

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Fenomena retorika di zaman modern seperti saat ini menjadi sorotan khalayak umum karena kata-kata perlu disampaikan dengan rapih dan tersusun. Bukan hanya indah didengar namun dapat dimengerti oleh orang lain. Semua komunikator perlu memiliki kemampuan beretorika, baik seorang ulama, pejabat, guru, motivator, dan profesi lainnya yang mengharuskan untuk berbicara di hadapan khalayak.

Pada dasarnya bermasyarakat, bergaul, dan berkomunikasi sudah menjadi tabiat manusia. Dalam pembicaraan secara lisan maupun tulisan, kita perlu mempelajari cara untuk menyampaikan pesan dengan baik dan benar. Khususnya melalui bahasa tutur ini, tidak bisa hanya asal-asalan, melainkan perlu dilahirkan dari pemikiran yang jelas dan berdasarkan fakta yang akurat, disimbolkan dengan kata-kata yang tepat, kalimat yang selaras, alur pikir yang sistematis dan logis, serta didasarkan pada argumentasi dan alasan pendukung yang kuat (Machendrwaty et al, 2003: 28).

Retorika yang dapat digunakan sebagai seni dalam berkata-kata, bertujuan agar kata-kata dapat lebih mengesankan, baik melalui lisan maupun tulisan, atau berbicara dengan banyak orang dengan menggunakan pertunjukan dan rekaan (Suhandang, 2009: 25).

Penerapan retorika sangat bermanfaat bagi aktivitas dakwah, karena dakwah yang semakin hari semakin berkembang di hampir semua lapisan masyarakat, karena hal ini dipicu oleh meningkatnya kesadaran masyarakat pada kebutuhan ruhani yang beriringan dengan perkembangan kebutuhan jasmani. Penyebaran agama Islam dapat dilakukan oleh sekelompok orang atau dapat dilakukan oleh perorangan. Dalam penyebarluasannya dapat melalui online maupun offline karena menggunakan media yang semakin strategis untuk dimanfaatkan.

Dakwah masa kini perlu banyak inovasi agar tidak monoton, karena orang-orang saat ini lebih menyukai sesuatu yang menarik untuk didengar, maka cara penyampaian pesan dakwah perlu diperhatikan, karena hal ini akan menjadi salah satu kunci keberhasilan dakwah pada masa kini. Terkhusus bagi generasi Z yang lebih menyukai cara penyampaian pesan dakwah yang dikemas dengan kreatif. Semakin teknologi maju maka kita sebagai umat Islam perlu untuk berlomba-lomba menguasainya agar dapat memaksimalkan pemanfaatannya.

Dakwah dari masa ke masa dihadapkan dengan berbagai tantangan, maka Maka seorang dai perlu memahami kondisi *mad'u* yang dihadapi, seperti Rasulullah Muhammad Saw juga memiliki strategi dakwah agar Agama Islam dapat dikenal dan terima oleh seluruh manusia. Setelah turunnya surat Al-Muddatstsir, Rasulullah Muhammad Saw mulai menjalankan misi dakwah di jalan Allah.

Yang pada awal mulanya Rasulullah Muhammad saw melakukan dakwah secara sembunyi-sembunyi, hal ini bertujuan agar penduduk Makkah tidak kaget dengan suatu ajaran yang tiba-tiba menggusarkan mereka. Pertama-tama Rasulullah

Muhammad Saw menyerukan Islam kepada orang-orang terdekat beliau di lingkungan keluarga dan teman.

Dakwah pun mengalami perkembangan Beliau mengenal obyek dakwahnya itu yang tidak meragukan kemuliaan Rasulullah, maka terbentuklah komunitas mukminin dalam bingkai ukhuwah Islamiyah yang bersatu dalam ikatan tolong menolong. Mereka kini dinilai siap untuk mengemban amanah penyampaian risalah dakwah. Dakwah pun dilakukan secara terang-terangan, dan siap menggencarkan “*ammar ma'ruf nahi mungkar*” pada setiap penjuru dunia.

Sejarah perkembangan pemikiran falsafi dalam dakwah Islam dapat dikategorikan kepada beberapa periode:

Pertama, Periode Nubuwat. Pada periode ini yang penting untuk digaris bawahi yakni semua nabi dan rasul adalah filosof. Semua nabi dan rasul bertugas memanggil, menyeru, dan mengajak, manusia untuk beriman kepada Allah SWT dan menjalankan syariat Agama. Dengan demikian, nabi dan rasul adalah para dai, sebab arti nabi merupakan orang yang membawa dan menyampaikan informasi (wahyu) dari Allah kepada manusia, sedangkan rasul adalah orang yang menyampaikan pesan (risalah) dari Allah SWT kepada manusia. Pesan utama yang disampaikan oleh para nabi dan rasul adalah menegakkan keyakinan *Tauhidullah*.

Kedua, Periode *al-Khulafa al-Rasyidin*. Setelah meninggalnya Rasulullah Muhammad Saw, Pemikiran dakwah pada periode ini adalah naql dan aql secara seimbang orientasi utama pengembangan dakwah berupa futuhat yaitu konsolidasi dan ekspansi Islam.

Ketiga, Periode *Tabi'i al-Tabii al-tabiin* adalah sebutan bagi generasi yang hidup setelah tabiin yang mendapat nilai keutamaan. Kajiannya lebih berorientasi pada syariat sebagai pesan dakwah.

Keempat, Periode *Tabi'i al-Tabi'in*. Periode ini dapat dikategorikan sebagai periode khalaf, suatu periode dengan 300 tahun setelah zaman nubuwah. Yang mana muncul berbagai corak pemikiran di dalam berbagai bidang kajian keislaman.

Kelima, Periode Modern, priode modern merupakan era kebangkitan Islam yang ditandai dengan munculnya para tokoh pejuang Islam (Kusnawan, 2015: 38).

Dakwah berarti upaya memanggil, menyeru, dan mengajak manusia menuju Allah SWT. Dakwah adalah kewajiban bagi setiap muslim di muka bumi ini, maka berdakwah dapat dilakukan oleh siapa saja tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Dakwah menjadi pelita bagi kehidupan, yang dapat memberi cahaya serta menerangi kehidupan manusia dari gelap gulita menuju terang benderang. Ditengah-tengah kegersangan spiritual dan rapuhnya moral , dakwah diharapkan dapat memberi cahaya serta dapat menjadi jalan menuju solusi dari berbagai ketimpangan dan kerusakan di muka bumi ini (Noviyanto et al, 2014: 123).

Dakwah dapat dilakukan pada seluruh aspek kehidupan, maka dakwah akan lebih berkembang dengan pesat, jika semua orang yang ahli di bidangnya masing-masing mempunyai kesadaran untuk berdakwah. Tentu bagi seorang dai hal ini menjadi kewajiban bahwa cara penyampaiannya tidak boleh luput dari perhatiannya.

Dakwah dapat mengubah cara pandang umat ke situasi yang lebih baik dalam segala segi kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan nyata, baik bagi kehidupan pribadi, keluarga, maupun masyarakat, sebagai suatu keseluruhan tata kehidupan bersama (Mulkan, 1993: 100).

Dakwah merupakan tugas seluruh umat muslim, maka semua orang mempunyai kesempatan yang sama dalam menyampaikan ajaran Agama Islam, berarti kewajiban dakwah bukan hanya disematkan pada orang yang ingin saja, namun kepada seluruh manusia.

Al-Qur'an merupakan rujukan pertama dan utama, maka Al-Qur'an dipandang sebagai kitab dakwah. Al-Qur'an telah memperkenalkan sejumlah istilah kunci yang berkaitan dengan dakwah sehingga melahirkan konsep dakwah karena di dalam Al-Qur'an istilah-istilah dakwah tersebut selalu diekspresikan dalam konteks bagaimana kedudukan, fungsi dan peran manusia sebagai *mukhatab* utamanya yang berkaitan dengan hak dan kewajibannya terhadap tiga dimensi, yang berhubungan dengan hubungan vertikal dan horizontalnya, yakni *habl min Allah*, *habl min al-nas* dan *habl ma'a al-alam*. Ayat-ayat di dalam Al-Qur'an menegaskan keberadaan gagasan, visi, misi, dan prinsip dakwah dalam wawasan Al-Qur'an (Kusnawan, 2004: 13).

Proses atau unsur-unsur yang terdapat pada tanzil Al-Qur'an menjadi isyarat sekaligus syarat berlangsungnya proses dakwah yang simultan antara unsur yang satu dengan dengan unsur yang lain. Menurut kajian ilmu dakwah, terdapat lima unsur dakwah, yaitu: (1) *Dai* sebagai penyampai dakwah; (2) *Mawadlu al-da'wah*

atau pesan dakwah; (3) Wasilah al-Da'wah atau media dakwah; (4) *Uslub al-Da'wah* atau metode dakwah; (5) *Mad'u* atau objek dakwah (Sukayat, 2015: 23).

Tujuan dakwah adalah mengajak seluruh manusia pada kebahagiaan, baik untuk kehidupan di dunia mau pun kehidupan di akhirat, yakni mencari Ridho Allah SWT dengan mentaati segala perintah Allah SWT dan menjauhi segala larangan-Nya. agama Islam mutlak menjadi keharusan bagi manusia yang ingin mencapai kebahagiaan yang sesungguhnya.

Dakwah memiliki metode yang bermacam-macam, diantaranya ada empat metode, yakni: pertama, tabligh; yang berarti bentuk komunikasi dengan cara menyampaikan ajaran Islam melalui media mimbar atau media masa. Kedua, Irshad; proses penyampaian ajaran Islam melalui bimbingan atau penyuluhan. Ketiga, Tadbir; Manajemen kegiatan dakwah. Keempat Tathwir atau Tamkin; pengembangan kegiatan dakwah implemen-tatif (Sukayat, 2015: 14).

Perkembangan dakwah tidak terlepas dari kepiawayan para nabi dalam berkomunikasi, pola komunikasi kenabian Rasulullah Muhammad saw yang sarat dengan kandungan nilai dan etika . Maka hal ini berkaitan dengan retorika yaitu seni dalam menyampaikan pesan.

Dakwah Islam mencakup suatu aktivitas, baik yang bersifat material, spiritual, jasmani, rohani, mapun mental dan intelektual yang dilakukan melalui interaksi positif baik personal, kolektif, maupun massal pada berbagai segi kehidupan. Prinsip bahwa agama Islam meliputi berbagai aspek kehidupan menjadi

pilar yang terus menerus dioperasionalkan dalam berbagai langkah pembinaan dakwah (Maarif, 2010: 26).

Tujuan Retorika adalah mengasah kemampuan berbicara bagi seorang pembicara khususnya bagi pendakwah atau mubaligh agar mempermudah proses penyampaian pesan, dapat menggabungkan narasi, argumentasi dan mempermudah menyampaikan gagasan-gagasan, sehingga pesan yang disampaikan mubaligh dapat lebih dimengerti oleh objek dakwah atau *mad'u*.

Da'i-da'i di hari ini perlu berinovasi dalam menyampaikan pesan dakwahnya, agar *mad'u* dapat mudah memahami isi pesan yang disampainya. Kita dapat berkaca dari zaman Rasulullah Muhammad saw. Retorika ala Rasulullah ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menyampaikan dakwah kita kepada *mad'u*. agar dapat mengajak sebanyak-banyaknya umat manusia ke dalam agama Islam.

Sistematika ajaran retorika merupakan akar ilmu komunikasi yang paling tua, Allah mengkaruniakan kemampuan retorika pada Rasulullah Muhammad saw, dengan pendekatan retorika yang menyejukkan dan menentramkan, gaya bahasanya yang padat dan bermakna. Bahasa tubuhnya santun dan etis (Syahputra, 2007: 5).

Berbicara dakwah bukan hanya berkaitan dengan komunikasi dan retorikanya, namun berhubungan juga dengan kepribadian seorang dai tersebut, yakni menyangkut *ethos*, *pathos*, dan *logos* seorang dai.

Bapak retorika yakni Aristoteles juga mengemukakan bahwa retorika tidak lain dari pada “kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi

tertentu, metode persuasi yang ada”. Yang dalam tahap itu juga pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan (*argument*) yang sesuai dengan kebutuhan khalayak (Rakhmat, 2012: 7).

Dalam proses dakwahnya, dai bukan hanya sekedar menyampaikan kata-kata yang mengandung arti, namun dai perlu menyentuh hati para *mad'unya* agar apa yang disampaikannya dapat diimplementasikan secara nyata oleh para *mad'unya*.

Menjadi dai ideal memang tidak mudah, perlu perjuangan dan pengorbanan, selepas dari itu, hal yang lebih penting yakni saat manusia dapat mengoptimalkan untuk mengejar rida Allah SWT. Bukan hanya baik di mata manusia, namun penilaian Allah yang paling utama. Jika telah banyak orang yang berbondong-bondong menjadikan Allah sebagai tujuannya maka, maka tunggulah kejayaan Islam akan semakin di depan mata. Langkah kecilnya yakni dengan menjadi pribadi yang baik dan dai yang sesungguhnya, yang terjauh dari label dai komersial.

KH. Komarudin Chalil, M.Ag adalah salah seorang mubaligh yang ada di kota Bandung, kegiatan dakwah KH. Komarudin Chalil, M.Ag menggunakan retorika yang menarik, fokus dan memiliki prinsip yang menegaskan bahwa agama Islam adalah *rahmatan lil alamain* (rahmat bagi seluruh alam), maka dakwahnya juga menarik untuk diteliti karena dakwahnya dapat diterima oleh semua segmen usia.

Ketika melakukan aktivitas dakwahnya, KH. Komarudin Chalil, M.Ag banyak membahas tentang seputar kehidupan sehari-hari yang berhubungan juga

dengan manajemen qolbu, yang membawakan dengan cara komunikatif, sehingga mudah dipahami dan banyak yang tersentuh dengan pesan yang disampaikannya.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana ethos, pathos, dan logos KH. Komarudin Chalil, M.Ag pada saat berdakwah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk:

Dapat memahami ethos, pathos, dan logos KH. Komarudin Chalil, M.Ag pada saat berdakwah.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangsih kepada dunia akademisi, baik secara teoritis atau praktis.

1. Teoritis

Sebagai Mahasiswa Universitas UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Peneliti berharap dapat memberi aset bagi kekayaan kajian dakwah sehingga dapat menambah referensi pembuatan penelitian selanjutnya.

2. Praktis

Memberikan gambaran pada mahasiswa agar dapat merealisasikan teori-teori ke dalam bentuk aksi nyata, sehingga keberadaan mahasiswa lulusan Universitas UIN Sunan Gunung Djati Bandung akan terasa kapasitas dan kapabilitasnya di tengah-tengah masyarakat.

E. Landasan Pemikiran

Dakwah tidak lain adalah komunikasi namun titik perbedaannya adalah pendekatannya yang dilakukan secara persuasif, dan juga tujuannya yaitu mengharapkan perubahan perilaku yang sesuai nilai-nilai islam (Tasmara, 1997: 39).

Dakwah Islam dilakukan dengan kebijaksanaan, anjuran yang baik, dan perdebatan yang santun, seperti di dalam al-Quran Surat An. Nahl: 125. Dalam dakwah retorika persuasif itu diperlukan, Karena hal ini berhubungan dengan kesuksesan dakwah tersebut.

Dakwah dalam rangka pembentukan dan pembinaan akidah disertai penanganan primer secara serius dan sungguh-sungguh, menjadi garapan utama para pengemban dakwah.

Kelemahan dan ketertinggalan umat Islam dalam mengakses informasi dari waktu ke waktu, pada gilirannya akan menghambat langkah-langkah dakwah. Maka pemahaman dai terhadap dakwah terkait wawasan agama, keumatan, dan metodologi perlu diperjelas, terlebih bagi yang masih awam, tetapi memiliki ketertarikan dan motivasi tinggi untuk terjun ke dunia dakwah. Wawasan yang

sempit dan pemahaman yang keliru tentang dakwah dapat menyebabkan kondisi yang tidak baik. Seperti maraknya kemaksiatan di tengah masyarakat.

Dakwah hakikatnya manifestasi dari paham keagamaan seseorang. Dakwah juga merupakan ekspresi dari pemahamannya mengenai agama. Ketika terjadi kekeliruan atau bahkan kesalahan pemahamannya tentang ajaran agama dan cara mendakwahnya, maka dakwah yang ditampilkannya pun akan salah. Dakwah juga bukan hanya cara, tetapi terdapat nilai-nilai yang penting untuk diusung dan diperhatikan, yakni nilai yang melekat pada pribadi dai, yang melekat pada proses dakwah, nilai-nilai kearifan, kepatutan, kesesuaian dengan nilai ajaran Islam, pencitraan, keprofesionalan, pencaaian tujuan/ keberhasilan, keteladanan, keindahan, dan lain-lain (Tajiri, 2015: 4).

Seorang dai tentu akan berbicara, yang mana berarti akan mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Berbicara adalah satu kemampuan khusus pada manusia. Oleh karena itu, berbicara itu seusia umur bangsa manusia. Bahasa dan pembicaraan itu muncul, ketika manusia mengungkapkan dan menyampaikan pikirannya kepada manusia lain. Bicara berhubungan erat dengan tutur kata karena memegang peranan pokok dalam kehidupan manusia, terutama agar dalam penyampaian pendapat-pendapat atau pesan dakwahnya mudah diterima oleh audien.

Sangat diperlukan untuk menambah kredibilitas seorang dai, agar dakwah semakin tersebar dan semarak ke berbagai belahan muka bumi. Dakwah pun berhubungan dengan retorika agar mencapai komunikais yang efektif.

Retorika sangat penting bagi kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya, semua orang pasti berinteraksi satu sama lain. Karena itu, kemampuan berbicara dan bertindak dengan baik sangat perlu diperhatikan dan dilatih.

Dari kacamata komunikasi tampak bahwa retorika merupakan proses penyampaian pesan dari seorang pembicara kepada orang banyak, baik secara langsung (*face to face*) atau pun tidak langsung (*mediated*) baik lisan maupun tulisan. Dengan demikian bentuk komunikasi yang tampak dalam retorika adalah komunikasi kelompok ini dapat melakukan retorika dalam bentuk khotbah, ceramah, dan yang lainnya.

Herrick menyebut manusia sebagai *rhetorical being* (pengada retorik), mengingat sangat berkaitannya antara retorika dan eksistensi manusia (Ma'arif, 2015: 5).

Retorika adalah seni dalam menggunakan kata-kata agar mengesankan, baik secara lisan maupun tulisan, yang mana isi pesannya akan mengarah pada persuasi agar membuat orang lain dapat mengikuti apa yang disampaikan oleh seorang pembicara.

Circeo mengemukakan enam syarat retorika yang baik, yaitu: Pertama, harus mencakup beberapa ilmu pengetahuan. Kedua, pembicara harus dapat menelaah setiap persoalan. Ketiga, pembicara harus menguasai persoalan-persoalan masyarakat, hukum, kebudayaan, dan etika masyarakat. Keempat, pembicara harus menguasai filsafat. Kelima, mengajukan persoalannya dengan

menarik, mendalam, berbahasa yang baik, susunan kata yang baik, dan mengandung kebenaran. Keenam, Pembicara harus menguasai segala bidang ilmu pengetahuan (Suhandang, 2008: 41).

Retorika dapat memudahkan seseorang dalam menggunakan bahasa, baik ketika berkomunikasi dengan seseorang maupun dengan kelompok. Retorika bertitik tolak pada bahasa dan bicara dengan menggunakan kalimat yang ditujukan kepada obyek pendengar dengan tujuan tertentu sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan jelas, menarik dan berkesan.

Dalam tahapan metodis retorika ditopang juga oleh tiga faktor, yaitu ethos, pathos dan logos. Penjelasannya sebagai berikut:

Pertama, Ethos, kata ethos (bentuk tunggal) yang memiliki arti tempat tinggal. Padang rumput, kandang, adat. Kebiasaan, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berfikir (Tajiri, 2015: 12).

Hanya pembicara yang berethos yang mampu diterima oleh audien, pembicara yang berethos tentu saja pembicara yang memiliki kredibilitas personal. Parameter ethos berada pada persepsi masyarakat. Jika pembicara publik mampu menginternalisasikan pengetahuannya itu pada dirinya sehingga masyarakat dapat menerimanya dengan baik, diapun dapat disebut pembicara publik berethos (Ma'arif, 2015: 10).

Pepatah Arab mengatakan “*Unzhur ma qial wa la tanzhur man qala*” (perhatikan apa yang dikatakan, jangan perhatikan siapa yang mengatakan!) , namun pembicara public tetap perlu memperhatikan kepribadiannya. Bahkan

pembicara publik idealnya menyerap sifat-sifat nabi, yaitu jujur (Shidiq), dapat dipercaya (Amanah), cerdas (fathanah) dan komunikatif (tabligh).

Kedua, Phatos, merupakan psikologi komunikasi yang mendeskripsikan unsur-unsur kejiwaan pendengar yang perlu diketahui oleh pembicara (Ma'arif, 2015: 26).

Phatos ini berhubungan erat dengan emosi seseorang, maka dalam proses dakwah pathos menjadi hal yang cukup penting untuk mendorong kesuksesan dakwah. Setiap mad'u memiliki cara komunikasi yang berbeda-beda, maka dai perlu menyesuaikan pembicaraannya dengan emosi dan karakter *mad'u* agar terjadi komunikasi yang efektif.

Mad'u juga memiliki emosi yang beragam, namun masing-masing dapat bermanfaat pada momen yang tepat. Misalnya marah itu diperlukan saat menghadapi keburukan-keburukan yang terjadi, tapi kembali tenang juga diperlukan saat menyampaikan pesan dakwahnya. Seorang *mad'u* perlu memperhatikan mad'u baik terkait umur, profesi agar dapat menyesuaikan pembicaraannya.

Ketiga, Logos, secara sederhana berarti faktor isi pesan komunikasi. Dalam ranah filsafat, logos dimaknai secara beragam, seperti: (a) sebab imanen dari pola identitas yang jelas (nyata) dalam perubahan konstan segala sesuatu; (b) alasan pokok bagi eksistensi benda tertentu mana saja dalam alam semesta; (c) keniscayaan, hukum, nasib atau takdir kosmis; dan (d) apa yang di alam semesta tetap sama, sementara segala sesuatu yang lain berubah (Maarif, 2015: 43).

Pesan pembicaraan dalam retorika diformat dalam tiga bentuk. Pertama, sampel/ perumpamaan. Seperti halnya Al-Qur'an yang sering menunjukkan sampel factual, seringkali menceritakan sejarah orang-orang di masa lalu untuk diambil pelajaran. Kedua, Adagium/ Peribahasa yang berarti pernyataan umum tentang tindakan praktis. Pernyataan yang dapat berlaku untuk banyak orang dan dapat dipraktikkan oleh semua orang. Ketiga, Enthymeme/ Argumentasi Retorika, menurut Aristoteles yang berarti substansi persuasi retorika.

F. Langkah- langkah Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan cara yang mendasar untuk melakukan persepsi, berfikir dan menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu yang khusus tentang realitas (Harmon, 2004: 49).

Macam-macam paradigma diantaranya adalah: Pertama, Paradigma Positivistik ; menekankan pada ilmu bukan didasarkan hukum dan prosedur yang baku. Kedua, Paradigma Interpretif; yakni melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks dan makna yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial. Ketiga, Paradigma Kritis: tidak hanya menjelaskan, mempertimbangkan, merefleksikan dan menata realitas social tapi juga ingin membongkar ideologi-ideologi yang sudah ada.

Maka pada penelitian skripsi kali ini sebagai kerangka konseptual menggunakan paradigma interpretatif, karena dengan menggunakan paradigm

interpretatif dapat melihat fenomena serta menggali pengalaman dari objek penelitian.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini mengenai retorika dakwah K.H Komarudin Chalil, M.Ag untuk mendapatkan data yang objektif peneliti menggunakan metode deskriptif.

Metode deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

3. Jenis Data dan Sumber Data

Di dalam penelitian ini sumber pengumpulan data di kelompokkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Yakni sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer, didapatkan dengan melakukan observasi langsung pada kegiatan dakwah KH. Komarudin Chalil, M.Ag.
2. Sumber Data Sekunder, Didapatkan dari hasil wawancara langsung dengan KH. Komarudin Chalil, M.Ag.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni cara untuk mengumpulkan data agar dapat menjawab rumusan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tahap sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini adalah langsung dengan menghadiri beberapa kegiatan dakwah KH. Komarudin Chalil, M.Ag.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan bahan baik berupa tulisan atau pun video yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Pada penelitian kali ini peneliti mengambil dokumentasi langsung dari objek, dan dokumentasi tersebut akan diputar ulang untuk mengamati kembali apa yang disampaikan oleh KH. Komarudin Chalil, M. Ag.

3. Wawancara

Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan KH. Komarudin Chalil, M.Ag.

H. Analisis Data

Analisis data dapat digunakan sebagai alat penunjang penelitian karena dapat menyimpulkan hasil dari sebuah penelitian. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif atau data non-statistik. Maka peneliti akan mengambil analisis data kualitatif yang secara tepat dan mendalam, maka akan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:



1. Memeriksa semua data yang terkumpul, yakni setelah melakukan observasi peneliti akan memeriksa dan mengamati kembali hasil dokumentasi yang telah diambil.
2. Mengklarifikasi data yang telah diambil menjadi data primer dan sekunder.
3. Data data diolah

I. Pedoman Wawancara

- 1). Bagaimana profil KH. Komarudin Chalil, M.Ag?
- 2). Bagaimana kondisi perkembangan dakwah di Kota Bandung?
- 3). Bagaimana cara berdakwah di kota besar dan daerah terpencil?
- 4). Apa perbedaan berdakwah di dalam negeri dan di luar negeri?
- 5). Bagaimana penggunaan etika, dan bahasa ketika berdakwah di setiap daerah?
- 6). Apakah para dai di Kota Bandung termasuk dai yang bertoleransi dalam menggunakan kata-kata yang santun, tidak menyudutkan suku, ras dan golongan?