

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Belakangan muncul suatu fenomena baru dalam dakwah yaitu da'i selebritis atau da'i populer yang sangat digandrungi oleh masyarakat, terutama kaum muda. Fenomena ini tidak terlepas dari pengaruh era modern yang ditandai dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Media massa menjadi tidak hanya sebatas televisi dan surat kabar, tetapi berkembang melahirkan media baru yaitu internet yang sekarang ini menjadi paling banyak diakses oleh masyarakat. (Amnestika, Arnita. 2014).

Hampir semua media menayangkan ceramah, renungan dan tausiyah dari para da'i. Sebagian da'i memang muka lama, tetapi sebagian lagi adalah da'i muka baru. Da'i yang terakhir inilah dengan tidak menunggu lama, popularitas bagai selebritis melekat padanya karena sering tampil di media. Mereka tampil dengan gaya dan ciri khas masing-masing, entah asli dari bawaanya atau hanya skenario manajemen untuk menaikkan rating.

Seorang da'i mampu melantunkan ayat Alqur'an dengan indah, petuah-petuahnya yang bijak, piawai dalam menyampaikan materi dakwah dan mempunyai kharisma tinggi seolah-olah disimbolkan dengan da'i tradisional (Syarif Hidayatullah, Moch. 2015). Penulis tidak hendak

mengatakan bahwa da'i selebriti atau da'i populer ini tidak memiliki kemampuan tradisional. Tetapi, dapat dilihat perbedaan keduanya.

Perbedaan tersebut terletak pada pengalaman apa yang sudah didakwahkan. Da'i tradisional akan muncul bila materi dakwah yang mereka sampaikan berbanding lurus dengan pengamalan yang ditunjukkan dalam praktik keseharian mereka, sementara da'i selebriti atau da'i populer (da'i pop) tidak banyak dituntut untuk menyeimbangkan keduanya dalam mendapatkan kharismanya.

Salah satu da'i dapat dikategorikan pop adalah Evie Effendi. Evie Effendi sering mengisi acara di beberapa stasiun televisi dan di media sosial internet, seperti instagram, youtube, dan facebook sehingga membuatnya populer di masyarakat. Untuk menjadi da'i terkenal/populer, Evie Effendi telah melalui perjalanan panjang. Sebelum Evie Effendi populer, ia pernah menjadi berandal, adu jotos, hingga dipenjara selama 3 bulan pada tahun 2000. Belajar dari kejadian-kejadian itu, ia berhijrah menjadi pribadi yang "taat beragama" dan rajin mendatangi kajian atau pengajian di masjid-masjid. Ia belajar lebih dekat memahami ilmu pengetahuan dan syariat ajaran Islam. Semasa itu, Evie Effendi mulai berani menularkan pengetahuan agama Islam kepada teman-temannya, secara bertahap ia mengajarkan baca Alqur'an dan mengajak sahabatnya untuk hijrah (Gandapura, Baban. 2017). Inilah awal Evie Effendi melakukan dakwah hingga sekarang.

Pemahaman itu juga yang terus digali oleh Evie Effendi selama ia dalam proses hijrah hingga dakwahnya berkembang sampai sekarang. Ia memiliki tekad untuk mengajak seluruh kaula muda di Bandung khususnya, berhijrah seperti dirinya. Tekadnya tersebut direalisasikan dalam bentuk dakwah yang unik dan nyentrik. Ia tidak berpakaian layaknya da'i-da'i populer yang lain, berbaju koko atau gamis, tetapi ia justru berpakaian modis dan gaul, layaknya kaula muda yang menjadi objek dakwahnya. Ia juga merangkul para pelaku kejahatan, korban narkoba dan pentolan geng motor. Banyak di antara mereka yang hijrah ke jalan yang lebih baik dikarenakan dakwah Evie Effendi.

Selain keunikan tersebut, Evie Effendi memiliki keunikan lain dari sisi penyampaian materi dakwahnya. Ia selalu mengemas materi dakwahnya dengan memasukkan unsur komedi, sehingga membuat mad'u (mustami) tertawa melalui guyonan khasnya. Ia juga selalu membuat suatu singkatan kata, seperti GGS (Guys, Gaul Luas bukan Gaul Bebas), Gapleh (Gaul tapi Soleh) dan MILEA (Miliarian Ilmu Agama). Singkatan itu berfungsi untuk mempermudah pemahaman dan mengingat materi ceramah.

Dalam menghadapi tantangan era modern seorang da'i harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, menurut Jalaludin Rakhmat (1985:262) ada enam komponen kredibilitas komunikan yaitu pertama, *expertise*, yaitu mempunyai keahlian dalam suatu topik yang dibicarakan. Kedua, *trust worthnness*, yaitu dapat dipercaya karena cerdas, mampu dan berakhlak mulia, dan berpengalaman. Ketiga, *communication skill*, yaitu kemampuan

dalam berkomunikasi. Keempat, *knowledge*, yaitu pengetahuannya haruslah luas. Kelima, *attitude*, yaitu baik dalam bersikap. Keenam, *social and culture system*, yaitu mampu beradaptasi dengan sistem dan budaya sosial.

Menurut Basrah Lubis (1991: 57) pendakwah harus memahami antara memberikan ceramah di lingkungan sosial kelas bawah dengan masyarakat berpendidikan. Seorang da'i dituntut untuk memiliki kepandaian retorika, sebab dengan penguasaan retorika seorang da'i dapat memotivasi pendengar menuju tingkah laku atau sikap yang sesuai dengan pesan dakwahnya.

Retorika atau sering disebut *public speaking* adalah suatu bentuk komunikasi lisan yang disampaikan kepada orang banyak, tetapi retorika itu tidak hanya sekedar berbicara dihadapan umum, melainkan merupakan suatu gabungan antara seni berbicara dan pengetahuan suatu masalah tertentu untuk meyakinkan pihak orang banyak melalui pendekatan persuasif (Jalaludin Rahmat, 1999: 9). Rasulullah dalam berdakwah selalu mengedepankan kehati-hatian, supaya pesan yang akan beliau sampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas, sebagaimana hadits Rasulullah SAW.

“Berbicaralah kepada manusia, menurut kadar akal (kecerdasan) mereka masing-masing. (HR. Muslim)” (Fachrudin Hs, etc., 1978: 346)

Sesuai penjelasan di atas yang menjadi hal penting dari keberhasilan dakwah Evie Effendi adalah kemampuannya dalam menyampaikan pesan dakwah, sehingga banyak jamaahnya yang berhijrah dari yang buruk berpindah kejalan yang lebih baik terutama dari kalangan kaula muda.

Keberhasilannya tersebut tidak lepas dari pemanfaatan media lain seperti media sosial Youtube. Evie Effendi memiliki channel Youtube sendiri yang bernama Evie Effendi Official dengan jumlah pengikut 184 ribu orang dan 225 video. Dengan adanya media sosial ini tentu masyarakat diuntungkan dapat dengan mudah mengakses video ceramah Evie Effendi tanpa batasan ruang dan waktu. (Amnestika, Arnita. 2014). Oleh karena itu penulis tertarik meneliti tentang Retorika dalam dakwah Evie Effendi di Video Youtube.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dituangkan di atas, maka perumusan masalah penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pembangunan retorika dalam dakwah Evie Effendi di video Youtube?
2. Bagaimana gaya retorika dakwah Evie Effendi di video Youtube yang meliputi gaya bahasa dan humor?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah merupakan usaha dalam memecahkan masalah yang disebutkan dalam perumusan masalah. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan mengkonstruksi proses pembangunan retorika dalam dakwah Evie Effendi di video Youtube.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis gaya retorika dakwah Evie Effendi di video Youtube yang meliputi gaya bahasa dan humor.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis.
 - 1) Menambah informasi dalam ilmu dakwah terutama tentang retorika dakwah khususnya retorika dalam dakwah Evie Effendi
 - 2) Untuk pengembangan ilmu dakwah di masyarakat.
2. Secara praktis.
 - 1) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan evaluasi di bidang retorika dakwah dalam masyarakat.
 - 2) Dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti khususnya dan para pembaca umumnya tentang retorika dakwah Ust. Evie Effendi.
 - 3) Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian serupa.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya
 - a. Aisatul Cholifah, 2018. *Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di Video Youtube*.
Penelitian ini membahas mengenai retorika Ustadzah Haneen Akira di video youtube. Dalam mengidentifikasi persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif non kancan. Kemudian data yang diperoleh, peneliti menggunakan observasi dan dokumentasi. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis semiotik Ferdinand De Saussure.

- b. Leiza Sixmansyah, 2014. *Retorika Dakwah KH. Muchammad Syarif Hidayat*.

Penelitian ini membahas mengenai retorika KH. Muchammad Syarif Hidayat. Untuk mengidentifikasi permasalahan, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Kemudian dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif, dengan data yang dikumpulkan berupa kata, gambar dan bukan angka-angka yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

- c. Nurainun Arifin, 2015. *Retorika Dakwah Ustadz Maulana dalam Acara "Islam Itu Indah" Di Trans TV*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif analisis terhadap reotrika dakwah yang digunakan Ustadz Maulana dengan teori Jalaludin Rakhmat mengenai retorika yang ditinau dari susunan bahasa dan penggunaan bahasa. Metode pengumpulan data adalah observasi dan dokumentasi.

- d. Nida Farhatunnisa, 2018. *Retorika K.H. Junaedi Al-Baghdadi dalam Pengajian Dzikir Manaqib (Studi Deskriptif Pengajian Dzikir Manaqib di Kecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang)*.

Fokus penelitian ini membahas mengenai retorika KH Junaedi Al-Baghdadi dalam pengajian dzikir manaqib. Jenis penelitiannya adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang dikumpulkan adalah hasil dari observasi, dokumentasi dan wawancara.

- e. Wiwit Parwiyulianti, 2017. *Respon Jamaah Masjid Abu Bakar Ash-Shidiq Terhadap Gaya Busana Ustadz Evie Effendie Dalam Berdakwah.*

Penelitian ini membahas tentang respon jamaah terhadap gaya busana Ustadz Evie Effendi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara, angket, studi pustaka, dan dokumentasi,

2. Landasan Teoritis

a. Signifikansi Retorika dalam Dakwah

Penggunaan Retorika dalam dakwah, baik sebagai strategi maupun seni yang bertujuan agar dakwah (ceramah) lebih baik dan indah. Retorika (seni dlm berbicara) merupakan kebutuhan dasar kemanusiaan. Retorika dalam dakwah biasanya diterapkan agar pelaksanaan dakwah (ceramah) lebih menarik, lebih indah dan menghindari suasana monoton atau datar.

Retorika sebagai seni berbicara makin intensif digunakan para penceramah atau mubalig ketika menyampaikan ceramahnya atau tablighnya. Nama-nama da'i mulai paling senior hingga yang junior seperti Zaenudin MZ, Jujun Junaedi dan Evie Effendi diantara da'i-da'i populer pada level nasional, lokal bahkan global menjadikan retorika sebagai strategi dalam menyusun kata dan kalimat dalam ceramahnya. Karenanya, seni berbicara (retorika) dalam berbicara didepan khalayak umat maupun

diruangan akan tetap memberikan daya tarik karena merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia.

a) Teori Retorika Aristoteles

Aristoteles mengungkapkan mengenai lima hukum dasar retorika yaitu *Inventio* (Penemuan), *Dispositio* (Penyusunan), *Elucotio* (Gaya), *Memoria* (Memorio), dan *Pronuntiatio* (Penyampaian). Selain itu Aristoteles mengemukakan bahwa retorika memiliki aspek terpenting dalam teori dan dasar pemikiran retorika adalah tiga jenis pendekatan untuk mempersuasi audiens, yakni *ethos*, *pathos*, dan *logos*. (Jalaludin Rakhmat, 2011:7).

b) Teori Retorika Jalaludin Rakhmat

Menurut Jalaludin Rakhmat, dalam mempengaruhi orang ketika berpidato, maka komunikator harus menyentuh motif *audience* agar mereka mengaplikasikan pesan-pesan yang disampaikan. Komunikator perlu memiliki prinsip dalam menyampaikan pidato, salah satunya yaitu penggunaan bentuk persuasi yang meliputi imbauan rasional, imbauan takut, imbauan ganjaran, imbauan motivational dan imbauan emosional (Jalaludin Rakhmat, 2013: 294-297).

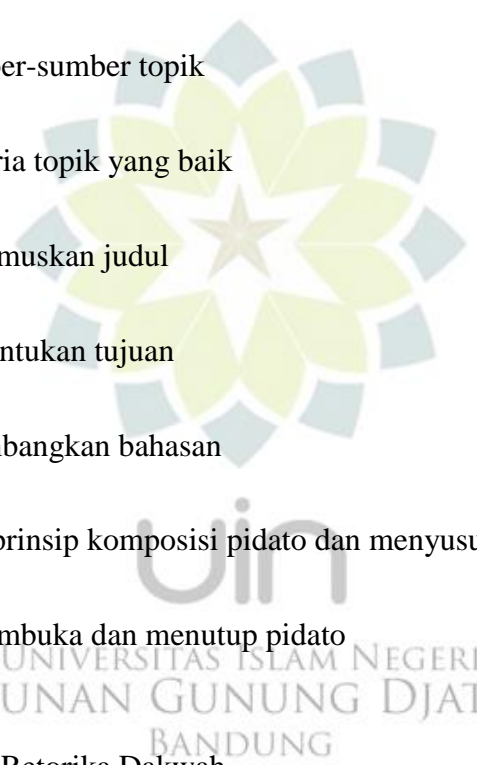
c) Retorika Dakwah Islam

Dalam komunikasi dakwah (Wahyu, 2010: 172) ada beberapa prinsip pendekatan komunikasi yang terkandung dalam Alqur'an, antara lain:

- 1) *Qaulan Balighan* yaitu perkataan yang membekas di jiwa. Ungkapan ini terdapat dalam surat An-Nisa ayat 63.
- 2) *Qaulan Layyinan* yaitu perkataan yang lemah lembut. Ungkapan ini terdapat dalam surat At-Thaha ayat 43-44.
- 3) *Qaulan Ma'rufan* yaitu perkataan yang pantas dan baik. Ungkapan ini terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 235.
- 4) *Qaulan Maisura* yaitu dapat diartikan dalam menyampaikan pesan dakwah, da'i harus menggunakan bahasa yang "ringan", "sederhana", "pantas" atau yang mudah dipahami oleh mad'u. Kata-kata qaulan maisura terkandung dalam surat Al-Isra ayat 28.
- 5) *Qaulan Karima* yaitu perkataan yang mulia. Terkandung dalam Alqur'an surat Al-Isra ayat 23.
- 6) *Qaulan Sadida* yaitu dapat diartikan pembicaraan yang benar, jujur, tidak bohong, lurus dan tidak berbelit-belit. Perkataan ini terkandung dalam surat An-Nisa ayat 9.

b. Aplikasi Retorika dalam Dakwah

Retorika sebagai alat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, tentu akan mengemas proses kegiatan dakwah secara sistematis. Jalaludin Rakhmat dalam bukunya *Retorika Modern* menjelaskan bagaimana aplikasi retorika dalam kegiatan dakwah, yaitu secara ringkasnya sebagai berikut:

- 
- a) Memilih Topik dan Tujuan
 - 1) Sumber-sumber topik
 - 2) Kriteria topik yang baik
 - 3) Merumuskan judul
 - 4) Menentukan tujuan
 - b) Mengembangkan bahasan
 - c) Prinsip-prinsip komposisi pidato dan menyusun pesan pidato
 - d) Cara membuka dan menutup pidato
- c. Komponen Retorika Dakwah

Komponen dalam Retorika Dakwah adalah bentuk penggunaan bahasa, yang meliputi gaya bahasa, langgam dan humor.

- a) Gaya Bahasa

Hasymi dalam bukunya *Dustur Da'wah Menurut Al Qur'an* (1974: 230) ada enam gaya bahasa yang dapat digunakan oleh da'i

dalam retorika dakwahnya, yakni: *Ta'lim dan Tarbiyah, Tazkir dan Tanbih, Targhib dan Tabsyir, Tarhib dan Inzar, Qashash dan Riwayat, dan Amar dan Nahi.*

b) Humor

Terdapat delapan teknik humor retorika dakwah yang terbagi kedalam dua teori. Teori yang pertama adalah teori superioritas dan degradasi yang terdiri dari *Exaggeration, Parodi, Ironi, Burlesque, Perilaku aneh para tokoh, dan Perilaku orang asing.* Sedangkan teori yang kedua adalah teori pelepasan inhibisi yang terdiri dari *Belokan mendadak dan Puns* (Jalaludin Rahmat, 1992: 128)

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penulis bermaksud menggambarkan secara sistematis tentang permasalahan yang akan diteliti, yakni mengenai retorika dakwah Evie Effendi dalam video youtube. Karakteristik penelitian deskriptif yang dikumpulkan berupa data dari beberapa kata dan bukan angka-angka, hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif (Arikunto, 2010: 201).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai cara-cara menghampiri objek. Fokus atau objek dari penelitian ini adalah retorika dakwah. Ada beberapa pendekatan yang bisa digunakan untuk meneliti

suatu pesan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan statistik dalam mengumpulkan data dan memberikan penafsiran terhadap hasilnya. Krik dan Miller mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Sedangkan dalam buku *Introduction to Qualitatif Research Methods* yang diterjemahkan oleh Arief Furchan, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik ucapan maupun tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang itu sendiri (Arif Furchan, 1992: 21-22).

3. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Arikunto, 2010: 157). Data kata-kata ini peneliti ambil dari pengamatan video ceramah Evie Effendi yang terdapat di Youtube.

b. Sumber data

a) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah transkrip dan rekaman video ceramah Evie Effendi yang didapatkan dari Youtube.

b) Data Sekunder

Sumber data sekunder atau tambahan berfungsi untuk pelengkap atau pendukung dalam penelitian, dalam hal ini data sekunder peneliti dapatkan dari beberapa artikel dan website.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan beberapa cara (Sugiyono, 2013: 224). Maka dari itu dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa cara/metode dalam pengumpulan data, yaitu:

a. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara sistemik permasalahan yang diteliti dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya (Burhan Bungin, 2008: 139). Dari hasil observasi dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang permasalahan yang diteliti. Peneliti akan menganalisis salah satu video yang terdapat dalam channel Youtube Evie Effendi Official.

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan rekaman kejadian masa lalu yang ditulis, dicetak atau direkam, mereka dapat berupa catatan, surat, buku harian dan dokumen-dokumen lainnya (Uhar, 2012: 215). Sedangkan metode dokumentasi adalah metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data dan keterangan yang ada hubungannya dengan penelitian

dengan menggunakan dokumen-dokumen (Husaini Usman, et, al., 1996: 73). Peneliti menggunakan dokumentasi berupa video ceramah Evie Effendi.

c. Teknik Sampling

Metode pengumpulan data dengan teknik sampling atau pengambilan sampel digunakan untuk hanya mengambil data yang dianggap penting. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *sampling purposive*, yaitu Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013: 126). Teknik ini digunakan untuk memilih video ceramah Evie Effendi dalam channel Youtubenya yang paling banyak ditonton oleh masyarakat. Oleh karena video yang ada dalam channel Youtube Evie Effendi banyak. Sehingga penulis memilih beberapa sampel dengan Teknik *sampling purposive*. Dengan demikian peneliti hanya mengambil video dengan judul “Rek kitu wae?” yang telah ditonton sebanyak 1,1 juta kali, dengan durasi video 1 jam 16 menit.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan mengurutkan mengklasifikasikan atau mengategorikan data yang didapat dengan suatu fokus permasalahan penelitian. Sehingga dalam hasil penelitian data-data tersebut dapat disederankan dan dipahami oleh pembaca (Imam Gunawan, 2013: 160).

Pada teknik analisis data ini, tahapan pertama yang akan penulis lakukan adalah dengan mentranskripsikan rekaman audio visual atau video dari ceramah Evie Effendi yang didapatkan dari Youtube, kedalam bentuk tulisan atau teks agar mudah untuk dianalisis. Kemudian, penulis akan mendeskripsikan dan menganalisis retorika yang digunakan oleh Evie Effendi berdasarkan teori-teori yang ada.





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG