang sama-sama sebagai pemberi dan penerima informasi.²

Retorika dan dakwah tidak dapat dipisahkan, karena antara keduanya sangat berhubungan erat, retorika merupakan cara untuk mengolah bahasa yang baik agar memberikan inovasi baru untuk mempengaruhi orang lain, sedangkan dakwah merupakan suatu ajakan kepada ummat (*mad'u*) untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*. Sehingga dengan adanya retorika dalam menyampaikan ajaran islam maka akan memudahkan seorang *da'i* untuk menyampaikan materi kepada *mad'u* dengan penuh inovasi. Pengertian dakwah dalam Q.S An- Nahl: 125.

ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتتي
هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين

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

Sarana yang ada pada saat ini sangat memberikan kemudahan kepada orang- orang yang tidak memiliki waktu luang untuk menyaksikan kajian agama melalui media elektronik yang ada pada genggaman mereka masing- masing, seperti jejaring internet, dan media sosial. Sampai saat ini, orang-orang tak perlu khawatir lagi untuk mendapatkan berita tentang kegiatan dakwah, karena dimanapun kita berada akan dengan mudah dapat mengakses informasi tersebut. Namun dengan adanya kemudahan itu, banyak juga manusia yang lalai yang menyebabkan mereka semakin jauh

² Zainuddin Mustapa dan Maryadi, *Kepemimpinan Pelayanan (Dimensi Baru dalam Kepemimpinan)*, (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2018), hlm. 164.

dari kajian- kajian keislaman dan mengabaikan orang- orang disekitarnya, mereka terlalu sibuk dengan gadgetnya.

Pada zaman ini remaja sudah tidak asing dengan *trend* budaya barat yang kian menjamur dikalangan masyarakat, hal ini sejalan dengan perilaku masyarakat pada saat ini yang sehari-harinya menggunakan media sosial, baik itu aplikasi jejaring sosial ataupun diaplikasi pesan singkat. Media sosial yang sering mereka gunakan yaitu *instagram, whatsapp, youtube, facebook* hingga *tiktok* yang sangat populer. Di Indonesia, pada tahun 2018 aplikasi *tiktok* menjadi aplikasi terbaik di *Play Store* yang dimiliki google. Aplikasi ini sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika karena adanya konten-konten negative, terutama bagi anak-anak, aplikasi ini digunakan oleh semua kalangan masyarakat dari anak-anak hingga orang tua.³ Hal ini menyebabkan kurangnya pengaruh yang diberikan *da'i* terhadap *mad'u* di Palembang kurang berpartisipasi dalam kegiatan dakwah. Selain itu juga disebabkan karena kepopuleran *da'i* tidak tepat dalam beretorika, dakwah terlalu monoton menyebabkan masyarakat bosan untuk mendengarkan ceramah.

Ustadz Solihin Hasibuan menggunakan media *Youtube* dengan nama akun Ustadz Solihin Hasibuan, *Instagram* dengan nama akun *@solihinhasibuan_official* yang beliau gunakan sebagai media dakwah. Pada tanggal 21 Januari 2020 Ustadz Solihin Hasibuan mulai menggunakan *Youtube* sebagai media dakwah. Ustadz Solihin Hasibuan cukup populer dikalangan masyarakat terutama masyarakat Palembang, pada akun *instagram* pribadi *@solihinhasibuan_official* mencapai 3.278

³ Dwi Putri Robiatul Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang", Jurnal Komunikasi, Vol 14 No.2 (September 2020), 136.

followers, pada akun *Youtube* memiliki 1,85 subscribe yang berisi 145 video yang diunggah, dengan adanya media *youtube* dan *instagram* tersebut maka beliau terbilang sukses dalam penyampaian dakwahnya diberbagai daerah. Dengan penyampaiannya beliau dapat memberikan pemahaman yang baik pada masyarakat. Isi ceramah-cermahnya padat ilmu dan humor-humornya segar. Ia tegas dan juga fleksibel, militan dan juga kultural.

Akan tetapi, berbeda dengan sosok Ustadz Solihin Hasibuan yang mampu membaurkan berbagai kalangan masyarakat Palembang untuk datang mendengarkan ceramah baik dalam hari-hari besar Islam maupun kajian bulanan sampai selesai. Seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan IPTEK pada saat ini juga sangat pesat perkembangannya, akan tetapi, Ustadz Solihin Hasibuan berhasil memanfaatkan teknologi dengan popularitas dakwahnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Retorika Dakwah Ustadz Solihin Hasibuan Dalam Media *Youtube*”**

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas maka penulis membuat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana retorika dakwah Ustadz Solihin Hasibuan dalam menarik minat *mad'u* mendengarkan ceramah di Palembang ?
2. Apa yang membuat masyarakat tertarik terhadap dakwah Ustadz Solihin Hasibuan?
3. Mengapa Ustadz Solihin Hasibuan menggunakan *youtube* sebagai media dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui retorika dakwah yang digunakan Solihin Hasibuan dalam menarik minat *mad'u* mendengarkan ceramah di Palembang.
2. Untuk mengetahui apa yang membuat masyarakat tertarik terhadap dakwah Ustadz Solihin Hasibuan.
3. Untuk mengetahui mengapa Ustadz Solihin Hasibuan menggunakan *youtube* sebagai media dakwah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ibrah, khususnya dibidang ilmu retorika dakwah dan memberikan masukan kepada Ustadz agar dapat meningkatkan keahliannya dalam berdakwah.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk peneliti, untuk memberikan masukan kepada peneliti selanjutnya dan semoga dapat menambah wawasan kepada masyarakat luas dibidang keislaman khususnya di bidang ilmu retorika dakwah.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan dalam memberikan alur pembahasan, maka penelitian ini akan ditulis secara sistematika seperti dibawah ini yaitu

:

BAB I PENDAHULUAN,

Menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metodologi Penelitian, Sistematika Penulisan Laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan tentang landasan teori, tinjauan pustaka yang berkaitan dengan penelitian sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Dalam bab ini membahas tentang bagaimana gambaran umum lokasi penelitian dan membahas hasil data yang telah dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan serta saran terhadap penelitian yang telah dibuat, berikutnya tentang daftar pustaka serta lampiran pendukung.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Tinjauan Pustaka yaitu proses penelitian yang telah dilakukan oleh orang terdahulu. Tujuan tinjauan pustaka yaitu untuk memudahkan proses pengumpulan data-data sebelum dimuat dalam penulisan peneliti. Penelitian yang difokuskan yaitu pada judul skripsi yang hampir sama dengan penelitian penulis, diantara penelitian yang telah dilakukan terkait dengan masalah yang penulis teliti, yaitu :

Pertama, Skripsi Aditya Ramadhan (2020) yang berjudul “*Analisis Retorika Dakwah Da’i Sulaiman dalam menarik Mad’u Mendengarkan Ceramah di Kabupaten Serdang Bedagai*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Retorika Dakwah *Da’i* Sulaiman adalah retorika *Al-Hikmah dan Mau’idhah al hasanah* menggunakan bahasa yang sederhana yaitu bahasa Indonesia yang dipakai kebanyakan orang, dengan kalimat yang sederhana mudah dipahami dan diterima oleh jamaah, namun populer dikalangan masyarakat. Penerapan Retorika Dakwah *Da’i* Sulaiman adalah *monologika*, karena hanya satu orang yang berbicara, dari segi penerapannya *Da’i* Sulaiman juga cukup mengerti dan memahami retorika dengan baik, memiliki sifat retorika yang *ethos, logos, patos dan on art of persuasion*. Faktor penyebab kurangnya minat *mad’u* mendengarkan ceramah di Kabupaten Serdang Bedagai ialah, maraknya hiburan malam, maka dalam hal menarik minat *mad’u* mendengarkan ceramah di Kabupaten Serdang Bedagai seorang *da’i* ataupun Ustadz harus memiliki karakteristik tersendiri. Persamaan penelitian sama- sama menggunakan metode kualitatif. Adapun

perbedaannya yaitu peneliti membahas *Da'i* yang populer dikalangan pejabat Sumatera Selatan maupun masyarakat dan beliau merupakan seorang pengasuh Ma'ahad disalah satu Ma'ahad di Sumatera Selatan. Maka, wajar apabila beliau memiliki retorika yang bagus dan mampu menarik minat *mad'u*. sedangkan peneliti sebelumnya membahas *Da'i* yang berdakwah dari kampung ke kampung dan terkenal hanya di tahun 2014 ketika beliau mengikuti audiasi *Da'i* Indosiar, kemudian menjadi juara 1 Nasional, kini tidak lagi tampil di televisi dan media karena beliau menolak tawaran televisi dan lebih memilih untuk kembali ke kampung halaman.

Kedua, Skripsi Eva Damayanti dengan judul "*Retorika Dakwah Pipik Dian Irawati*" (2014) pertama, Retorika Dakwah menurut Umi Pipik Dian Irawati yaitu gaya atau ciri khas seorang *da'i* dalam berdakwah agar tidak membuat *mad'u* cepat jenuh dan bosan. Retorika Pipik Dian Irawati termasuk ke dalam bagian retorika *Monologika* yaitu retorika yang dilakukan secara *monolog*. *Kedua* Dakwah menurut Umi Pipik Dian Irawati adalah mensyiarkan apa yang harus disyiarkan walaupun hanya satu ayat, dengan berdakwah berarti sudah mengajak ummat manusia kepada jalan kebaikan. Metode yang beliau gunakan yaitu metode *bil hal dan bil lisan*, yang mana berdakwah bukan hanya di lisan saja namun harus di barengi dengan aksi nyata. *Ketiga* Penerapan retorika dakwah yang di gunakan untuk berdakwah sama saja dengan *da'i* pada umumnya, mengingat klasifikasinya *mad'u* dan daya tangkap yang berbeda, olah vocal yang beliau gunakan sangat khas sehingga bisa menyesuaikan

kondisi *mad'u* yang dihadapinya . Dakwah yang beliau gunakan bersifat nasihat- nasihat, informasi dan *entertainment*.⁴

Persamaan penelitian yaitu sama- sama membahas tentang retorika dakwah, sedangkan perbedaan peneliti dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti membahas retorika dakwah ustadz Solihin Hasibuan yang mana beliau merupakan seorang pengajar dan pengasuh Ma'ahad yang tentunya memiliki ilmu retorika yang mumpuni dan jamaah yang banyak, berbeda dengan Umi Pipik, beliau memulai dakwahnya ketika beliau sedang menjalani masa iddah sejak meninggalnya Ustadz Jefri Al-Bukhori, dalam artian beliau menjalani profesi sebagai penceramah belum begitu lama.

Ketiga, skripsi Leiza Sixmansyah dengan judul "*Retorika Dakwah K.H. Muhammad Syarif Hidayat*" (2014) *pertama*, K.H Muhammad Syarif Hidayatullah mengatakan bahwa retorika adalah suatu cara, metode atau taktik bagaimana seseorang bisa menyampaikan pesan ke *mad'u* nya, dalam artian *da'i* itu memang penting dan harus menguasai ilmu retorika dakwah agar materi dakwah yang ia sampaikan selalu menarik dan *da'i* tersebut tidak kehilangan perhatian dari *mad'u* yang mendengarkannya. *Kedua*, Dakwah merupakan seruan kepada umat muslim untuk mengajak kedalam suatu kebaikan yang merupakan usaha untuk mengaktualisasikan nilai iman dan *islam* di dalam diri. Apabila itu sudah tercapai dan teratur , maka apabila kita memberikan contoh yang baik kepada orang lain maka itu sudah termasuk dakwah. *Ketiga*, penerapan retorika dakwah yang digunakan adalah *monologika* karena pemakaian gaya retorika seperti ini jamaah dapat lebih paham dan apa yang disampaikan lebih dapat menyerap pesan dakwahnya. Penerapan retorika dakwah K. H.

⁴ Eva Damayanti, Skripsi: "*Retorika Dakwah Pipik Dian Irawati*" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014), Hal 52.

Muhammad Syarif Hidayatullah tidak seperti *da'i* pada umumnya yang hanya menyampaikan materi ceramah dengan lurus dalam artian langsung selesai materi ya sudah, sedangkan beliau tidak lepas do'a, dzikir dan sholawat bersama se usai beliau menyampaikan dakwahnya.⁵

Persamaan penelitian yaitu subjeknya sama- sama tentang retorika dakwah, teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan analisis data. Sedangkan perbedaannya yaitu, objek peneliti *da'i* (Solihin Hasibuan) merupakan *da'i* yang berkibrah di media sosial yang ada sedangkan peneliti sebelumnya objek *da'i* nya tidak berkibrah di media sosial namun beliau tetap memiliki banyak jamaah yang tak kalah banyak dengan peneliti sebelumnya.

Keempat, jurnal karya Asep Saeful Millah, dkk, "*Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny*, 2018, Vol 3, No 2, halaman 184 . Hasil penelitian menunjukkan Ustadz Handy Bonny sering menggunakan gaya bahasa perbandingan mencangkup *metafora*, perumpamaan penegasan mencangkup *litotes*, *pleonasmе*, gaya bahasa perulangan mencangkup: *aliterasi*, gaya bahasa kiasan mencangkup *hipalase*. Bahasa yang digunakan oleh beliau pada saat berceramah yaitu menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa sunda, menyesuaikan kondisi jamaah yang di hadapinya. Namun bahasa tersebut juga cenderung gaul dan mudah di mengerti oleh banyak orang. Bahasa gaul ini menjadi cirri khas tersendiri bagi ustadz Handy Bonny sehingga kaum muda juga banyak yang mau mendengarkan ceramah beliau. Materi yang disampaikan ustadz Handy Bonny banyak mengenai tentang hujrah dikarenakan beliau merupakan sosok pendakwah yang pernah mengalami masa yang sangat kelam

⁵ Leiza Sixmansyah, Skripsi: "*Retorika Dakwah K.H. Muhammad Syarif Hidayat*" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatulah, 2014), Hal 59.

dimasa lalu nya sehingga beliau paham betul tentang apa yang ia sampaikan.⁶

Persamaan penelitian yaitu sama- sama membahas mengenai retorika dakwah. Sedangkan perbedaannya yaitu jika peneliti menganalisis lebih dalam mengenai penerapan retorika dakwah yang di gunakan untuk bersyiar sedangkan peneliti sebelumnya lebih menekankan studi kasus retorika dakwah yang digunakan dalam berdakwah.

Kelima, jurnal karya Meri Astuti, dkk, Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hasan, 2020, Vol 5, No 1, halaman 90. *Pertama, Ethos* pada Hasil penelitian menunjukkan Ustadz Haikal Hasan merupakan seorang yang berethos (apa yang ia sampaikan dapat di percaya oleh khalayak), di lihat dari ciri *ethos* yaitu *phoresis, arête* dan *eunia*. Hal ini menunjukkan bahwa teori Aristoteles bahwa seorang komunikator memang harus memiliki *ethos* agar apa yang di sampaikan dapat di terima dengan mudah oleh *mad'u* nya. *Kedua, phatos* adalah berhubungan dengan intonasi, pemilihan kata, dan nada saat berceramah, selain itu unsur *phatos* yang lain ialah emosi dan karakter, karena ustadz Hasan Haikal mampu membawa *mad'u* nya ke dalam suasana sedih, haru bahkan semangat. *Ketiga, Logos* seorang *orator* harus memiliki kemampuan *historis*, kemampuan *analogy*, kemampuan fiksi, dan kemampuan untuk logis.

Persamaan penelitian yaitu sama- sama membahas mengenai retorika dakwah. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti menjelaskan mengenai retorika dakwah apa yang di gunakan dan bagaimana penerapan retorika dakwah yang di gunakan dalam berceramah secara *kaffah*, sedangkan penelitian sebelumnya lebih memfokuskan bahasan bahwasanya ustadz Haikal Hasan memiliki ciri khas retorika dakwah yang

⁶ Asep Saeful Millah, dkk, “ Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny” Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol 3, No. 2 (Bandung 2018), hlm. 184.

di gunakan beliau hanya menggunakan teori Aristoteles mencangkup *ethos*, *phatos* dan *logos*, yang mana dalam teori ini dikatakan, bahwasanya seorang *da'i* memang harus memiliki karakter tersebut.

Keenam, Skripsi Septi Nandi Astuti(2020) yang berjudul “*Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube*”, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontak visual dan kontak mental yang dilakukan Gus Miftah dengan *mad'u* melihat langsung dan menyapu pandangan kesemua khalayak dengan penuh perhatian. Memberikan perhatian ke kiri dan ke kanan bahkan ke tengah. Dengan melakukan ini, Gus Miftah juga mendapat umpan balik atau feedback dari para *mad'u*. Vokal yang dilakukan Gus Miftah sangat memperhatikan irama atau nada suara, serta Gus Miftah mampu memberikan jeda-jeda pada bagian tertentu kalimat yang disampaikan, sehingga dapat mempermudah *mad'u* dalam memahami materi. Gerak tubuh Gus Miftah dalam ceramah ini, dengan sikap badan duduk diatas kursi dengan posisi badan tegap dengan tenang. Saat berdiripun Gus Miftah dengan posisi tegap dan tenang. Penggunaan media *youtube* dalam dakwahnya Gus Miftah sangat berpengaruh pada era modern saat ini, dakwah melalui media *youtube* lebih efisien, karena dapat menonton video ceramah kapan saja dan dimana saja. Tetapi dakwah melalui *youtube* tidak bisa sepenuhnya dipahami dan dimengerti oleh semua kalangan pengguna *youtube* karena karakteristik pengguna *youtube* atau *mad'u* berbeda-beda.

Persamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu metode penelitiannya sama menggunakan metode kualitatif, mengamati seseorang dalam menyampaikan dakwah/ ceramah. Perbedaan peneliti dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti membahas dakwah ustadz Solihin