

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Retorika merupakan sebuah disiplin ilmu yang mempelajari seni berbicara yang diperlukan oleh setiap orang terutama bagi seorang komunikator (Jalaludin Rakhmat, 2012:2). Teori retorika yang digunakan oleh seorang komunikator akan mempermudah ia untuk mempengaruhi khalayaknya sebagai mana Aristoteles mengansumsikan retorika sebagai seni untuk mempengaruhi orang lain (Soenarto AS, 2012:15). Sebagaimana dalam kegiatan dakwah, retorika sering kali digunakan untuk menjadikan pesan-pesan dakwah tersampaikan dan dipahami dengan baik oleh Instag.

Islam dan dakwah adalah dua hal yang tak terpisahkan. Islam tidak mungkin maju, berkembang dan bersinar tanpa adanya upaya dakwah. Semakin gencar upaya dakwah dilaksanakan semakin bersyi'ar pula agama Islam. Semakin kendor upaya dakwah semakin redup pula cahaya islam dalam masyarakat. *Laisa al-Islam illa bi al-da'wah*, demikianlah sebuah kata bijak mengungkapkan.

Dari esensi *amar ma'ruf nahi munkar* tersebut menjadikan sebagai kebutuhan dalam berlangsungnya kehidupan manusia, baik itu untuk memperdalam ilmu agama, untuk mendapatkan ketenangan bathiniyah maupun tujuan lainnya. Sehingga jika tidak ada dakwah, maka manusia tidak akan mengenal kebajikan-kebajikan, tidak akan memahami secara penuh tentang pesan-pesan keagamaan dan

akan terjadi kemungkarannya di mana-mana. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 104;

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada orang yang ma'ruf dan mencegah dari yang Munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”.

Berdasarkan ayat diatas, para ulama sepakat bahwa hukum dakwah adalah wajib. Adapun yang menjadi perdebatan diantara mereka adalah apakah kewajiban itu dibebankan kepada setiap individu muslim (*fardhu 'ain*) atau kewajiban itu hanya dibebankan kepada sekelompok orang saja dari umat Islam secara keseluruhan (*fardhu kifayah*). Perbedaan disebabkan karena cara-cara pemahaman mereka terhadap dalil-dalil *naqli* (*al-Quran* dan *al-Hadits*) disamping adanya kenyataan kondisi setiap muslim yang berbeda dalam kemampuan dan spesifikasi ilmunya (Soenarto AS, 2014:89).

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 da'i (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 lainlain 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.

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 mediamedia 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-pe san 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).

Terdapat beberapa komponen dalam ilmu dakwah agar proses dakwah berjalan dengan sistematis. Salah satunya adalah metode dakwah. Metode dakwah merupakan cara-cara yang dipergunakan seorang da'i untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan dalam mencapai tujuan dakwah (Wahyu Ilaahi, 2010:21).

Setiap metode memerlukan teknik dalam implementasinya. Teknik adalah cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode (Wina Sanjaya, 2007:125). Teknik berisi 4nstagr-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi.

Pelaksanaan Dakwah Nabi Muhammad Saw pada periode klasik, adalah dalam bentuk *Tabligh* dengan menggunakan media mimbar atau disebut juga dengan *Khitobah* (Aep Kusnawan, 2004:11). *Tabligh* melalui mimbar (khitobah) merupakan kegiatan *tabligh* yang sangat populer dikalangan masyarakat baik masyarakat di pedesaan amaupun di perkotaan.

Namun kegiatan tersebut sering kali terdengar monoton, dikarenakan kegiatan dakwah yang disampaikan dengan metode atau gaya yang membosankan setiap kalinya. Maka dari itu seorang pelaku dakwah (*da'i*) perlu mengaplikasikan retorika dalam kegiatan dakwahnya.

Dengan mengaplikasikan retorika dalam kegiatan dakwahnya, tujuan dari kegiatan dakwah akan lebih mudah tercapai dan pesan-pesan yang disampaikan akan lebih mudah dipahami oleh jemaah (*mad'u*). Adanya karakteristik gaya dan bahasa yang menarik, kegiatan dakwah yang dilakukan pun tidak lah monoton. Tentunya gaya bicara atau bahasa disesuaikan dengan *mad'u* yang akan dihadapi.

Kegiatan dakwah diperlukan penyampaian kepada audiens atau *mad'u*. Dengan menggunakan 5nstag yang lugas, menarik, bijaksana, maka komunikasi menjadi menarik. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surat al-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu 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”

Ayat di atas adalah petunjuk dari Allah SWT tentang cara berdakwah yang baik dan merupakan suatu kewajiban 5nstagr umat Islam. Berisi tentang metode atau cara bagi seorang pendakwah dalam melaksanakan tugas dakwahnya di masyarakat, antara lain dengan cara hikmah, pelajaran yang baik dan diskusi.

Seorang da'i maupun da'iyah dalam berdakwah haruslah menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* dengan sukses. Dalam artian, seorang da'i yang berdakwah menggunakan metode mempunyai ciri khas tersendiri, mulai dari penampilan atau *fashion* seorang da'i hingga isi pesan menggunakan pemilihan kata yang menjadi pesan dakwahnya diminati audiens, Sasaran dakwah harus dirumuskan agar dakwah dapat dilakukan secara efisien, efektif, dan agar sesuai dengan kebutuhan. Hal ini bisa berdasarkan usia, tingkat *Instagram* dan pengetahuan, tingkat *Instagram* ekonomi, dan pekerjaan, tempat tinggal, dan lain sebagainya (Didin Hafidhuddin., 1998: 79).

Akhir-akhir ini banyak bermunculan da'i maupun da'iyah baru yang mudah berdakwah melalui media, media cetak, *Instagram*, maupun elektronik. Banyak stasiun televisi berlomba-lomba dalam mempersembahkan program-program baru bernuansa religi demi menarik minat masyarakat dengan demikian program tersebut akan meningkat dari segi *rating*.

Pada bulan Ramadhan tahun 1439 H ini salah satu stasiun TV mempersembahkan program informasi dakwah yang memiliki *rating* yang bisa dibilang tinggi di mata masyarakat Indonesia. Program kompetisi tersebut adalah Saliha NET TV yang ditayangkan setiap pukul 5.00 WIB menjelang subuh selama Ramadhan sampai saat ini.

Ustadz Kembar Yusuf dan Alwi yusuf adalah kembar kakak beradik yang menjadi trend dengan panggilan Ustadz Kembar. Menampilkan ide-ide kreatif dalam menyampaikan dakwahnya, sehingga memilii fans dan pengikut di

instagramnya mencapai 25 ribu. Berbagai ciri khas yang tak dimiliki da'I lain yaitu memang kembar identiknya yang menyampaikan materi dakwah secara berurutan dan bergiliran.

Ketika melihat gaya retorika dakwah Ustadz Kembar yaitu banyak sekali ketertarikan. Dimulai ketika dalam penyampaian dakwahnya mempunyai kelebihan menjelaskan kajian secara bergelora, berdakwah jelas dan dapat dipahami oleh kalangan remaja, tegas dan mudah dicerna, humor dalam penyampaian dakwahnya masih bisa dibatasi, dalam gaya bahasa tubuh yang energik yang membuat mad'u semangat mendengarkannya, dalam penyampaian yang santun, diksi pada kalimatnya jelas. Bahkan yang lebih menarik 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.

Ustadz Kembar sering menyampaikan kata demi kata dengan diiringi gerak tubuh yang unik. Tak jarang mereka menjadikan poin-poin materi dakwahnya menarik saat disampaikan dengan cara bergantian mengucapkannya dan dengan dipraktekkan seperti layaknya 7nsta film. Dengan raut muka yang ekspresif menjadikan pesan dakwahnya lebih hidup dan lebih mudah diingat oleh audiens.

Namun Program Saliha tersebut mulai tidak tayang kembali untuk tayangan di televisi. Tidak diketahui alasan pihak NET tidak kembali menayangkan Saliha, namun seperti umum diketahui program tv memakai standar rating untuk menentukan suatu program akan terus tayang ataupun bungkus (tidak tayang lagi).

Namun program tersebut beralih pada platform media sosial Youtube untuk menayangkan kembali program SALIHA, dan Ustad Kembar memiliki chanel youtube bernama “ustad kembar” yang juga menayangkan program Saliha yang sebelumnya sempat NET TV produksi.

B. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

Retorika dakwah adalah seni berbicara yang mempengaruhi orang lain melalui pesan dakwah. Penelitian ini memfokuskan pada rumusan masalah, bagaimana gaya retorika dakwah Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf pada saat mengisi salah satu segment program religi SALIHA

Dengan sub masalah, yaitu:

1. Bagaimana gaya bahasa (style) Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf?
2. Bagaimana bahasa tubuh (gesture) Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf?
3. Bagaimana olah vocal (tata bunyi) Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya bahasa (style) yang digunakan Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf.
2. Untuk mengetahui bahasa tubuh (gesture) yang digunakan Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf.

3. Untuk mengetahui olah vocal (tata bunyi) yang digunakan Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritik

Menambah wawasan dan pengetahuan untuk memulai suatu pengalaman khususnya bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam.

2. Secara Praktis

Memberikan pengalaman dan motivasi untuk da'i da'iyah yang tengah bergelut dalam aktivitas dakwah dengan mengutamakan metode dakwah yang sesuai ciri khas masing-masing.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai Retorika Dakwah memang sudah banyak dilakukan, hal tersebut dikarenakan banyak orang yang mesngakses topik baik mengenai Retorika maupun Retorika Dakwah.

Maka dari itu peneliti memilih beberapa penelitian mengenai topik yang sama untuk dijadikan tinjauan pustaka yaitu:

Tabel 1. Referensi Penelitian Sebelumnya

| NO | JUDUL | PENELITI | JURUSAN | FAKULTAS | UNIVERSITAS | TAHUN |
|-----------|---|--------------------|----------------|-----------------------|--------------------------------|--------------|
| 1 | <i>GAYA RETORIKA USTADZ KEMBAR SHIAW</i> | Ilna Sri Rahmawati | KPI | Dakwah dan Komunikasi | UIN Sunan Gunung Djati Bandung | 2017 |
| 2 | <i>RETORIKA K.H. JUNAEDI AL-BAGHDADI DALAM PENGAJIAN DZIKIR MANAQIB</i> | Nida Farhatun Nisa | KPI | Dakwah dan Komunikasi | UIN Sunan Gunung Djati Bandung | 2018 |
| 3 | <i>RETORIKA PESERTA AKSI ASIA: GAYA CERAMAH ILYASA DAN ALYASA PADA AJANG AKSI INDOSIAR 2018</i> | Siti Nurjanah | KPI | Dakwah dan Komunikasi | UIN Sunan Gunung Djati Bandung | 2019 |

Berbeda dengan penelitian mengenai retorika yang banyak ditemukan peneliti dari berbagai universitas yang berbeda, namun penelitian mengenai Ustadz Kembar masih belum terlalu banyak ditemukan. Sejang ini peneliti belum menemukan penelitian mengenai Retorika Ustadz Kembar, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut.

2. Landasan Teoritis

Ustadz Adi Yusuf dan Alwi Yusuf menjadi cukup relevan untuk disaksikan dan ditelaah retorikanya. Ketika beliau berdakwah mengisi segment program religi Saliha, mempunyai ciri khas yang berbeda yaitu beliau ketika dalam penyampaian dakwahnya selalu bersamaan, saling bersautan menunjukkan kekompakan sebagai saudara kembar. Bahkan ketika dalam performa/penampilannya selalu menggunakan pakaian yang seragam dari motif dan warna. Dengan demikian, dalam diri ustadz kembar menunjukkan bahawa jalan dakwah bisa dilaksanakan dengan berbagai cara yang kreatif untuk menarik perhatian. “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).

Retorika dakwah terdapat pesan bila diteliti dengan pisau analisis yang tepat. Membaca makna dalam kotak sosial menjadi tugas analisis wacana dalam mengkaji teks, kognisi dan kondisi. Alex shobur (2010:68) Penelitian menggunakan penelitian analisis wacana (Discourse analysis) yaitu studi tentang struktur pesan atau telah mengenai aneka fungsi bahasa (pragmatik).

3. Kerangka Konseptual

Gaya adalah sikap, gerakan. Gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian, dan sebagainya. Retorika dakwah adalah seni atau ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampaian tutur yang efektif melalui lisan atau tulisan untuk mengefeksi dan mempengaruhi pihak lain.

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 sebaikbaiknya dengan tujuan tertentu” (Gorys Keraf, 2007: 1).

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 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) Penghayatan, berbicara memerlukan penjiwaan agar sesuai dengan tuntutan situasi dan kondisi (Yusuf Zainal Abidin, 2013: 87).

4) **Langkah-langkah Penelitian**

1. **Subjek dan Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf dalam Program Saliha. Hal tersebut dikarenakan Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf merupakan da'i cukup tersohor di kalangan generasi muda terutama yang rutin mengakses media maupun dunia siaran tv nasional, maka peneliti tertarik untuk menjadikan Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf ini sebagai subjek penelitian peneliti.

Adapun yang menjadi objek penelitiannya adalah retorika yang digunakan Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf. Hal tersebut dikarenakan Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf selalu mengeluarkan kata-kata bijak, unik yang memberi motivasi dalam dakwahnya. Sehingga banyak kemungkinan beliau menggunakan retorika dalam dakwahnya agar pesan dakwahnya dapat dipahami dan dilaksanakan oleh jemaahnya yang

menjamah kaum milenial. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai retorika Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf.

2. Metodologi Penelitian

Untuk mengetahui Retorika Ustadz Kembar maka metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Metode kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisa peristiwa, sikap atau aktivitas sosial baik secara individual maupun kelompok (Nana Syaodih Sukmadinata, 2009:53) Metode kualitatif juga merupakan jenis metode penelitian yang mana data penelitian atau fenomena penelitian tidak diperoleh secara statistik atau hitungan (Anselm Strauss & Juliet Corbin, *Basic of Qualitatif Research*, diterjemahkan oleh Muhammad Shodiq & Imam Muttaqien, 2013:4)

Jenis Data

Mengingat bahwa penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan studi deskriptif, maka jenis data yang dikumpulkan berupa jenis data kualitatif. Data-data yang dikumpulkan berupa video ceramah Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf.

3. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa tahap dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan indra manusia. Dalam hal ini alat indra manusia menjadi alat utama untuk melakukan observasi (Haris Herdiansyah 2013:129). Peneliti menyaksikan ceramah Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf Program Saliha. Hal ini dilakukan oleh peneliti untuk mengamati gaya retorika Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf

2. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan beberapa data berupa video-video ceramah Ustadz Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf dalam Program Saliha. Dokumentasi ini perlu dikumpulkan oleh peneliti sebagai bukti dan bisa terus disaksikan berulang untuk menunjang penelitiannya. Peneliti juga mengumpulkan beberapa literatur berupa buku-buku atau jurnal tentang retorika, dakwah dan agama sebagai pendukung.

4. Sumber Data

Sumber data terdapat dua jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang secara khusus atau utama didapatkan peneliti yang berkaitan dengan objek penelitian ini (Sumadi Subyabrata, 1987:93). Data primer dikumpulkan peneliti baik langsung maupun tidak langsung dari tempat objek penelitian. Data primer ini berupa video-video Ustad Kembar Adi Yusuf dan Alwi Yusuf.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang bertujuan untuk penunjang atau penguatan dalam bentuk teori bahkan sebagai landasan yang digunakan dalam memecahkan rumusan masalah dalam penelitian. Data sekunder sendiri berupa buku-buku atau jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini seperti buku-buku atau jurnal tentang retorika, dakwah, agama dan Islam.

5. Teknik 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.

