

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dai merupakan sebuah bentuk dari baik buruknya dakwah. Materi, metode, dan media tidak ada artinya jika tanpa keberadaan dai. Akhlak, penampilan, kepribadian, dan profesionalisme menopang kualitas dakwah yang akan atau sedang dilakukannya, dan menjadi ciri dari seorang dai. “Keberhasilan dakwah dalam wujud terjadinya perubahan perilaku pada objek dakwah dari buruk menjadi baik atau dari baik menjadi lebih baik, akan turut dipengaruhi oleh mutu personal dai” (Hajir Tajiri, 2015: 43).

Ketika melihat era globalisasi sekarang ini, tentu banyak yang perlu dibenahi bagaimana seharusnya da'i melakukan aktivitas dakwah, termasuk penggunaan berbagai dimensi untuk kepentingan dakwah antara lain: Komunikasi, psikologi, public relations, jurnalistik, tradisi kepenulisan, manajemen, seni, media mutakhir (elektronik : seperti film, sinetron, internet) dan lain-lain untuk kepentingan dakwah islam. Tradisi kepenulisan

dikalangan umat islam telah terjadi jauh sebelum masa-masa era globalisasi sekarang ini. Misalnya ulama di Indonesi Syaikh Nawawi Al-Bantani (wafat 1897), telah banyak menulis buku atau kitab-kitab dalam bahasa Arab yang sangat terkenal di Timur Tengah khususnya didunia pesantren.

Syaikh Nawawi Al-Bantani adalah profil ulama intelektual tradisi pesantren yang telah memanfaatkan tradisi kepenulisan sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan ajaran agama islam dalam rangka menegakkan dakwah islamiyah. Dan sampai sekarang ini, pikiran-pikiran Syaikh Nawawi masih dikaji serius oleh para santri didunia pesantren khususnya di Indonesia (Samsul Munir, 2008: xii).

Begitupun dengan Felix Siauw, beliau merupakan penulis yang mempunyai bakat yang bagus. Bukan hanya sebagai seorang penulis buku saja, akan tetapi beliau juga memiliki peran aktif dalam pengemban dakwah dimedia twitter dan facebook.

Dakwah Islam sebagai proses penyampaian ajaran agama Islam kepada umat manusia. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah *way of thinking*, *way of feeling*, dan *way of life* manusia sebagai sasaran dakwah kearah kualitas kehidupan

yang lebih baik. Dakwah merupakan kewajiban individual (*fardhu 'ain*) seorang muslim, dan juga dalam dataran tertentu juga merupakan kewajiban kolektif (*fardhu kifayah*).

Dakwah Islam harus bisa menyelaraskan dengan media-media modern seperti internet, media bulletin, dan lain-lain, agar penyebaran atau penyampaian dakwah sampai kepada mad'u khususnya remaja karena dilihat dari zaman modern ini remaja sekarang lebih mementingkan *gadget* ketimbang pergi ke masjid untuk mendengarkan ceramah. Maka jika lewat media internet, terutama media twitter atau facebook pesan-pesan dakwahnya akan sampai pada mad'u.

Secara teologis, dakwah merupakan suatu tugas suci (ibadah) umat Islam. Kemudian secara sosiologis, kegiatan dakwah apapun bentuk dan konteksnya akan dibutuhkan oleh umat manusia dalam rangka menumbuhkan dan mewujudkan keshalehan individual dan keshalehan sosial, yaitu pribadi yang memiliki kasih sayang terhadap sesamanya dan mewujudkan tatanan masyarakat *marhamah* yang dilandasi oleh kebenaran

tauhid, persamaan derajat, semangat persaudaraan, kesadaran akan arti penting kesejahteraan bersama, dan penegakkan keadilan ditengah kehidupan bermasyarakat (Enjang dan Aliyudin, 2009: 1).

Retorika adalah seni berkomunikasi secara lisan, yang dilakukan oleh seseorang kepada sejumlah orang secara langsung dengan bertatap muka. Istilah retorika sering disamakan dengan istilah pidato. Untuk menggali kemampuan retorika, ada syarat yang harus dipenuhi diantaranya memahami teori-teori retorika” (Yusuf Zainal Abidin, 2013:7).

Secara terminology, retorika merupakan seni berpidato dan berargumentasi menggunakan tata bahasa yang baik, lancar, dan benar untuk memengaruhi pendengar, juga mengajak seseorang yang bersifat menggugah. “Retorika bertujuan menerangkan kaidah-kaidah yang menjadi landasan dari tulisan yang bersifat prosa atau wacana lisan yang membentuk pidato, orasi, ataupun ceramah untuk memengaruhi sikap dan perasaan orang” (Yusuf Zainal Abidin, 2013:17).

Dengan demikian, kajian tentang retorika menjadi sangat penting, terutama berkaitan dengan *public relations*. Menurut para ahli retorika, komunikasi yang berkaitan dengan kegiatan

public relations dengan perilaku-perilaku simbolik yang bertujuan atau bisa digunakan untuk berbagi dan mengevaluasi informasi, membentuk keyakinan, serta membangun norma-norma untuk aksi kolektif yang terkoordinasi. “Oleh karena itu, mempelajari retorika tidak semata-mata untuk mengolah bahasa agar terdengar indah, tetapi lebih dari itu, yakni sebagai cerminan individu seseorang. Semakin bagus retorika yang disajikan, semakin menunjukkan keluarbiasaan pembicaraanya” (Yusuf Zainal Abidin, 2013: 18).

Tujuan retorika adalah persuasi, yaitu keyakinan pendengar akan kebenaran gagasan hal yang dibicarakan. Artinya, tujuan retorika adalah membina saling pengertian yang mengembangkan kerja sama dalam menumbuhkan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur.

Felix Y. Siauw dikenal sebagai seorang muallaf yang cerdas dalam berdakwah, bisa dibilang juga sebagai pendatang baru dalam dunia dakwah. Felix Siauw keturunan Etnis Tionghoa tetapi dia menjadi muallaf pada tahun 2002 semenjak masa kuliah di Institut Pertanian Bogor (IPB). Setelah masuk Islam, Felix Siauw langsung terjun berdakwah di jalan Allah, dan salah satu

dakwah yang dilakukannya yaitu melalui media sosial twitter atau facebook. Banyak sekali ketertarikan dakwah yang disampaikan Felix Siauw karena didalamnya terkandung banyak sekali manfaat yang mengundang para remaja tertarik untuk membaca bukunya dan mengikuti dakwahny

Ketika melihat gaya retorika dakwah Felix Siauw yaitu banyak sekali ketertarikan. Dimulai ketika dalam penyampaiannya dakwahnya mempunyai kelebihan menjelaskan kajian secara bergelora, berdakwah jelas dan dapat dipahami oleh kalangan remaja, tegas dan mudah di cerna, humor dalam penyampaian dakwahnya masih bisa dibatasi, dalam gaya bahasa tubuh yang energik yang membuat mad'u semangat mendengarkannya, dalam penyampaiannya yang santun, diksi pada kalimatnya jelas. Bahkan yang lebih menariknya lagi, dari pembahasannya itu menyoroti seputar keremajaan seperti : pacaran dan fashion pada remaja perempuan. Oleh sebab itu, tidak heran dakwahnya tersebut banyak digemari anak kalangan remaja.

Berdasarkan uraian diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk mengkaji dengan mengamati Gaya Retorika Dakwah Felix Siauw. Adapun yang menjadi judul penelitian ini adalah: *GAYA RETORIKA DAKWAH USTADZ FELIX Y. SIAUW MELALUI MEDIA YOUTUBE.*

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Retorika dakwah adalah seni berbicara yang mempengaruhi orang lain melalui pesan dakwah. Dikatakan pula sebagai upaya untuk membahas bagaimana menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni tersebut mendapatkan sesuatu yang berkesan dan dapat diterima dengan baik. Oleh karena itu, fokus penelitian disini menjelaskan bahwa bagaimana gaya retorika dakwah yang disampaikan ustadz Felix Y. Siauw sehingga menimbulkan efek positif bagi masyarakat terutama dikalangan remaja.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka masalah penelitian dapat didefinisikan dari unsur-unsur retorika sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya bahasa (*style*) yang digunakan ustadz Felix Y. Siauw?

2. Bagaimana bahasa tubuh (gesture) yang digunakan ustadz

Felix Y. Siauw?

3. Bagaimana olah vocal (tata bunyi) yang digunakan ustadz

Felix Y. Siauw?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya bahasa (*style*) yang digunakan ustadz Felix Y. Siauw.

2. Untuk mengetahui bahasa tubuh (gesture) yang digunakan ustadz Felix Y. Siauw.

3. Untuk mengetahui olah vocal (tata bunyi) yang digunakan ustadz Felix Y. Siauw.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis;

Kegunaan teoritis ini diharapkan menjadi penambah referensi atau rujukan dalam memperkaya khazanah keilmuan

serta diharapkan bisa menjadi bahan informasi bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya, dan bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi umumnya, juga diharapkan menjadi gambaran bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan praktis;

Kegunaan praktis ini diharapkan menjadi kontribusi kepada dai dalam aktivitas dakwah serta meningkatkan dakwah yang lebih baik juga diharapkan memberikan gambaran terhadap gaya retorika dakwah Felix Siauw yang relevan dengan harapan dan objek dakwahnya.

E. Landasan Pemikiran

Felix Siauw merupakan sosok inspirator bagi semua kalangan masyarakat khususnya kalangan remaja. Bahkan ketika beliau berdakwah, mempunyai ciri khas yang berbeda yaitu beliau ketika dalam penyampaian dakwahnya selalu memakai power point, justru membuat mad'u lebih mengerti dan tertarik terhadap dakwahnya tersebut. Bahkan ketika dalam

performa/penampilannya selalu menggunakan pakaian batik sehingga beda dari ustadz-ustadz yang lainnya.

Sebagai seorang muslim mestinya kesadaran tersebut tertanam kuat. Bahwa dengan bersikap ihsan itu adalah sebuah bentuk tanggung jawab sebagai Muslim. Dengan demikian, dalam dirinya akan tertanam bahwa segenap yang dilakukannya adalah dakwah. “Tugas seorang muslim adalah berdakwah. Bahwa dia harus memberikan peringatan kepada umat dengan berlandaskan pada Al-Quran dan Sunnah Rasulullah. Menjadi juru dakwah atau disebut dengan dai diibaratkan sebagai agen social nilai-nilai Islam” (Kurdi Mustofa, 2012: 27-29).

Ketika berbicara didepan umum, seseorang membutuhkan ilmu retorika untuk menunjang kualitas pembicaraanya. Selain itu, retorika digunakan untuk meyakinkan pendengar akan kebenaran gagasan/topik yang dibicarakan. Akan tetapi, tidak banyak orang yang mampu menggunakan retorika dengan baik dan efektif. Oleh karena itu, dibutuhkan rekontruksi bahasa dan retorika dalam berkomunikasi atau berbicara didepan umum.

“Rekontruksi di mulai dari segi penggunaan bahasa yang digunakan dalam berbicara, kemudian pada ilmu retorika yang harus digunakan, yaitu metode dan etika retorika” (Yusuf Zainal Abidin, 2013: 61-62).

Di tinjau dari segi etimologi atau asal kata (bahasa), dakwah berasal dari Bahasa Arab, yang berarti panggilan, ajakan atau seruan. “Menurut Drs. Hamzah Yaqub dalam bukunya “Publisistik Islam” memberikan pengertian dakwah dalam Islam ialah sesuatu yang mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya” (Asmuni Syukir, 1983: 18 dan 19).

Menurut Tarigan (1990) tujuan utama berbicara adalah berkomunikasi. Untuk menyampaikan pikiran secara efektif, pembicara harus memahami makna segala sesuatu yang ingin dikomunikasikan. Ia juga harus mampu mengevaluasi efek komunikasinya terhadap para pendengarnya dan harus mengetahui prinsip-prinsip yang mendasari segala situasi pembicaraan, baik secara umum maupun perseorangan (Yusuf Zainal Abidin, 2013: 97-98).

Gorys Keraf menyatakan bahwa retorika sangat terkait dengan tehnik pemakaian bahasa sebagai seni yang didasarkan pada pengetahuan yang tersusun baik. Jadi, ada 2 aspek yang

perlu diketahui seseorang dalam retorika. *Pertama*, pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan bahasa dengan benar dan baik. *Kedua*, pengetahuan tentang objek tertentu yang akan disampaikan dengan bahasa. “Oleh karena itu, retorika harus dipelajari dalam rangka ingin menggunakan bahasa yang sebaik-baiknya dengan tujuan tertentu” (Gorys Keraf, 2007: 1).

Nurgiyantoro menyatakan bahwa “retorika adalah tatacara penggunaan bahasa yang memperoleh bahasa untuk efek estetik. Hal itu dapat diperoleh dengan kreativitas pengungkapan bahasa, yaitu cara pengarang menyiasati bahasa sebagai sarana untuk mengungkapkan gagasannya” (Nurgiyantoro, 2007: 295).

Aristoteles membedakannya dengan *poetika*. Menurut Aristoteles, retorika adalah seni berbicara di depan umum, sedangkan *poetika* adalah seni berpuisi (termasuk seni kesusastraan pada umumnya). Menurut Aristoteles, dalam retorika terdapat tiga bagian inti, yaitu:

1. Ethos (ethical), yaitu karakter pembicara yang dapat dilihat dari cara ia berkomunikasi, yaitu menunjukkan kepada khalayak bahwa kita memiliki kepribadian yang terpercaya dan pengetahuan yang luas.

2. Pathos (emotional), yaitu perasaan emosional khalayak yang dapat dipahami dengan pendekatan “psikologi massa”, oleh karenanya kita harus dapat “mempermainkan” perasaan pendengar.
3. Logos (logical), yaitu pemilihan kata atau kalimat atau ungkapan oleh pembicara dengan benar, dalam arti memiliki bukti dan contoh yang konkret pada khalayak (Jalaludin Rakhmat, 2011: 7).

Menurut Harold Lasswell (1972) dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society* mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan yaitu : *Who say What in channel to Whom with What effect?* Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- a. Komunikator (communicator, source, sender)
- b. Pesan (message)
- c. Media (channel, media)
- d. Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)
- e. Efek (effect, impact, influence) (Deddy Mulyana, 2007:147).

Model Lasswell sering diterapkan dalam komunikasi massa. Model tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Unsur sumber (*who*) merangsang pertanyaan mengenai pengendalian pesan, sedangkan unsur pesan

(*says what*) merupakan bahan untuk analisis isi. Saluran komunikasi (*in which channel*) dikaji dalam analisis media. Unsur penerima (*to whom*) dikaitkan dengan analisis khalayak, sementara unsur pengaruh (*with what effect*) jelas berhubungan dengan studi mengenai akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa.

Berdasarkan asumsi tersebut, dalam melihat komunikasi terdapat tiga variabel yaitu: gaya bahasa (*style*), bahasa tubuh (*gesture*), dan olah vokal (tata bunyi).

- 1) Gaya bahasa (*style*) berarti bagian dari diksi atau pilihan kata sebagai cara mengungkapkan pikiran dalam bentuk tulisan atau lisan secara khas untuk memperlihatkan kepribadian bahasanya tersebut.
- 2) Bahasa tubuh (*gesture*) berarti setiap anggota tubuh seperti wajah (termasuk senyuman dan pandangan mata) tangan, kepala, kaki dan bahkan tubuh secara keseluruhan dapat digunakan sebagai isyarat simbolik.
- 3) Olah vocal (tata bunyi) berarti kecepatan berbicara, nada (tinggi rendahnya), intensitas (*volume*) suara, intonasi, kualitas vocal (kejelasan).

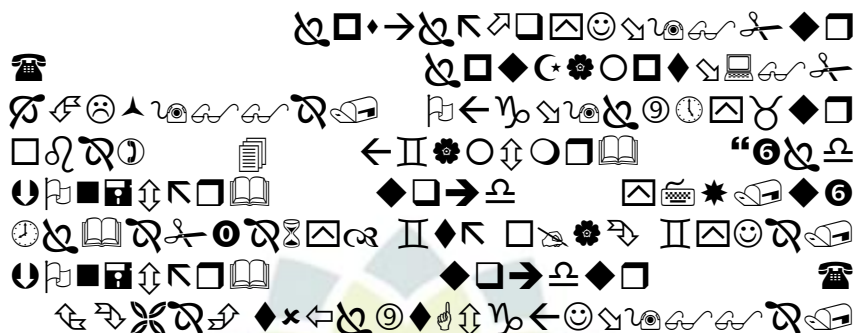
Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, retorika adalah mengucapkan kata-kata yang tepat, benar, dan mengesankan ditempat yang tepat, waktu yang tepat, dan cara

yang efektif. Hal itu berarti orang harus dapat berbicara jelas, singkat, dan efektif. Jelas agar mudah dimengerti, singkat untuk menghemat waktu dan sebagai tanda kepintaran, dan efektif karena berbicara membawa efek. “Pepatah Cina mengatakan: Orang yang menembak banyak, belum tentu seorang penembak yang baik. Orang yang berbicara banyak tidak selalu berarti seorang yang pandai bicara” (Yusuf Zainal, 2013: 56).

Dakwah memiliki arti memanggil, menyeru, menegaskan, atau membela sesuatu, perbuatan, atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu serta memohon dan meminta (A. Subandi dan Syukriadi Sambas, 1999:17). “Secara terminology, kata dakwah dapat di definisikan sebagai ajakan kepada umat manusia menuju jalan Allah, baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan dengan tujuan agar mereka mendapatkan petunjuk sehingga mampu merasakan kebahagiaan dalam hidupnya, baik didunia maupun akhirat” (Hajir Tajiri, 2015: 15,16).

Hal ini ada dalam Al-Quran di sebutkan:





Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (Departemen Agama, 2007:281).

Berdasarkan keterangan dari ayat ini, hakikat dakwah dapat dirumuskan sebagai kewajiban mengajak manusia ke jalan Tuhan dengan cara hikmah, mau’izhah hasanah dan mujadalah yang ahsan. “Adapun respon manusia terhadap ajakan ke jalan Tuhan itu variatif, bisa positif atau negative. Hal ini kembali pada diri masing-masing, karena diri sendirilah yang bisa menentukan langkah dan tujuan hidup” (Yusuf Zainal, 2013: 121).

Dalam berbicara, pilihan kata yang dilakukan hendaknya tepat, jelas, dan bervariasi. Jelas adalah mudah di mengerti oleh pendengar yang menjadi sasaran. Pilihan kata dalam pembicaraan

harus disesuaikan dengan pokok pembicaraan dan dengan siapa kita berbicara atau berkomunikasi. “Komunikasi berjalan dengan lancar dan baik apabila kata-kata yang digunakan oleh pembicara dapat dipahami oleh pendengar dengan baik” (Yusuf Zainal Abidin, 2013:88).

Gerak- gerak berkaitan dengan penggunaan anggota badan untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan. Gerak-gerak dalam berbicara atau berkomunikasi, antara lain anggukan dan gelengan kepala, mengangkat tangan, mengangkat bahu, menuding, mengangkat ibu jari, sikap berdiri, dan sebagainya. “Adapun mimik adalah ekspresi wajah yang berhubungan dengan perasaan yang terkandung dalam hati. Agar pembicaraan dapat menyenangkan, usahakan mimik menarik dan memikat, salah satunya dengan banyak senyum” (Yusuf Zainal Abidin, 2013: 93).

Dalam hubungannya dengan olah suara (tata bunyi), Pringgawidagda menyampaikan hal-hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- a) Logat baku tidak bercampur dengan dialek tidak baku
- b) Lafal harus jelas dan tegas
- c) Napas yang kuat untuk menguraikan kalimat yang cukup panjang atau tidak terputus dalam wicara
- d) Tempo (cepat lambat suara) dan dinamis (intonasi, tekanan, aksen) suara
- e) Pengahayatan, berbicara memerlukan penjiwaan agar sesuai dengan tuntutan situasi dan kondisi (Yusuf Zainal Abidin, 2013: 87).

Kepribadian dan penampilan tidak kalah pentingnya bagi seorang dai sebab penampilan seseorang menggambarkan kepribadian yang dimilikinya. Kepribadian merupakan karakter unik (khas) dari seseorang, baik dalam berpikir maupun berperilaku. “Kaidah menyatakan, *Harakatul badani tabiun lil harakatil qalbi* (gerak-gerik perilaku itu mengikuti gambaran hati, piker, dan jiwanya). Jika pikiran dan hatinya baik atau positif maka baguslah perilaku yang ditampilkannya” (Hajir Tajiri, 2015:49).

Penelitian ini memiliki kemiripan yang serupa dengan beberapa penelitian terdahulu untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian yang ada sebelumnya. Maka peneliti menggunakan beberapa tinjauan pustaka yang ada kaitannya

dengan penelitian ini. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh penulis antara lain sebagai berikut:

Nama Peneliti	Judul Peneliti	Topik Peneliti
Mumtaz Afif Saleh	<p>“Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Akun Twitter Felix Siauw” Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Tahun 2015.</p>	<p>Penelitian ini lebih menekankan pada proses penyampaian isi pesan dengan menggunakan media sosial twitter sebagai penunjang penelitiannya dan juga bagaimana pesan dakwah yang disampaikan bisa memengaruhi pendengar.</p>
Setya Utami	<p>“Nilai-nilai Edukatif dalam</p>	<p>Penelitian ini lebih menekankan pada</p>

	<p>Karya Felix Y. Siauw. Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Jurusan Pendidikan Agama Islam. Tahun 2015.</p>	<p>pembahasan karya-karya Felix Siauw agar dapat memberikan perilaku positif yang mendidik kearah kedewasaan mengenai hal-hal yang dianggap baik ataupun buruk.</p>
<p>Fika Fitriyani</p>	<p>“Analisis Pesan Tabligh Dalam Buku Udah Putusin Aja! Karya Felix Y. Siauw” Mahasiswa UIN SGD Bandung Fakultas Dakwah</p>	<p>Penelitian ini menekankan pada aspek persoalan cinta. Dimana dalam bukunya banyak sekali nasehat yang menceritakan kasus-kasus yang sering</p>

	dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Tahun 2017.	dihadapi oleh remaja terutama dalam masalah hubungan (pacaran).
--	---	---

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan gaya retorika dakwah ustadz Felix Y. Siauw yang diambil dari situs Youtube.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Content Analysis.

Alasan menggunakan metode tersebut untuk menggambarkan karakteristik dari pesan/isi yang tersurat dan tersirat dalam sebuah dokumen, sehingga dapat memberikan gambaran dari hasil gaya retorika ustadz Felix Y. Siauw.

3. Sumber Data dan Jenis Data

a. Sumber Data

1) Sumber data primer dalam penelitian ini adalah subjek utama yang diperoleh pada aktivitas dakwah yang dilakukan ustadz Felix Siauw dalam media informasi berupa youtube, website. Dengan tujuan untuk mengetahui gaya retorika dakwahnya secara lebih mendalam.

2) Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah diperoleh dari berbagai media lain seperti jurnal, website, serta situs-situs lain yang ada kaitannya pada penelitian ini, terutama dalam retorika dakwah Ustadz Felix Siauw.

b. Jenis Data

Berdasarkan sumber diatas, jenis datanya adalah jenis data kualitatif, karena ini mengacu pada sumber data yang diambil atau dipilih dengan menganalisis gaya retorika ustadz Felix Siauw.

4. Tehnik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data-data yang diperlukan, digunakan beberapa tehnik sebagai berikut:

a. Observasi

Tehnik penelitian ini dengan menggunakan observasi tidak langsung karena dengan mengamati dari berbagai video baik dari youtube, website atau situs-situs lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian. Dengan metode ini, akan mempermudah peneliti untuk mengamati Gaya Retorika Dakwah Felix Siauw.

b. Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data berproses melalui berbagai media informasi berupa medsos, video, website, youtube, serta situs-situs lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

5. Analisis Data

Untuk menganalisis data-data dari hasil penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil observasi, studi dokumentasi, serta literature-literature lainnya sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai hasil penelitian. Dengan ini peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi data (Seleksi data)

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu-waktu diperlukan.

b. Display data (Penyajian data)

Display data adalah menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, network, dan sebagainya. Data yang semakin bertumpuk-tumpuk kurang dapat memberikan gambaran secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan display data agar peneliti dapat menguasai data.

c. Interpretasi Data (Tujuan)

Interpretasi data adalah suatu tujuan yang dilakukan untuk menemukan arti dari data yang dikumpulkan kemudian untuk memberikan jawaban terhadap peneliti dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

d. Penarikan kesimpulan (Verifikasi)

Penarikan kesimpulan (verifikasi) merupakan kegiatan di akhir penelitian. Penarikan kesimpulan ini juga merupakan gambaran yang sebelumnya belum jelas menjadi jelas, agar sampai pada kesimpulan telah melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun dari segi kebenaran hasil penelitian.