#### BAB I

#### **PENDAHULUAN**

#### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan media mempengaruhi kegiatan dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional dan kini menjadi digital. Kegiatan dakwah Islam telah berkembang di ruang publik. Dakwah muncul dalam berbagai bentuk sebagai proses pemberian ajaran spiritual.

Keragaman kegiatan dakwah didorong oleh faktor lain, yaitu media dakwah. Sehingga efektivitas optimalisasi dakwah dapat ditingkatkan dari segi waktu, biaya dan proses (Habibi, 2018: 105). Jika didasarkan pada konsep dakwah kontemporer, maka dakwah harus menggunakan teknologi modern yang berkembang.

Menyebarkan dakwah melalui teknologi digital atau media sosial saat ini menjadi solusi yang tepat. Karena semakin marak dan minat umat Islam untuk belajar ajaran Islam melalui internet juga meningkat. Kecanggihan teknologi telah mengubah seseorang untuk mendapatkan wawasan keagamaan.

Dakwah Islam saat ini memang sudah menggunakan pendekatan yang modern, sudah menggunakan media informasi yang mutakhir. Dakwah sudah dikemas ke dalam berbagai bentuk berupa audio, visual dan juga

audiovisual seperti halnya pada media televisi, radio, surat kabar dan aplikasi yang sedang marak digunakan seperti dalam data we are social pada

tahun 2021 aplikasi yang paling banyak digunakan diantaranya youtube 93,8%, instagram 86,6%, facebook 85,5% twitter 63,6% dan tiktok 38,7%.

Dakwah sudah menghiasi berbagai macam media tersebut dan semua dakwah dalam platform tersebut termasuk ke dalam ragam *Khitobah Ta'tsyiriyah*, yang mana semua platform tersebut dijadikan sebagai wasilah dakwah atau media. Yang membedakannya terdapat pada metode khitobahnya, hal itu tergantung da'i yang akan menyampaikan dakwahnya. Bisa dengan metode monolog, semi dialog, dialog atau mungkin ada yang membaca keseluruhan teks dakwahnya namun jarang da'i seperti itu. Ataupun bentuk dari konten yang biasanya di publikasikan melalui platform tersebut, ada yang dalam bentuk audiovisual seperti podcast, kajian, atau konten yang berbentuk visual seperti gambar ataupun tulisan.

Hadirnya platform digital Spotify di era modern saat ini memudahkan banyak pihak dalam mempublikasi informasi kepada khalayak, meski begitu spotify yang awalnya diproyeksikan hanya untuk hiburan, bisa digunakan sebagai sarana penyampai pesan dakwah. Selain itu, masyarakat Indonesia yang notabenenya memiliki budaya literasi yang rendah dimudahkan dalam menggali informasi dengan kehadiran Spotify.

Hal ini berdasarkan data UNESCO menunjukkan bahwa minat membaca orang Indonesia hanya 0,001%. Artinya, hanya 1 dari 1.000 orang Indonesia yang rajin membaca. Informasi yang disajikan akan lebih menarik jika didalamnya memuat nilai-nilai keislaman atau pesan dakwah.

Hal yang membedakan spotify dengan platform digital lain terletak

pada *ouputnya* yang berbentuk audio, dengan demikian hal ini akan difokuskan hanya kepada retorika yang disampaikan oleh speaker atau *creator*nya. Hadirnya spotify, turut membuat khitobah berkembang terutama retorika Jika dalam dakwah retorika ini termasuk kedalam khitobah.

Khitobah berarti menyampaikan nasehat yang baik sesuai dengan ajaran Islam (Amin, 2009: 9). Sedangkan jika menurut Al-Jurjani, khitobah adalah upaya untuk membangkitkan rasa ingin tahu orang lain tentang sesuatu yang berguna baginya, apakah itu tentang permasalahan di dunia ataupun mengenai urusan nanti kelak di akhirat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa khitobah adalah upaya menyampaikan gagasan dan pemikiran yang berisi penjelasan tentang satu atau beberapa masalah yang disampaikan seseorang di depan sekelompok orang atau khalayak.

Bersamaan dengan hal itu pengemasan konten keagamaan yang cenderung kasual, tidak kaku sehingga menarik perhatian banyak pihak, khususnya generasi milenial sebagai mayoritas pengguna platform digital, yakni spotify. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya potensi untuk mempublikasikan dakwah lewat platform digital, khususnya untuk menambah khazanah retorika yang segmennya diperuntukkan untuk anak muda.

Farah Qoonita seorang lulusan Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran yang dikenal sebagai seorang aktivis, penulis buku dan ia pun dikenal sebagai seorang pengiat media sosial. Namun, mengingat kentalnya budaya tutur Farah Qoonita tergerak untuk membuat konten berbentuk audio yaitu podcast "Cinta lewat Cerita" karena memiliki potensi untuk berkembang di tanah air. Selain itu potensi konten dakwah berbentuk audio terletak pada kelebihannya yaitu dapat diakses secara otomatis, sederhana dan terkontrol di tangan pendengarnya, dapat

dibawa-bawa, dan selalu tersedia.

Farah Qoonita memberi nama podcastnya "Cinta lewat Cerita" dengan makna bahwa ada banyak sekali cinta yang Allah dan Rasul-Nya terbarkan dibumi. Ia ingin sampaikan berjuta cinta itu untuk pendengarnya. Ia sudah mulai mempublikasikan sejak April 2019 dan sebanyak 91% pendengar mendengarkan podcastnya di platform digital Spotify (Hasil Wawancara, creator podcast Cinta lewat Cerita, 4 Agustus 2021). Hingga saat ini terhitung sudah ada sekitar 100 podcast yang ia publikasikan di Spotify, tema yang ia angkat pun beragam.

Masyarakat menggemari podcast dan menggunakannya sebagai media alternatif untuk menikmati konten audio. Seperti yang terdapat dalam Survey Daily Social dan JakPat Mobile Survei Platform (2018), alasan mendengarkan Podcast antara lain: 65% karena konten yang beragam, 62,69% karena fleksibilitas, dan 38,85% karena lebih nyaman daripada konten visual. Seperti halnya pada aplikasi Spotify terdapat sebuah podcast yang menurut peneliti sangat relevan untuk remaja karena banyak membahas hal yang relateable lalu disampaikan secara ringan sehingga mudah dimengerti, yakni podcast Farah Ooonita.

Walaupun konten yang ia buat ringan dan mudah dimengerti tetapi ia kreasikan dengan menggunakan diksi berupa beberapa majas, salah satu contohnya seperti yang ada pada podcast yang berjudul Saat Kamu Terpuruk ia bertutur "Saat terpuruk Allah justru meminta kita menegakkan kepala, lihatlah langit, lihatlah matahari yang terbit dan terbenam. Langit yang benderang lalu gulita. Maka bukankah begitu juga kehidupan?" yang termasuk ke dalam majas simbolik karena menggambarkan sesuatu dengan benda

Selain itu yang membuat Podcast Cinta Lewat Cerita menarik dapat

dilihat dari segi konsep dakwahnya yang Farah Qoonita bagi menjadi tiga hal yaitu, mengenai *self development* atau jika dalam islam itu *tazkiyatun nafs* yang berarti membersihkan jiwa dan memperbaikinya serta mengembangkan potensi yang ada dalam diri, ada juga tentang kehidupannya sehari-hari serta hikmah yang dapat di ambilnya dan tentang Palestina yang semangat juang masyarakat dalam menjaga wilayahnya begitu menginspirasi.

Maka dengan hal tersebut Farah Qoonita sebagai creator dan pengiat media memaksimalkan pemanfaatan platform digital karena ia memiliki pengikut sebanyak 200 ribu di media sosial instagram dan 1.600.000 orang yang sudah memutar podcastnya di spotify. (Hasil Wawancara, creator podcast Cinta lewat Cerita, 4 Agustus 2021).

Jika menurut Farah Qoonita mengenai pemanfaatan podcast untuk menyampaikan pesan dakwah, hikmahnya adalah saat ini diberi kemudahan untuk sharing sesuatu hal yang baik. Seperti untuk saat ini hanya dirumah saja dan rekaman sekali lalu tinggal di publikasikan di platform digital dan sudah bisa didengarkan berulang-ulang. (Hasil Wawancara, creator podcast Cinta lewat Cerita, 4 Agustus 2021)

Telah banyak hasil penelitian sebelumnya yang mengangkat fokus kajian seputar retorika dakwah ataupun model penelitian yang hampir mirip dengan skripsi ini. Seperti skripsi yang di buat oleh Regi Raisa Rahman (2018) yang berjudul "Retorika dakwah Ustadz Evie Effendi divideo youtube" dihasilkan bahwa ia menerapkan konsep ethos, pathos dan logos. Selain itu gaya retorikanya gaya bahasa dan humor. Ada juga jurnal yang relevan dengan skripsi yang akan peneliti akan teliti, yaitu jurnal yang dibuat oleh Mutmainah (2021) yang berjudul "Religiusitas Media Dakwah Podcast Islam Spotify" penelitian ini

menemukan bahwa dari lima sikap religiusitas hanya terdapat tiga saja yaitu ritualistik, keyakinan dan pengetahuan, hal ini diperoleh dari kedua informannya. Selain itu Mochammad Zia Ulhaq (2020) meneliti "Retorika Dakwah dalam Politik Studi Kasus TGB Muhammad Zainul Majdi" yang hasil penelitiannya berbentuk tesis, ditemukan bahwa retorikanya berupa pesan dakwah *bil-hikmah*, tipe pendekatan retorika politiknya itu *deliberatif* dan identitas retorikanya didapat dari narasi-narasi.

Penelitian diatas merupakan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan difokuskan kepada podcast Farah Qoonita yang berjudul "Cinta lewat Cerita" sebagai objek dalam penelitian ini. Berkaitan dengan hal ini maka subjek penelitiannya adalah retorika dakwah yang variabelnya itu adalah platform digital Spotify. Dalam penelitian ini akan menggunakan metodologi penelitian analisis pragmatik yang dikemukakan Charles Morris.

Sehingga hal ini akan menarik untuk diteliti lebih lanjut dan juga keunggulan jika retorika dakwah digunakan platform digital seperti Spotify, sebagai sebuah media yang dapat digunakan untuk menjangkau berbagai generasi khususnya anak muda. Sehingga penulis akan melakukan penelitian tentang retorika dakwah dalam podcast Farah Qoonita melalui platform digital Spotify.

#### **B.** Fokus Penelitian

Dari latar belakang tersebut, penelitian dilakukan dengan kerangka fokus penelitian berupa pertanyaan sebagai berikut;

 Bagaimana gaya bahasa Farah Qoonita dalam *podcast*nya "Cinta lewat Cerita" melalui spotify?

- 2. Apa sumber rujukan Farah Qoonita dalam memproduksi konten dakwah dalam podcast "Cinta lewat Cerita"?
- 3. Bagaimana imbauan pesan dakwah dalam produksi konten podcast "Cinta lewat Cerita"?

#### C. Tujuan Penelitian

Berdasar pada fokus penelitian yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

- Untuk mengetahui gaya bahasa yang digunakan Farah Qoonita dalam podcastnya "Cinta lewat Cerita" melalui spotify.
- 2.Untuk mengetahui apa saja yang menjadi rujukan Farah Qoonita dalam memproduksi konten dakwah dalam podcast "Cinta lewat Cerita".
- 3.Untuk mengetahui bagaimana imbauan pesan dakwah yang ada dalam produksi konten podcast "Cinta lewat Cerita".

#### D. Kegunaan Penelitian

#### 1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan yang di kemudian hari bisa digunakan oleh peneliti lain untuk model penelitian yang serupa. Sekaligus juga dapat menjadi acuan atau rujukan pengembangan penelitian mengenai masalah yang serupa oleh peneliti lain. Khususnya bisa menjadi jawaban bahwa dakwah dapat dilakukan melalui *platform digital* khususnya spotify seperti ini.

#### 2.Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan dan menambah pengetahuan bagi masyarakat dan para akademisi dakwah dalam mengemas

penyampaian dakwah dengan memanfaatkan media lisan (dakwah *bil lisan*) berbentuk audio dengan format *podcast*. Diharapkan juga dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pendengar podcast khususnya *podcast* Farah Qoonita yang diberi nama "Cerita dalam Cinta" bahwa didalamnya terdapat pesan yang begitu bermakna.

#### E. Landasan Pemikiran

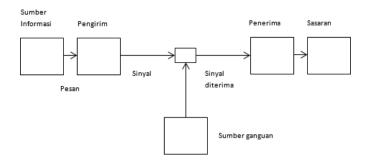
#### a. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan empat teori yang berbeda untuk menguraikan permasalahan yang diteliti. Teori penelitian ini diturunkan dalam hierarki yaitu grand theory, middle theory dan applied theory.

#### 1. Model Komunikasi Linear

Komunikasi linear adalah deskripsi dari Claude Shannon dan Warren Weaver (konsultan proyek Yayasan Sloan), ilmuwan di Bell Labs dan profesor di Institut Teknologi Massachusetts pada tahun 1949. Ia mengasumsikan bahwa pesan dikirim oleh sumber melalui penerima melalui saluran. Sumber pesan dapat berupa sumber atau pengirim pesan. Pesan yang dikirim dapat berupa teks, suara, tindakan atau isyarat dalam interaksi.

Dikarenakan variabel penelitian ini berbentuk konten audio sehingga termasuk kedalam jenis komunikasi linier atau *one way view of communication*, jadi teori ini relevan dengan penelitian. Karena pesan yang disampaikan pun hanya satu arah dari sumber pesan terhadap penerimanya.



Bagan 1.1 Bagan Teori Komunikasi Linear

Komunikasi linear ini juga melibatkan interferensi, yang bukan merupakan keinginan sumber informasi. Ada 4 jenis ganguan pada model komunikasi linier ini yaitu : gangguan semantik, gangguan fisik, gangguan psikologis dan gangguan fisiologi (Richard & Turner, 2008: 11).

Keunikan model Shannon-Weaver: konsep *noise* atau gangguan dalam proses komunikasi. Dalam model komunikasi manusia, gangguan dapat berupa, seperti suara, persepsi yang tidak sama atau kesalahpahaman, dan dapat mengubah makna dari pesan yang disampaikan. Sedangkan kekurangan dari model komunikasi Shannon-Weaver adalah digambarkan sebagai peristiwa satu arah; tidak ada umpan balik.

#### 2. Analisis Pragmatik

Pragmatik adalah salah satu cabang linguistik yang bermula dari pandangan Charles Morris (1938) tentang semiotika, yaitu studi tentang tanda atau lambang. Morris membagi semiotika menjadi tiga bagian, yaitu sintaksis, semantik, dan pragmatik. Pragmatik berasal dari kata Yunani *pragma*, yang berarti "tindakan" (Seung, 1982: 38). Kajian pragmatik berkaitan langsung dengan fungsi utama bahasa, yaitu sebagai alat komunikasi.

Analisis pragmatik merupakan studi tentang maksud penutur, sehingga dalam

hal ini perlu dijelaskan apa yang dimaksud orang dalam konteks tertentu dan bagaimana konteks itu mempengaruhi apa yang dikatakan maka penelitian ini bermaksud untuk menganalisis tuturan Farah Qoonita yang sudah dipublikasikan.

Dalam pragmatik, tanpa konteks, ucapan (atau teks) menjadi tidak berarti. Tanpa konteks, teks tidak ada artinya. Teks yang dimaksud di sini tidak hanya mengacu pada wacana tertulis, tetapi juga mencakup konsep yang lebih luas, yaitu tuturan tertulis dan lisan dalam suatu wacana tertentu.

#### 3. Teori Konteks Makna

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh C.K. Ogden dan I. A. Richards dalam buku mereka The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism pada tahun 1923, dan kemudian di jelaskan secara mendetail dalam esainya oleh Richards. Ia merupakan seorang pendidik, kritikus sastra dan juga ahli retorika asal Inggris. Richards mengemukakan bahwa bahasa digunakan untuk meringkas atau mewakili unsurunsur pengalaman pengguna bahasa, atau bahasa meringkas konteks pengalaman yang sebelumnya sudah terjadi.

Menelaah tentang makna ucapan atau kalimat membutuhkan pengetahuan tata bahasa, dan mengenai maksud pembicara membutuhkan pemahaman bersama berdasarkan pengetahuan atau pengalaman, yang sudah diketahui lalu menjadi dasar atas apa yang dibicararakan.

Oleh karena itu, hubungan antara simbol dan referensi yang digunakan oleh pengguna bahasa akan tergantung pada pengalaman mereka dalam konteks yang signifikan. Ini membuat makna menjadi persoalan perbedaan individu, bukan referensi eksternal (Littlejohn, 2014: 747).

Pada penelitian berpijak pada teori konteks makna untuk melakukan penelitian

analisis pragmatik mengenai retorika dakwah melalui *platform digital* spotify. Teori konteks makna dipilih karena berpengaruh dalam berbagai sub-bidang komunikasi termasuk mengenai studi retorika. Indikator dan dimensi teori ini yaitu simbol, rujukan dan pemikiran atau referensi orang yang menggunakan simbol (Littlejohn, 2014: 746).

#### 4. Teori Retorika Dakwah

Menurut Jalaludin Rakhmat (2013: 294), komunikator harus menyentuh audiens untuk mempengaruhi orang ketika berbicara sehingga mereka dapat menerapkan informasi yang disampaikan. Jalaludin Rakhmat beranggapan bahwa komunikator perlu memiliki prinsip-prinsip dalam menyampaikan pidato, salah satunya dengan menggunakan bentuk-bentuk persuasif, antara lain:

- 1. Imbauan rasional adalah menggunakan metode logis atau memberikan bukti dan fakta untuk membujuk orang lain (Arbi, 2012: 263).
- Imbauan emosional adalah informasi yang mempengaruhi kepercayaan pendengar, namun membutuhkan bahasa yang menyentuh emosi dan perasaan pendengar
- 3. Menurut Jalaludin Rakhmat (2013: 294), imbauan motivasi digunakan untuk menyentuh kondisi batin pendengarnya.

NUNG DIATI

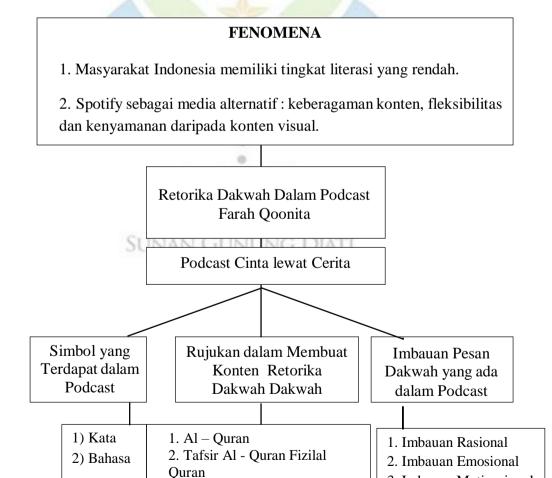
- 4. Imbauan ganjaran mengacu pada apa yang anda inginkan atau tidak inginkan.
  Hal ini dapat memperkuat amalan dan ibadah karena memberikan pemahaman tentang pahala dan hukuman.
- 5. Dan yang terakhir yaitu imbauan takut yaitu yang bersifat mencemaskan, mengancam atau patuh terhadap ajaran agama. Tetapi menciptakanketakutan bukanlah alasan yang dibenarkan.

Teori ini perlu digunakan dalam penelitian ini karena untuk menyusun atau

membuat konten Farah Qoonita pasti membutuhkan beberapa imbauan tersebut, agar apa yang ia sampaikan ada hikmahnya dan selain itu menarik pendengar. Tentunya pesan yang disampaikan dengan fakta dan data lebih baik daripada berita berupa opini pribadi. Pesan yang masuk akal akan memudahkan khalayak untuk memahami bahkan meyakini makna dari pesan yang disampaikan.

#### b. Kerangka Konseptual

Penelitian ini merujuk pada beberapa teori yang dianggap relevan dengan konteks penelitian, dimana objek dalam penelitian ini adalah podcast Farah Qoonita yang berjudul "Cinta lewat Cerita". Berkaitan dengan hal ini maka subjek penelitiannya adalah retorika dakwah yang variabelnya itu adalah platform digital spotify. Adapun kerangka konseptual dapat dilihat pada bagan dibawah ini:



3. Hadits

6. Kajian

4. Kisah Terdahulu

5. Shirah Nabawiyah

7. Buku-buku mengenai Islam

3. Imbauan Motivasional

4. Imbauan Ganjaran

5. Imbauan Takut

#### Bagan 1.2

# Bagan kerangka konseptual Retorika Dakwah Dalam Podcast Farah Qoonita melalui Platform Digital Spotify

Konteks itu merupakan kerangka konseptual untuk segala sesuatu yang dijadikan acuan ketika berbicara atau memahami makna ujaran. Kerangka yang dimaksud di sini adalah seperangkat peran dan hubungan yang membentuk bagian dari makna. Konsep artinya digunakan dalam pikiran manusia sebagai suatu pemahaman tentang pikiran, pengalaman atau hasil persepsi indera manusia.

Dalam bagan tersebut, penelitian ini menggunakan tiga teori utama sebagai teori aplikasi untuk menganalisis retorika dakwah *podcast* Farah Qoonita "Cinta lewat Cerita" pada tiga term konteks makna Ogden dan Richards karena tiga term (Ullmann, 1975) itu dinilai sangat relevan bagi penelitian ini, tiga term makna tersebut antara lain:

- a. Simbol, yaitu konteks makna yang ada dalam bentuk bunyi berupa kata- kata. Oleh karena itu, *podcast* penelitian "Cinta lewat Cerita" termasuk dalam pesan verbal, sehingga semua jenis simbol yang digunakan adalah satu kata atau lebih. Dan mengenai unsur penting dalam komunikasi lisan itu dapat berupa kata dan bahasa. (Cangara, 2007). Dalam penelitian ini point simbol yang di maksud adalah mengenai gaya bahasa yang digunakan Farah Qoonita dalam podcastnya.
- b. Rujukan yaitu unsur atau peristiwa yang disebut acuan atau referen (*referent*). kata Lyons (1968), apa yang kita amati, apa yang kita "acu", adalah acuan atau referen; dan hubungan antara sebuah kata dengan referensya adalah hubungan referensial. Dan menurut Palmer (1981), referensi sejajar dengan

referen, karena keduanya menyangkut hubungan antara unsur-unsur bahasa, kata, kalimat, dan sebagainya. Rujukan digunakan untuk mengetahui darimana saja sumber atau landasan Farah Qoonita dalam membuat konten untuk podcastnya.

c. Lambang (kata) ini melambangkan pemikiran, yang mengacu pada bentuk bahasa yang digunakan oleh penutur. Yule (1996) mengemukakan bahwa pengertian referensi adalah tindakan seorang penutur bahasa (penulis, penutur) ketika menggunakan bahasa untuk mengungkapkan sesuatu. Dengan memahami referensi, pembicara (pembaca, pendengar) dapat mengidentifikasi referensi dalam apa yang diucapankan. Point ini digunakan dalam penelitian untuk menganalisis pemikiran Farah Qoonita mengenai bagaimana penyusunan pesan yang dibuatnya untuk script podcastnya.

Oleh karena itu, Lyons (1968) memperjelas interpretasi yang dikemukakan oleh Ogden dan Richards. Menurut Lyons, bentuk sebuah kata (=simbol) melambangkan "sesuatu" dalam pengertian "konsep", yang berhubungan dengan dengan pikiran pembicara atau bentuk kata dalam pikiran; konsep adalah makna. dari kata ini; dan makna itu adalah abstraksi dari objek, atau "sesuatu" yang sebenarnya, yaitu referen atau acuan.

BANDUNG

#### c. Hasil Penelitian yang Relevan

Telah banyak hasil penelitian sebelumnya yang mengangkat fokus kajian yang hampir mirip dengan model penelitian dalam skripsi ini. Beberapa contoh tersebut diantaranya sebagai berikut.

1. Penelitian ini menggunakan sejumlah skripsi terdahulu yang berkaitan dengan penelitian pesan dakwah sebagai sumber rujukan dalam penelitian.

#### **Tabel Hasil Penelitian yang Relevan**

No	Judul	Profil	Fokus Kajian	Perbedaan	Persamaan	
		Peneliti				
1	Retorika dakwah Ustadz Evie Effendi divideo youtube.	Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Gunung Djati	Fokus penelitiannya mengenai proses pembangunan retorika dalam dakwah Evie Effendi divideo Youtube dan	Jika penelitian ini menggunakan platform youtube sebagai variabelnya sedangkan peneliti menggunakan platform Spotify	Penelitian ini sama-sama menggunaan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif.	
		Bandung (UINSGD Bandung) tahun 2018	gaya retorika dakwah meliputi gaya bahasa dan humor.	dan juga objek penelitiannya pun berbeda.		
2	Analisis Pesan Dakwah pada Akun Instagram @qoonit	Sumi Fitriyani, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung (UINSGD Bandung) tahun 2020	Penelitiannya membahas mengenai pesan dakwah dan karakter pesan dakwah dalam media sosial instagram .	Jika penelitianini berfokus pada pesan dakwah dalam bentuk postingan di media sosial instagram sedangkan penulis berfokus pada retorika yang digunakan Farah Qoonita di podcastnya.	Sumi Fitriyani memliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti garap, yakni sama- sama meneliti hasil karya Farah Qoonita sebagai fokus dari penelitiannya.	

Tabel 1.1

Daftar skripsi terdahulu sebagai sumber rujukan penelitian sebelumnya

2. Penelitian ini menggunakan sejumlah jurnal yang berkaitan dengan penelitian pesan dakwah sebagai sumber rujukan dalam penelitian.

N	Judul	Profil	Fokus	Perbedaan	Persamaan
o		Peneliti	Kajian		
1	Religiusitas Media Dakwah Podcast Islam Spotify	Mutmainah mahasiswa Fakultas Dakwah & Komunikasi Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung	religiusitas	Penelitian ini hanya berfokus pada religiusitas sampel setelah mendengarkan media dakwah saja, sedangkan	Penelitian ini menggunakan variabel penelitian yang sama yaitu platform digital spotify.

	(UINSGD Bandung) tahun 2021.		peneliti mengenai retorika dakwah dalam media dakwah tersebut.	
Gaya Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny" (Studi Deskriptif terhadap Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny)	Asep Saeful Millah mahasiswa Fakultas Dakwah & Komunikasi Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung (UINSGD Bandung) tahun 2018.	Fokus penelitiannya mengenai gaya bahasa meliputi diksi,intonasi dan juga bagaimana penyampaian gagasan retorika dakwahnya Ustadz Handy Bonny.	Perbedaanya yaitu menggunakan metode studi kasus untuk meneliti objek penelitianyang dipublikasikan di youtube. Sedangkan peneliti menggunakan metode analisis pragmatik Charles Morris.	Menggunakan jenis penelitian yang sama yaitu deskriptif. Selain itu penelitian ini sama-sama mengangkat topik yang intinya itu mengenai retorika dakwah.

Tabel 1.2

Daftar jurnal sebagai sumber rujukan penelitian sebelumnya

3. Penelitian ini menggunakan sejumlah tesis yang berkaitan dengan penelitian pesan dakwah sebagai sumber rujukan dalam penelitian.

N o	Judul	Profil Peneliti	Fokus Kajian	Perbedaan	Persamaan
1	Retorika Dakwah dalam Politik Studi Kasus TGB Muhammad Zainul Majdi	Mochammad Zia Ulhaq mahasiswa Fakultas Dakwah & Komunikasi Universitas Islam Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2020.	membahas mengenai implementasi retorika dalam berpolitik,	Perbedaanya yaitu penelitian ini retorikanya di fokuskan dalam bidang politik. Sedangkan peneliti fokus penelitiannya berupa pemanfaatan retorika untuk dakwah saja.	Penelitian ini sama-sama menggunakan retorika dakwah sebagai subjek penelitian.

-	2	Retorika		Wahi	idin Saputra	Penelitian ini	Penelitia	n ini	Keduany	a sama-
		Dakwah	Bil-	maha	ısiswa	menguraikan	berupa sebuah		sama	
		Lisan	Suatu tan	Faku	ltas Dakwah	metode			menggunakan	
		Pendekata				penelitian yang	buku,	catatan	retorika	dakwah
		Praktis		Universitas Islam		berbentuk			bil-lisan	sebagai
		Prakus	akus		if	penelitian			subjek po	enelitian.
					yatullah	kepustakaan				
				Jakarta tahun 1999.		dari berbagai	peneliti			
						tulisan dakwah	diperolel	1		
						dan retorika.	melalui p	olatform		
							digital.			

Tabel 1.3

Daftar tesis sebagai sumber rujukan penelitian sebelumnya

#### F. Langkah-langkah Penelitian

#### a. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data penelitian adalah podcast Farah Qoonita yaitu "Cinta lewat Cerita" yang dipublikasikan melalui platform digital Spotify. Yang dipublikasikan pada bulan Juli dan Agustus dengan alasan:

- 1. Objek penelitian ini mudah didapat sehingga memudahkan dalam pengumpulan data.
- 2. Setelah didengarkan dalam podcast ini banyak sekali asupan nilai- nilai yang terkandung didalamya.

### b. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini ialah otentisitas realitas sosial dipandang sebagai hasil konstruksi sosial dan otentisitas realitas sosial bersifat relatif. Dimana bahasa tidak dipandang

sebagai alat untuk memahami realitas objektif saja. Konstruktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan wacana dan hubungan-hubungan sosial lainnya (Juliantari, 2017: 15).

Tujuan penelitian paradigma konstruktivis adalah untuk memahami dan membentuk kembali struktur yang digunakan saat ini (termasuk oleh peneliti sendiri) (Sugiyono, 2011). Paradigma ini dinilai relevan digunakan pada penelitian ini guna melakukan pengamatan terhadap realitas sosial yang bersifat relatif dan nantinya akan ditarik interpretasinya pada hasil penelitian yang difokuskan pada podcast "Cinta lewat Cerita".

Sedangkan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sebuah fenomena, misalnya prilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan yang lainnya (Moleong, 2012: 6). Penelitian dengan metode kualitatif dapat menyesuaikan dengan karakteristik paradigma konstruktivis, yang dianggap cocok untuk menjelaskan masalah yang diteliti. Dimana penulis meneliti berkaitan dengan apa yang disampaikan Farah Qoonita dalam podcast "Cinta lewat Cerita".

## c. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara utama untuk mencapai tujuan, seperti menggunakan teknik dan karakteristik tertentu untuk menguji serangkaian hipotesis (Winarno, 1989: 131). Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis pragmatik kualitatif yang bersifat deskriptif. Analisis pragmatik yang dikemukakan oleh Charles Morris. Metode ini dianggap paling tepat untuk menganalisa ucapan, ujaran atau dialog dari seorang penutur yang ada dalam podcast "Cinta lewat Cerita".

Sunan Gunung Diati

Penelitian ini bersifat deskriptif karena dianggap sesuai dengan penelitian. Dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Untuk mengumpulkan data- data yang diperlukan peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya : observasi, wawancara dan studi dokumenter yang kemudian di analisis.

#### d. Jenis Data dan Sumber Data

Berdasarkan pada metode yang digunakan dalam penelitian ini,maka jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Sementara itu, Sumber data dalam penelitian ini terbagi atas dua yakni, sumber data primer dan data sekunder.

- Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, dalam penelitian ini data primernya adalah data dari objek yang diteliti secara langsung yaitu podcast Farah Qoonita yaitu "Cinta lewat Cerita" melalui Spotify yang merupakan bentuk dakwah atau ajaran Islam berupa audio.
- Data sekundernya berupa data-data pendukung yang didapat lewat studi dokumenter, internet dan juga tentunya wawancara dengan Farah Qoonita sebagai *creator* podcast tersebut, yang nantinya membantu mengembangkan temuan dalam penelitian.

#### e. Informan atau Unit Analisis

Informasi yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari analisis terhadap podcast "Cinta lewat Cerita" hasil karya *content creator* Farah Qoonita, kemudian data terkait identitas dan latar belakang podcast di dapat

dengan cara wawancara terhadap creator podcast tersebut.

#### f. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, peneliti akan melakukan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya :

#### a) Observasi

Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data melalui teknik pengumpulan data bila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja ketika fenomena alam relevan dengan responden dan yang diamati ruang lingkupnya tidak terlalu besar (Moleong, 2012: 145). Kegiatan observasi adalah kegiatan ilmiah empiris berdasarkan fakta lapangan dan teks. Pengamat bebas menggali informasi dan pengetahuan tentang subjek yang diamati. Keunggulan tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan dan mencari informasi secara lebih luas. Dan dalam penelitian ini dilakukan secara langsung untuk terhadap podcast dengan cara mendengarkannya lalu ditranskripkan dan selanjutnya data dihimpun lalu dibuat analisisnya.

# b) Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data secara sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian melalui tanya jawab sepihak. (Marzuki, 2001: 62). Wawancara diperlukan karena studi obersvasi ditemukan ada celah kekurangan. Dan dapat diketahui pula bahwa kegunaan wawancara adalah untuk dapat membahas secara langsung permasalahan yang muncul dan untuk memperoleh informasi dengan segera, tentu saja bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan terhadap informan kunci yaitu Farah Qoonita sebagai *creator* 

podcast dan informan pelengkap yaitu pendengar podcast Cinta lewat Cerita. Peneliti memilih secara acak informan pelengkap yang merupakan pendengar *podcast* Farah Qoonita.

#### c) Studi Dokumenter

Menurut Nana Syaodih (2012: 221) studi dokumenter merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis data berupa dokumen tertulis ataupun berupa grafik, elektronik dan karya lainnya yang diciptakan oleh subjek itu sendiri atau orang lain mengenai subjek tersebut. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupaberupa jejak digital atau elektronik meliputi podcast yang ia publikasikan di platform digital spotify, media sosial seperti instagram dan website Cinta lewat Cerita.

#### g. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan merupakan analisis pragmatik menurut Charles Morris, yang dianalisis melalui tuturan yang disampaikan pembicara yaitu Farah Qoonita dalam podcastnya, lalu akan dilakukan konfirmasi oleh creator podcast tersebut berkaitan dengan data dalam objek penelitian ini.

#### h. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis pragmatik yang dikemukakan Charles Morris. Gunarwan (1994) menemukan rumusan pragmatik yang dikemukakan oleh Levinson, yaitu pragmatik adalah studi tentang hubungan antara tanda (simbol) dan interpretasinya. Pragmatik juga mengkaji penggunaan bahasa, terutama penyesuaian kalimat agar sesuai konteks sehingga kalimat

tersebut layak dituturkan. Karena antara objek penelitian dan analisis tersebut relevan, maka dalam penelitian ini menggunakan analisis pragmatik dalam menganalisis podcast "Cinta dalam Cerita" yang dipublikasikan Farah Qoonita. Dengan pendekatan deskriptif berupa pengolahan data-data kualitatif, sehingga langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penganalisisan data dalam penelitian ini, antara lain;

- Mengumpulkan data, dengan menghimpun seluruh data yang berhasil dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data yang telah ditetapkan.
   Yaitu data-data yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara.
- 2) Menyortir data, dengan cara melakukan seleksi yang sesuai dengan tujuan penelitian.
- 3) Melakukan pengamatan terhadap data yang sudah disortir dan mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian.

