

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital ini begitu pesat, dimana semua dapat diakses dengan mudah tanpa ada ruang dan waktu yang membatasi. Bisa terjadi dimana, kapan saja, tanpa harus berjumpa dan bertatap muka. Status sosial ditiadakan oleh media sosial yang acapkali menjadi problematika dalam berkomunikasi.

Perkembangan yang begitu pesat memberikan harapan dakwah yang lebih ekstensif terlebih di saat kondisi yang terjadi kini. Sebagai tokoh yang berperan aktif dalam penyebarluasan ajaran Islam, mubaligh harus bisa memanfaatkan keadaan yang sedang dan akan dihadapi agar kegiatan dakwah senantiasa berjalan dengan semestinya dan memudahkan mubaligh dalam mengaksesnya. Berbagai macam akses dilakukan secara daring termasuk dakwah melalui media sosial, karena jarang ada aktivitas kajian keagamaan di lingkungan masyarakat, hal ini disebabkan oleh adanya pandemi yang tak kunjung usai, serta diberlakukannya pembatasan kegiatan dan aturan protokol kesehatan yang diterapkan oleh pemerintah.

Salah satu bukti pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini adalah dengan adanya berbagai media yang berbasis akses internet (*internet access*) atau yang kini dikenal sebagai media baru (*new media*). Karena salah satu karakteristiknya bersifat *network* (jejaring), yang mana *network* ini merupakan

jembatan penghubung antara pengguna satu dengan yang lain, sehingga memungkinkan pengguna untuk bisa berdialog dan bertukar informasi secara ekstensif (Rahman, 2019).

Melihat realitas yang ada kini, muda mudi jarang sekali memiliki ketertarikan terhadap dakwah Islami yang mengharuskan berdiam diri serta bertatap muka di majlis ilmu sambil menyimak membisu dan terkaku, hanya segelintir orang saja yang masih mengikuti dan menikmati. Hal ini dikarenakan hadirnya media baru yang menjadi daya tarik tersendiri bagi kaum muda, terlebih munculnya beberapa platform media sosial yang menawarkan fitur-fitur yang memiliki jangkauan yang luas dan menyenangkan dalam berkomunikasi.

Tentunya peranan mubaligh sangat dibutuhkan dalam tumbuhkembang anak muda agar tidak salah langkah dalam menentukan koridor kehidupan, strategi dakwah harus dirumuskan agar dapat menyesuaikan perkembangan zaman. Pemanfaatan ragam media sosial sebagai media dakwah merupakan salah satu cara yang paling ampuh dalam berdakwah kini.

Media sosial merupakan bagian dari media baru yang menjadi sumber informasi terluas untuk memenuhi rasa ingin tahu masyarakat, khususnya kaum muda. Dengan demikian, media sosial memiliki dampak yang amat besar terhadap kelangsungan hidup seseorang, sudut pandangnya terhadap sesuatu, seperti sudut pandangnya terhadap Islam. Salah satu media sosial yang banyak digandrungi dan diikuti oleh para remaja serta yaitu youtube.

Youtube merupakan salah satu media komunikasi massa yang sangat efektif, tidak semata-mata hanya untuk hiburan, namun youtube juga berperan sebagai media penerangan dan pendidikan yang berisi pesan-pesan moral. Selain itu, pada zaman ini youtube banyak dipakai sebagai alat bantu dalam memberi penjelasan dan memahami berbagai hal. Media komunikasi massa seperti youtube bisa memainkan perannya sebagai media yang menarik untuk penyampaian pesan-pesan keagamaan atau yang lazim disebut dakwah (Romli, 2012:67-112).

Tantangan tabligh di era ini adalah bagaimana bisa menggunakan media baru sebagai fasilitas untuk berdakwah. Apabila seorang *Mubaligh* tidak dapat hadir dalam suatu tempat dengan jamaah untuk memberi materi dakwahnya, dapat direkam materi dakwahnya tersebut kemudian mengunggahnya di media *Youtube* agar lebih mudah diakses dimana saja dan kapan saja oleh masyarakat luas. *Mubaligh* dihadapkan dengan pembuatan konten yang unik mengenai informasi seputar keagamaan agar bisa memikat *viewers* (penonton) serta diterimanya ajaran Islam dengan baik.

Dakwah sebagai suatu proses tabligh Islam kepada manusia keseluruhan. Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya berupa upaya penyampaian saja, tetapi merupakan upaya untuk memperbaiki *way of thinking* (cara berfikir), *way of feeling* (Cara merasakan), dan *way of life* (Cara hidup) manusia sebagai objek dakwah kepada hidup yang lebih baik dan berkualitas. Dakwah merupakan kewajiban personal (*fardhu 'ain*) bagi orang mukmin, dan dalam ranah tertentu juga merupakan kewajiban kolektif (*fardhu kifayah*).

Secara teologis, dakwah adalah sebuah perbuatan suci (ibadah) umat Islam. Kemudian secara sosiologis, kegiatan dakwah bagaimanapun bentuk dan kondisinya, umat manusia akan membutuhkannya guna menciptakan serta merealisasikan keshalehan personal dan sosial, yakni individu yang mempunyai kasih sayang terhadap sesama dan merealisasikan sistem masyarakat *marhamah* yang didasari oleh hakikat tauhid, kesetaraan status, *ukhuwah Islamiyah*, kesadaran akan pentingnya kemaslahatan bersama, dan keadilan ditengah kehidupan bermasyarakat yang kokoh (Enjang dan Aliyudin, 2009:1).

Dalam prosesnya, tabligh Islam bukan hanya khutbah di atas mimbar saja. Namun, kegiatan kerohanian yang memberikan dorongan, pola dan penyandaran baik berbentuk lisan maupun tulisan dan perbuatan nyata dalam mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam yang dikerjakan oleh umat Islam keseluruhan sesuai dengan pangkat dan profesinya, dalam menjadikan kehidupan kelompok dan individu yang *salam*, *hasannah*, *thayyibah* (adil, makmur, dan sejahtera) dan memperoleh Ridha Allah SWT.

Jika diamati dari ragam aktifitasnya, dakwah memiliki empat macam ragam yakni *Tabligh*, sebagai jalan penerangan dan Syiar Islam; *Irsyad*, sebagai jalan bimbingan dan konseling Islam; *Tadbir*, sebagai cara menerapkan ajaran Islam dalam manajemen lembaga-lembaga dakwah melalui pemberdayaan umat; dan *Tathwir*, sebagai cara untuk memberdayakan kehidupan dan ekonomi kemanusiaan.

Salah satu ragam aktifitas dakwah yang tengah berkembang pesat kini adalah dalam bentuk *tabligh*. Secara bahasa, kata "*tabligh*" berasal dari akar kata "*ballagha-yuballighu-tablighan*" yang berarti menyampaikan. *Tabligh* merupakan unsur dari

da'wah bil lisan selaku aksi menyampaikan serta menyeru kepada umat Islam, memberikan pengetahuan tentang benar dan salah.

Tabligh merupakan kata kerja yang memerlukan objek, yang berarti menyampaikan, atau mengatakan, dalam artian menyampaikan suatu informasi kepada objek bicara. Dalam bahasa arab mubaligh merupakan orang yang menyampaikan (Enjang, Aliyudin, 2009:53).

Dalam perspektif Muhammad A'la Thanvi, seorang leksikograf abad ke delapan belas di India, mengulas tabligh sebagai suatu istilah dalam ilmu retorika, yang diinterpretasikan sebagai pernyataan kesastraan (*literary claim*) yang secara logis maupun fisik memungkinkan, karena di dalam retorika salah satu aspeknya yakni rangkaian keindahan kata, bagaimana bisa mempengaruhi lawan bicara, sehingga dapat terbuai atau terlena, dan yakin atas rangkaian kata atau pesan yang disampaikan. jadi berdasarkan pandangan ini, terdapat aspek dalam tabligh yang berkenaan dengan kemahiran penyampai pesan dalam penyusunan kata-kata indah yang mampu menjadikan lawan bicara terpujau (Enjang, Aliyudin, 2009: 53).

Retorika adalah istilah yang secara tradisional dikaitkan pada suatu bahasa sebagai seni, yang dilandasi pada suatu pengetahuan yang tertata dengan apik. Retorika pun dimaknai sebagai kaidah-kaidah tentang struktur pidato yang persuasif dan efektif, maupun kecakapan yang mesti dimiliki oleh ahli pidato (Keraf,2010:1).

Secara terminologi, retorika adalah seni berargumentasi dan berpidato menggunakan tata bahasa yang baik, dan benar untuk memengaruhi pendengar, juga mengajaknya kepada sifat membangun. “Retorika bertujuan untuk menjelaskan

kaidah-kaidah yang menjadi asas dari tulisan yang bersifat prosa atau wacana lisan yang membentuk pidato, orasi, ataupun ceramah untuk memengaruhi sikap dan perasaan orang” (Abidin, 2013:17).

Kehadiran retorika membantu para khatib dalam berdakwah, bisa dalam pemilihan diksi yang puitis, bisa juga menguasai bahasa yang da’i miliki. Da’i yang memiliki kharismatik, humoris dan humanis, tidak hanya itu yang bisa dijadikan sebagai daya tarik mad’u untuk mendengarkan materi dakwahnya melainkan retorika juga menjadi daya tarik bagi pendengar.

Retorika dan khithabah ada pada ranah yang sama, yakni komunikasi verbal. Mubaligh akan dihadapkan pada jamaah yang memiliki karakteristik berbeda-beda dalam penyampaian pesan dakwahnya. Kemampuan yang diperlukan oleh seorang mubaligh selain Ilmu agama yang komprehensif juga kemampuan dalam mengolah dan merangkai kata-kata yang efisien, efektif, kritis dan disampaikan secara retorik.

Habib Muhammad Luthfi bin Yahya merupakan seorang mubaligh atau juru dakwah senior yang masyhur di Indonesia, terutama di Pekalongan dan Batang. Beliau aktif di berbagai organisasi aliran tarekat resmi yang berlandaskan Nahdatul Ulama (NU), dan beliau adalah seorang *Mursyid* serta *Rais ‘Aam Idarah Aliyah Jam’iyah Ahlit Thariqah Al-Mu’tabarah An Nahdliyyah* (JATMAN), juga sekaligus *khadimul maulid*. Beliau juga ditunjuk sebagai Dewan Pertimbangan Presiden Republik Indonesia (WANTIMPRES) pada kepemimpinan Presiden Joko Widodo periode 2019-2024.

Habib Muhammad Luthfi bin Yahya memiliki fokus pada pembangunan bangsa dengan sifat nasionalisme. Beliau merupakan salah satu tokoh Agama yang aktif serta

dikenal dengan bela negaranya yang mengguncang hati. Konsep yang digagas oleh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya sangatlah serasi dengan kondisi millennial kini, dimana telah banyak terjadi degradasi moral hingga pemahaman ideologi yang keliru.

Sebagai seorang juru dakwah atau mubaligh, beliau senantiasa meladeni dan membimbing umat ke jalan yang benar dan menyebarkan ajaran Islam kepada seluruh umat. Dengan begitu beliau dapat mengatasi berbagai persoalan besar yang dihadirkan pada suasana dan kondisi saat ini yang mengalami perkembangan yang sangat pesat dan begitu kompleks. Yang mana terdapat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang membutuhkan sentuhan dan kerja konkrit dari dakwah Islam.

Habib Muhammad Luthfi bin Yahya dalam kegiatan tabligh Islamnya, memiliki daya tarik tersendiri, keistimewaan dan keunggulan untuk diulas lebih dalam. Pengemasan materi ceramahnya, beliau sampaikan dengan amat tenang dan mudah dipahami. Metode dakwah yang digunakan oleh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya dalam khithabahnya adalah metode *mauizhah hasanah* (nasihat yang baik). Setiap pesan yang disampaikan terdapat penegasan dimana beliau ingin meyakinkan jamaahnya menuju jalan yang diridhai Allah serta mencintai tanah air. Perbedaan beliau dengan mubaligh lainnya yaitu sifat nasionalisme beliau yang begitu besar dalam membangun moral bangsa dan toleransi. Pada setiap khithabahnya kita dapat menikmati retorika tabligh beliau dengan pemilihan kata yang tepat, bahasa yang sederhana, penyampaian serta intonasi yang lembut namun tegas.

Dalam hal ini, peneliti melakukan penelitian dari beberapa unggahan video tausiyah Habib Muhammad Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel yang

memiliki 824 ribu *subscribers*, ini seiring dengan kompetensi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berfokus kepada *Khithabah* dan *I'lam*, dengan meneliti gaya bahasa atau majas, diksi, dan intonasi dengan mencermati serta menelaah video-video tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel, sehingga mempermudah kita dalam memahami retorikanya dalam berdakwah.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan setiap civitas akademik jurusan komunikasi dan penyiaran Islam mampu memahami seni retorika dari *public speaking* (*Khithabah*) serta media audio visual tabligh (*I'lam*) sebagai salah satu metode dakwah yang efektif dan efisien guna mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dalam pemecahan masalah yang ada, disusunlah fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya bahasa khithabah Habib Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel?
2. Bagaimana diksi khithabah Habib Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel?
3. Bagaimana intonasi khithabah Habib Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel?

C. Tujuan Penelitian

Berpijak pada fokus penelitian yang telah disebutkan di atas, maka secara garis besar tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gaya bahasa khithabah yang digunakan Habib Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel.
2. Mengetahui diksi khithabah yang digunakan Habib Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel.
3. Mengetahui intonasi khithabah Habib Luthfi bin Yahya di kanal youtube NU Channel.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Dengan hadirnya penelitian ini, semoga dapat menjadi bahan referensi dalam memperkaya ilmu pengetahuan mengenai dakwah dalam bentuk prinsip dakwah bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang akan menjadi acuan serta gambaran bagi kegiatan dakwah yang akan datang, terlebih dalam kajian *tabligh* dan retorika.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada pengembangan retrorika bagi para komunikator sebagai *da'i* ketika hendak melakukan *public speaking* dengan syiar ajaran Islam pada media Youtube. Dengan melihat peluang serta

menumbuhkan kreatifitas sehingga pesan yang disampaikan dapat dikemas dengan santai, ringan dan lembut, sehingga mudah dipahami.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Dalam proses tabligh dakwah, terdapat beberapa media yang bisa digunakan diantaranya: tulisan, audio, visual, audio visual, dan sebagainya. Pada *platform* digital youtube digunakannya media audio visual yang mengacu pada indra pendengaran dan pengelihatan. Dalam kanal youtube NU Channel diteliti retorika tabligh dari beberapa video tausyiah Habib Muhammad Luthfi bin Yahya, dalam hal ini menggunakan Teori Kode Bicara (*Speech Codes Theory*) Gerry Philipsen.

Gerry Phillipsen mendefinisikan bahwa *Speech Codes* (Kode Bicara) merupakan pola penggunaan Bahasa yang kaya akan makna, premis dan aturan sosiokultural bagi penggunaannya tentang tindakan komunikatif yang disusun secara sosial dan ditransmisikan secara historis.

Dalam hal ini Phillipsen menyajikan enam proposisi sebagai inti dari Teori Kode Bicara :

a. Kode Bicara Khas

Kekhasan kode bicara dapat diilustrasikan melalui aksen, tempo berbicara, partikel dan dialek bahasa, mimik ,serta intonasi dalam pengucapan seseorang ketika ia berkomunikasi.

b. Pemaknaan Kode Bicara

Makna dari pembicaraan tergantung dari kode bicara yang digunakan dalam menafsirkan sebuah komunikasi.

c. Substansi Kode Bicara

Kode bicara dipengaruhi oleh perbedaan psikologi, sosiologi dan gaya bicara/retorika dalam sebuah kultur.

d. Kemampuan Kode Bicara

Signifikansi berbicara tergantung pada kode bicara komunikator untuk menyusun makna komunikatif

e. Keterkaitan Kode Bicara

Ketentuan, kaidah dan premis kode bicara itu berkaitan dengan pembicaraan itu sendiri

f. Kegunaan Kode Bicara

Penggunaan kode bicara secara terampil merupakan kondisi yang cukup untuk memprediksi, menerangkan dan mengontrol bentuk inteligibilitas, kebijaksanaan dan tata moral tindakan komunikasi.

2. Landasan Konseptual

Sebagai umat Islam, dakwah merupakan suatu kewajiban yang harus dijalani, terdapat beberapa metode yang ditawarkan. Diantaranya adalah metode Khithabah. Sebagai penunjang bagi mubaligh untuk berdakwah maka diperlukan ilmu yang komprehensif serta strategi dalam penyampaiannya itu. Retorika atau

seni berbicara sangatlah penting bagi seorang mubaligh agar tabligh dakwahnya efektif.

Seni berbicara atau retorika dewasa ini semakin intensif digunakan oleh para penda'i ketika menyampaikan dakwahnya. Bahkan da'i senior nan populer memilih retorika menjadi strategi dalam penyusunan kata pada ceramahnya. Semakin baik seseorang dalam menguasai ilmu retorika semakin baik pula dia dalam berdakwah.

Pada Hakikatnya khitabah (retorika) dapat dipahami sebagai sebuah upaya menyampaikan ajaran Islam yang pada prosesnya mengaitkan khatib sebagai subjek, pesan (*maudu*), metode (*ushlub*), media (*washilah*), dan objek (*mukhatab*), yang dikerjakan dalam ruang dan waktu yang telah ditentukan untuk membentuk individu muslim yang memiliki kapasitas *khairul bariyah* dan komunitas muslim yang *khairul ummah* (Ridwan. 2011: 8).

Secara umum plato mendeskripsikan retorika seperti seni manipulatif yang memiliki sifat transaksional dengan memakai ikon untuk mengidentifikasi komunikator dengan komunikan lewat orasi, dan persuasii yang saling berkolaborasi dalam merumuskan nilai, kepercayaan, dan pengharapan mereka, inilah yang dikatakan Kenneth Burke sebagai sebuah pokok dengan penggunaan media tertulis (Abidin, 2013:49).

Secara bahasa kata “tabligh” berasal dari asal kata Bahasa Arab *ballagha*, *yuballighu*, *tablighan*, yang berarti menyampaikan (Enjang, Aliyudin, 2009 : 53).

Tabligh merupakan usaha mengubah suatu fakta sosial yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Tabligh merupakan komunikasi yang dilandasi pada dogma penyampaian ajaran Islam dengan ketetapan Allah SWT agar mendapatkan keridhaan-Nya.

Wilbur Schramn mendeskripsikan media sebagai teknologi informasi yang bisa dipakai dalam pengajaran. Secara lebih tegas, maksud dari media yakni berbagai alat fisik yang menguraikan pengajaran atau isi pesan, seperti buku, film, video, kaset, slide dan lain sebagainya (Amin, 2009: 113).

Banyak sekali media tabligh yang bisa dimanfaatkan di zaman serba modern ini untuk kelancaran tabligh dakwahnya, salah satunya adalah media audio visual seperti Youtube.

Youtube merupakan platform media yang memungkinkan kita untuk berbagai video secara online secara gratis, selain itu *youtube* pun potensial bagi penikmatnya untuk saling berhubungan melalui kolom komentar. *Youtube* adalah sebuah *database video* yang masyhur di dunia *internet*, dan merupakan situs video yang menyajikan beragam informasi berupa “gambar bergerak” dan dapat diandalkan. Situs ini tentu disediakan bagi orang yang ingin mencari informasi berupa video (Aritas. 2015:2).

Korelasi antara tabligh dan youtube merupakan suatu hubungan yang bagus, apabila ditarik benang merah diantara keduanya, bagaikan jembatan penghubung bagi dua dunia. Youtube dan tabligh merupakan substansi yang

sama yaitu menyampaikan nilai moral dan etika kehidupan, atau biasa disebut *Amar Ma'ruf Nahyi Munkar* (Muhtadi, 2012:26).

Persamaan inilah yang dapat menjadikan tujuan tabligh tercapai, Melalui media youtube, kita bisa menyebarkan nilai-nilai yang positif, sehingga para penonton yang didominasi oleh remaja dapat diarahkan pemikiran dan perilaku mereka kepada hal-hal yang lebih Islami, sekaligus memberikan patron atau rujukan para penonton untuk bagaimana caranya bersikap lebih baik.

Gaya bahasa atau Stilistika berakar dari bahasa inggris "*style*" yang memiliki arti gaya serta dari bahasa serapan "*linguistic*" yang memiliki arti tata bahasa. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, stilistika merupakan ilmu tentang pengetahuan penggunaan bahasa dan gaya bahasa pada karya sastra (Abidin, 2018, hal. 71).

Diksi atau pilihan kata mempunyai substansi yang sangat luas dari apa yang dinukil dari sekumpulan kata. Istilah ini tidak hanya dipakai untuk menyampaikan mana kata-kata yang serasi untuk dipakai pada pengungkapan suatu gagasan, akan tetapi terkait juga dengan gaya bahasa, fraseologi dan juga ungkapan. Fraseologi ini meliputi tatanan atau pengelompokan kata-kata, atau kaidah-kaidah khusus berbentuk suatu ungkapan (Keraf, 2009:22).

Intonasi adalah lantunan atau tekanan tertentu. Intonasi juga dapat didefinisikan sebagai langgam bicara ketika hendak mengucapkan sebuah kalimat dalam berbicara. Tinggi rendahnya suara serta kaidah pengucapan sangat memengaruhi kesan bagi para mubalagh. Oleh karena itu, intonasi dan volume

suara ketika bertutur harus sinkron dengan situasi dan kondisi lingkungan yang menjadi tempat muballigh melakukan kegiatan dakwah.

3. Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian ini, penulis melakukan tinjauan dari beberapa penelitian dan karya ilmiah serupa yang telah ada serta relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, sekaligus sebagai sumber referensi tambahan selain buku atau rujukan bagi peneliti dalam merumuskan permasalahan. Adapun beberapa judul penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Regi Raisa Rahman (2018) dengan judul penelitian “*Retorika Dakwah Ustadz Evie Efendi di Video Youtube*”. Mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini, Regi mendeskripsikan mengenai retorika dakwah dari ustadz Evie Effendi yang sempat *booming* pada masanya, yang memanfaatkan media digital pada *platform* digital audio visual Youtube sebagai salah satu media dakwahnya. Beliau dikenal memiliki tutur kata yang bagus dan dengan diksi yang asik untuk di dengar anak muda serta mudah dipahami. Metode penelitian yang digunakan yakni analisis isi deskriptif. Yang melatarbelakangi penelitian ini adalah ketika itu ustadz Evie Effendi menjadi salah satu da'i populer bahkan digandrungi kaula muda karena keterampilan retorikanya yang baik. Dengan slogan pemuda hijrah, beliau menjalankan dakwahnya. Meskipun pembahasannya serupa yaitu mengenai retorika, dan media yang digunakannya

sama (youtube), namun objek penelitiannya berbeda. Penelitiannya tersebut lebih berfokus pada tahapan serta gaya retorika pada video ceramah Ustadz Evie Effendi.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Shofwah Nisa Jahidah (2020) dengan judul penelitian “*Retorika Ustadz Ardiansyah Ashri Husein Pada Media Youtube*”. Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini, Shofwah mendeskripsikan mengenai retorika Ustadz Ardiansyah Ashri Husein dalam *platform* digital youtube. Metode penelitian yang digunakan yakni pendekatan kualitatif dengan format deskriptif. Yang melatarbelakangi penelitian ini adalah di tengah hiruk-pikuk kehidupan ini, diperlukannya dakwah segar yang memperhatikan pengemasan dengan cara, bahasa dan media yang tepat, sehingga mampu mengarahkan manusia kepada jalan yang benar dan lebih baik. Meskipun pembahasannya serupa yaitu mengenai retorika, fokus kajiannya pun serupa dan media yang digunakannya sama (youtube), namun objek penelitiannya berbeda.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ina Sri Rahmawati (2017) dengan judul penelitian “*Gaya Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Xiau Melalui Media Youtube*”. Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini, Ina mendeskripsikan mengenai gaya retorika dakwah dari ustadz Felix Y. Xiau pada *platform* digital Youtube. Metode

penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis isi video. Yang melatarbelakangi penelitiannya adalah di era modern ini banyak sekali yang harus disempurnakan, bagaimana dai melakukan kegiatan dakwah, termasuk penggunaan berbagai media untuk kepentingan dakwah, maka dari itu da'i hadir untuk membenahi tatanan kehidupan umat. Meskipun pembahasannya serupa yaitu mengenai retorika, dan media yang digunakannya sama (youtube), namun objek penelitiannya berbeda.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Maya Dewi Krisdiani (2021) dengan judul penelitian "*Gaya Retorika Youtuber: Gaya Retorika Wirda Mansur Pada Akun Youtube*". Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini, Maya menggunakan pendekatan deskriptif dan kualitatif. Pada aspek subjek yang diteliti memiliki sedikit kesamaan dengan penelitian ini yaitu membahas retorika, namun objek penelitiannya berbeda. Fokus kajiannya lebih kepada gaya bahasa (*style*), bahasa tubuh (*gesture*) dan karakteristik dari Wirda Mansur.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Siti Rosa Farihatul'ain (2017) dengan judul penelitian "*Retorika Tabligh Buya Yahya: studi deskriptif di Al-Bahjah TV Online*". Mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini kajiannya sama yaitu membahas retorika melalui media online, yang menjadi pembeda adalah objek kajiannya.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada kanal Youtube “NU Channel” yang saat ini sudah mencapai sekitar 824 ribu *subscriber*. Objek yang diteliti yakni Retorika Tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya. Adapun alasan mengapa Retorika Tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya ini dijadikan objek penelitian yakni:

- a. Media Youtube saat ini lebih efektif dan relevan juga praktis menjadi wadah media dakwah;
- b. Aktifitas dakwah melalui media sosial, khususnya Youtube saat ini lebih banyak diminati oleh masyarakat terutama generasi muda;
- c. Materi yang disampaikan Habib Muhammad Luthfi bin Yahya yang realistis dengan kondisi saat ini;
- d. Pembawaan yang santai dan lembut namun tegas juga menggunakan bahasa komunikatif;
- e. Target dakwah Habib Muhammad Luthfi bin Yahya ini yaitu masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan, agar lebih mencintai tanah airnya sendiri.

2. Paradigma Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif, yaitu bersifat adanya kesan, pendapat, dan pandangan dari peneliti mengenai retorika tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya pada media

youtube. Sedangkan, pendekatan yang digunakan disini adalah pendekatan kualitatif, yaitu sebuah pendekatan yang dimaksudkan untuk memahami subjek penelitian melalui gambaran secara menyeluruh serta membuat gambaran secara sistematis, faktual, akurat terkait dengan fakta dan sifat dalam bentuk data, penelitian kualitatif berarti mengumpulkan data dalam suatu latar yang alami dengan maksud menerangkan fenomena yang terjadi dimana peneliti sebagai perangkat kunci dan hasilnya makna lebih ditekankan dari pada penyamarataan (Anggito dan Setiawan, 2018:8).

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik analisis isi (*content analysis*) yang bisa digunakan untuk menganalisis berbagai bentuk komunikasi (Rahmat, 2014: 89). Metode ini dianggap tepat, karena dapat menggambarkan karakteristik pesan yang tersirat dalam sebuah dokumen, untuk mengetahui retorika tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya pada kanal youtube “NU Channel”

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis datanya adalah data kualitatif, karena mengacu pada sumber data yang digunakan dengan menganalisis Retorika Tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Premier

Pada penelitian ini, subjek utama yang didapat pada kegiatan dakwah Habib Muhammad Luthfi bin Yahya yakni sebanyak 10 konten video di kanal youtube “NU Channel”. Guna mengetahui retorika tablighnya secara lebih mendalam.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder atau tambahan berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung dalam penelitian, dalam hal ini peneliti mendapatkan data sekunder dari artikel jurnal, website, dan penelitian terdahulu yang erat kaitannya dengan penelitian ini, terutama retorika tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya.

5. Informan atau Unit Analisis

Pada teknik penentuan informan atau unit analisis yang digunakan adalah analisis dokumentasi dari 10 video ceramah Habib Muhammad Luthfi bin Yahya dan berfokus pada retorika tablighnya, sebagai berikut:

- a. Menjual Aib Bangsa Demi Kepentingan Ambisi
- b. Pesan Habib Luthfi bin Yahya di Kirab Merah Putih 2022
- c. Mahkota dalam Berdakwah adalah Akhlakul Karimah
- d. Lautan Mutiara Ulama & Aulia itu Ada Indonesia
- e. Peringatan Habib Luthfi atas Runtuhnya Kesultanan Aceh

- f. Wejangan Habib Luthfi bin Yahya
- g. Perjuangan Walisongo Masuk Indonesia
- h. Dawuh Habib Luthfi bin Yahya Cara Mengenal Allah dari Hal Kecil
- i. Habib Luthfi Ayo Bangun Perekonomian Pertanian untuk Kemaslahatan Rakyat
- j. Habib Luthfi bin Yahya Makna Lagu Indonesia Raya

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu cara-cara yang bisa dipakai untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan berbagai cara (Sugiyono, 2013:224). Dalam hal ini peneliti menggunakan Studi Dokumentasi.

Studi dokumentasi adalah metode penelitian yang berfokus pada pengumpulan data-data dan keterangan yang berkaitan dengan penelitian dengan memanfaatkan dokumen-dokumen yang ada (Husaini Usman, et, al., 1996:73). Dalam hal ini peneliti menggunakan dokumen berupa video tabligh Habib Muhammad Luthfi bin Yahya yang telah ada di kanal youtube “NU Channel” agar mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Ketika hendak melakukan suatu keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data yang memuat sumber data berupa gambar atau video dari kanal Youtube “NU Channel”.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan klasifikasi atau pengategorian data yang diperoleh dengan fokus permasalahan penelitian. Sehingga pada hasil penelitian data-data tersebut bisa disederhanakan dan dimengerti oleh pembaca (Gunawan, 2013: 160). Untuk menelaah data-data dari hasil penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang didapat dari hasil studi dokumentasi, serta data pendukung lainnya sampai dapat ditarik kesimpulan sebagai hasil penelitian. Dengan ini penulis mengambil langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi Data (Seleksi Data)

Reduksi data yaitu meringkas data, memilih konten utama menurut fokus penelitian. Reduksi data memerlukan grafik hasil yang lebih jelas, pengamatan memudahkan peneliti untuk menemukan apakah Kapanpun dibutuhkan.

b. Display Data (Penyajian Data)

Display data menampilkan data dalam bentuk deskriptif informasi singkat, diagram, jaringan, dll. Semakin banyak data kurang dapat memberikan gambaran yang jelas untuk teliti. Oleh karena itu, perlu menampilkan data secara berurutan agar peneliti bisa menangkap datanya.

c. Interpretasi Data

Interpretasi data adalah pencapaian yang dilakukan untuk mendapatkan makna dari data yang dihimpun setelahnya untuk menyodorkan jawaban kepada peneliti dari pertanyaan yang diserahkan.

d. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Penarikan kesimpulan (verifikasi) yakni aktivitas final riset. Kesimpulan ini juga merupakan cerminan dari yang sebelumnya tidak jelas menjadi jelas, baik dari sisi yang menyangkut signifikansi ataupun keaslian hasil penelitian.

