

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Agama Islam dikenal sebagai agama missioner yang mewajibkan umatnya untuk mengajarkan ajarannya. Dalam Islam hal ini biasa disebut dakwah. Sekarang ini, proses dakwah tidak lagi hanya di jumpai melalui masjid atau majlis-majlis taklim saja. Semakin berkembangnya teknologi menjadi salah satu alasannya. Teknologi terus berkembang baik secara fungsi maupun esensi. Begitupun para pelaku dakwah yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana dalam menyampaikan pesan dakwahnya.

Tak sedikit tontonan yang ada justru hanya mengarah kepada konten hura-hura semata yang bahkan tak jarang yang tak mendidik. Ini menjadi kontradiktif yang menjadi pekerjaan rumah bagi para pelaku dakwah. Bukan hanya itu, dalam era teknologi sekarang yang dikenal dengan istilah zaman millennial ada tantangan baru bagi pendakwah dimana isi kajian haruslah berprinsip pada Islam Rahmatan lil ‘alamin.

Pemahaman masyarakat yang masih sangat rendah dalam menangkap informasi sangat riskan untuk disusupi ajaran yang tidak benar. Masyarakat akan mudah mendapatkan ajaran-ajaran yang belum jelas asal-usulnya dan bagaimana si pelaku dakwah itu mendapatkannya. Seorang dai mestinya memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menghadapi tantangan modernisasi.

Ada enam komponen kredibilitas komunikasi (Cangara, 2019, 21) diantaranya *expertise* (menguasai topik), *trust worthnness* (dapat dipercaya), *communication skill* (memiliki skill komunikasi), *knowledge* (berwawasan), *attitude* (karakter yang baik), dan *social and culture system* (dapat beradaptasi)

Seorang dai mesti paham perbedaan materi bagi lingkungan sosial kelas bawah dan yang berpendidikan. Kemampuan retorika menjadi modal bagi seorang dai agar pesannya bisa tersampaikan dengan baik.

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۗ إِنَّمَا يُبَلِّغُنَّ عَنْكَ الْكِبَرُ ۗ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَيْهِمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٌ
وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

“Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah engkau membentak keduanya, serta ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik” (Q.S Al-Isra: 23)

Tak banyak pendakwah yang tidak hanya memiliki kualifikasi keilmuan yang mumpuni namun juga aktif di media sosial. Salah satunya ialah KH. Mustofa Bisri atau lebih dikenal dengan nama Gus Mus.

Ulama Kharismatik yang juga anak dari KH. Bisri Mustofa salah satu pejuang kemerdekaan ini tak hanya aktif berdakwah melalui mimbar saja, dengan perkembangan zaman yang ada beliau menyesuaikan dakwahnya dengan kebutuhan yang ada sekarang dengan aktif di media sosial salah satunya YouTube

Pembawaan yang tenang, damai, dan menyejukan menjadi ciri khas dari Gus Mus. Menjadi hal menarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana gaya retorika Gus Mus dalam berdakwah khususnya juga di *channel* YouTube beliau “Gus Mus Channel” yang kurang lebih memiliki sekitar 146 ribu subscribers.

Retorika sendiri yaitu bentuk komunikasi lisan yang disampaikan oleh kelompok orang banyak. Rakhmat menuturkan bahwa retorika merupakan penggabungan seni berbicara dengan pengetahuan atau masalah tertentu untuk meyakinkan orang banyak melalui pendekatan persuasif....

Dalam berdakwah, retorika ini kerap kali digunakan agar pesan-pesan dakwah tersampaikan dengan baik. Dakwah merupakan aktivitas untuk mendorong orang lain agar menempuh jalan Allah SWT. Dalam hal ini, dakwah disampaikan dengan cara yang damai dan tentram.

Dakwah juga bisa dikatakan ajakan untuk beriman dan bertakwa kepada Allah SWT. Dalam berdakwah dapat dilakukan dimana saja asal sesuai dengan akidah dan syariat yang baik dan benar. Menurut Alwi Shihab, sebagaimana dikutip oleh (Aziz, 2019: 41) dakwah merupakan istilah teknis untuk memperteguh keimanan bagi yang telah memeluk agama Islam atau upaya ajakan bagi yang belum memeluk agama Islam.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akal nya, harta kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik” (Q.S An-Nisa’: 5)

Dari pemaparan pada latar belakang di atas, dianggap perlu untuk melakukan penelitian tentang Retorika Tabligh, dalam hal ini yang menjadi objek penelitiannya adalah Retorika Tabligh KH. Mustofa Bisri di Media YouTube.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana *Ethos* Gus Mus dalam berdakwah di media YouTube?
2. Bagaimana *Pathos* Gus Mus dalam berdakwah di media YouTube?
3. Bagaimana *Logos* Gus Mus dalam berdakwah di media YouTube?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui *Ethos* Gus Mus dalam berdakwah di media YouTube
2. Mengetahui *Pathos* Gus Mus dalam berdakwah di media YouTube
3. Mengetahui *Logos* Gus Mus dalam berdakwah di media YouTube

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Pada umumnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh civitas akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perkembangan perspektif ilmu khususnya di zaman media sosial yang cukup aktif. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah juga menambah khazanah keilmuan serta literatur bagi mahasiswa khususnya dalam mengkaji gaya retorika seorang dai.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru bagi seluruh manusia sebagai pelaku dakwah, juga sebagai bahan kajian dalam berdakwah sehingga bisa meningkatkan aktivitas dakwah menjadi lebih baik lagi juga dapat memberikan gambaran mengenai gaya retorika Gus Mus dalam berdakwah.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Teori dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat untuk menganalisis penelitian bukan untuk diuji kebenarannya. Fungsi teori adalah untuk menerangkan, meramalkan, memprediksi, dan menemukan keterpautan fakta-fakta yang ada secara sistematis.

Teori juga digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara empirik, karena setiap penelitian memiliki pegangan yang berbeda pada suatu fenomena sosial sehingga pasti menghasilkan teori yang berbeda juga.

Disini peneliti akan menggunakan Teori Retorika Aristoteles sebagai acuan pemecahan masalah. Teori Retorika Aristoteles menekankan pada tujuan persuasif, yakni seorang pembicara dapat membujuk atau mengajak pendengar agar mengikuti atau melakukan ajakan yang disampaikan oleh pembicara.

Ada tiga cara untuk mempengaruhi manusia dalam tujuan membujuk atau mengajak agar mengikuti atau melakukan ajakan menurut Aristoteles, yakni *Ethos* (Karakter), *Pathos* (Emosional), dan *Logos* (Logika).

Dalam komunikasi Aristoteles ini berfokus pada komunikasi retorik. Persuasi dapat dicapai dengan kepercayaan terhadap dai, emosi *mad'u*, dan logika dalam berargumentasi. Bisa dibilang juga bahwa ada faktor yang mendukung dalam menentukan efek persuasif suatu ceramah.

Ethos atau karakter atau bisa juga dibilang kredibilitas, dapat dinilai dari cara berkomunikasi dengan menunjukkan bahwa dai memiliki kepribadian yang dapat dipercaya, status terhormat, dan pengetahuan yang luas. Hal ini harus dimiliki seorang dai karena berdasarkan keahlian dan kepercayaan *mad'u*, seorang dai dapat mempengaruhi pendengarnya. *Ethos* juga dapat ditampilkan melalui karakter dai dalam menyampaikan pesan dakwah dengan menunjukkan kepribadian serta wawasan yang luas terhadap *mad'u*.

Pathos atau emosional yakni hubungan emosional antara dai dan *mad'u*, dimana pembicara harus mampu memainkan perasaan *mad'u*, sehingga perasaan emosional *mad'u* pun bisa dipahami. Dengan kata lain, *Pathos* merupakan usaha untuk membangkitkan emosi dan kepercayaan *mad'u* terhadap dai. Emosi tersebut bisa terlihat dari kepribadian baik yang dimiliki dai serta kemampuan gaya bahasa dan pemahaman materi yang disampaikan kepada *mad'u* nya, sehingga nantinya dai dapat memahami keadaan *mad'u* dengan pendekatan psikologi massa untuk memainkan emosional *mad'u* sesuai yang diinginkan dai.

Logos atau logika yakni bukti yang logis oleh pembicara pada pendengar dalam pemilihan kata oleh pembicara. *Logos* menunjukkan himbauan logis atau masuk akal yang diperhatikan dalam suatu ceramah sesuai pemikiran yang matang. *Logos* menjadi hal yang sangat diperlukan untuk meyakinkan *mad'u* dengan penilaian argumentatif, yakni membujuk dengan menggunakan nalar yang kritis, keterampilan analisis, dan pemikiran yang cerdas.

2. Kerangka Konseptual

Dalam berdakwah tentunya dai dihadapkan dengan *mad'u* yang jumlahnya tentu tak sedikit. Pada saat ini *mubaligh* banyak melakukan seni dalam berdakwah, bisa dalam penulisan pesan dakwah berupa buku atau karya tulis lainnya maupun dalam penyampaian secara visual baik langsung maupun tidak langsung.

Seorang *mubaligh* harus mempunyai strategi dakwah yang baik. Kegagalan dalam menyampaikan pesan dakwahnya bisa terjadi apabila kurangnya pemahaman dalam melaksanakan strategi dakwahnya (Fakhrurroji, 2017: 57).

Pengemasan pesan dakwah harus dirangkai dengan indah agar aktivitas dakwah bisa lebih diterima oleh *mad'u*. Oleh karenanya, berbicara juga ada seninya. *Muballigh* mesti memiliki kapabilitas dalam menyampaikan pesan dakwahnya, dalam hal ini kemampuan retorika. Retorika adalah seni untuk mempengaruhi orang lain, dalam ilmu komunikasi ada yang disebut dengan retorika dakwah yang membahas mengenai cara dalam menyampaikan pesan dakwah agar bisa diterima dengan baik oleh *mad'u* (Pirol, 2018: 35).

Dalam berdakwah, retorika menjadi modal dasar bagi seorang dai. Retorika sebagai ilmu dalam komunikasi memang sangat diperlukan bagi setiap orang. Ada 2 aspek yang perlu diketahui seseorang dalam beretorika. Pertama, pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan bahasa dengan baik dan benar.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَىٰ

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir‘aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut” (Q.S Taha: 44)

Retorika dalam dakwah dapat digunakan sebagai seni berbicara maupun juga bisa menjadi strategi dalam berdakwah. Retorika merupakan dasar kebutuhan manusia. Retorika dipakai agar pelaksanaan dakwah menjadi lebih menarik dan membuat *mad'u* tidak merasa bosan.

Sementara media merupakan alat yang digunakan untuk memasarkan produk budaya dan menciptakan gaya hidup materialis, pragmatis, hedonis dan bahkan konsumtif (Fakhruroji, 2017: 18).

Media dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yakni media cetak dan media daring. Media daring sendiri tentu banyak ragamnya seperti halnya situs *website*, sosial media, dan juga YouTube.

3. Hasil Penelitian Yang Relevan

Pertama, Gaya Retorika Dakwah Ustadz Felix Siauw Melalui Media YouTube . Ditulis oleh Ilna Sri Rahmawati tahun 2017, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung . Metode yang digunakan yakni metode *content analysis* dengan pendekatan deskriptif dengan tujuan mengetahui gaya bahasa, diksi, dan intonasi .

Adapun hasil dari penelitian ini didapat berupa gaya bahasa Ustadz Felix Siauw menggunakan kata-kata yang memberikan semangat dan menjiwai, diksi yang dipilih juga kata-kata yang menggelora dan membakar semangat, serta intonasi yang beliau sering gunakan dengan irama yang tegas, suara yang lantang, dan alunan kata yang dapat dipahami.

Dalam penelitian yang dibuat Ilna Sri Rahmawati, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang ditulis. Persamaannya, yaitu sama-sama membahas mengenai retorika dan media yang digunakannya berupa Media YouTube, juga sama-sama menggunakan teori Aristoteles.

Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitian, metode analisis, dan fokus penelitian. Metode yang digunakan oleh Ilna Sri Rahmawati yakni metode *content analysis* dan fokus penelitiannya berupa gaya bahasa, diksi, dan intonasi.

Kedua, Retorika Ustadz Ardiansyah Ashri Husein Pada Media Youtube. Ditulis oleh Shofwah Nisa Zahidah tahun 2020, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan yakni metode studi deskriptif yang membahas mengenai retorika dakwah dengan tujuan mengetahui gaya bahasa, diksi, dan intonasi.

Adapun hasil dari penelitian ini didapat berupa gaya bahasa Ustadz Ardiansyah Ashri Husein yakni personifikasi, perumpamaan, repetisi, taologi, dan sarkasme, diksi yang dipilih disesuaikan berdasarkan bahasa yang digunakan *mad'u* yang dihadapi, serta intonasi yang beliau sering gunakan mulai dari rendah, sedang, dan tinggi.

Dalam penelitian yang dibuat Shofwah Nisa Zahidah, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang ditulis. Persamaannya, yaitu sama-sama membahas mengenai retorika dan media yang digunakannya berupa Media YouTube, juga sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitian, teori yang digunakan, dan fokus penelitian. Teori yang digunakan oleh Shofwah Nisa Zahidah yakni teori retorika Jalaludin Rakhmat dan teori Lasswell dan fokus penelitiannya berupa gaya bahasa, diksi, dan intonasi.

Ketiga, Retorika Tabligh Buya Yahya (Studi Deskriptif di Al-Bahjah TV Online). Ditulis oleh Siti Rosa Farihatul'ain tahun 2017, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan yakni metode studi deskriptif dengan tujuan mengetahui intonasi, mimik, langgam, dan bahasa yang digunakan.

Adapun hasil dari penelitian ini didapat berupa intonasi Buya Yahya bervariasi mulai dari rendah, sedang, dan tinggi, mimik wajah yang ditampilkan terkadang serius, ceria, dan sedih tergantung pesan dakwah yang disampaikan, langgam yang digunakan terdiri dari tiga jenis yakni khutbah, agitator, dan didaktik, serta bahasa yang beliau sering gunakan merupakan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami.

Dalam penelitian yang dibuat Siti Rosa Farihatul'ain, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang ditulis. Persamaannya, yaitu sama-sama membahas mengenai retorika dan media yang digunakannya berupa Media YouTube, juga sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teori Aristoteles.

Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitian dan fokus penelitian. Fokus Penelitian Siti Rosa Farihatul'ain berupa intonasi, mimik, langgam, dan bahasa yang digunakan.

Keempat, Gaya Retorika YouTuber (Gaya Retorika Wirda Mansur pada akun YouTube). Ditulis oleh Maya Dewi Krisdiani tahun 2021, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode yang digunakan yakni metode studi deskriptif dengan tujuan mengetahui gaya bahasa, gestur, dan karakter pembeda dalam menyampaikan ceramahnya.

Adapun hasil dari penelitian ini didapat berupa gaya bahasa Wirda Mansur terdiri dari personifikasi, alegori, hiperbola, dan pleonasme, gestur yang biasa ditampilkan yakni senyuman optimisme, ekspresi kebahagiaan dan keyakinan, kontak mata yang hangat dan akrab, gerakan tangan yang memainkan lengan, dan pandangan lurus kedepan, serta karakter pembeda yang beliau miliki yakni sanguinis atau menyenangkan, bercerita dengan baik, hafidzah, dan qira'ah.

Dalam penelitian yang dibuat Maya Dewi Krisdiani, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang ditulis. Persamaannya, yaitu sama-sama membahas mengenai retorika dan media yang digunakannya berupa Media YouTube, juga sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teori Aristoteles.

Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitian dan fokus penelitian. Fokus Penelitian Maya Dewi Krisdiani berupa gaya bahasa, gestur, dan karakter pembeda.

Sementara dalam penelitian ini akan lebih fokus pada retorika tabligh Gus Mus pada Media YouTube dengan menggunakan teori Aristoteles. Metode yang digunakan yakni metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan berfokus pada *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam retorika tabligh Gus Mus

F. Langkah-Langkah Penelitian

Dalam pembahasan untuk menyusun data dalam penelitian, penulis telah menentukan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Objek dan Media Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun Youtube “Gus Mus Channel” yang kurang lebih memiliki sekitar 146 ribu subscribers. Objek yang diteliti yakni Retorika Tabligh Gus Mus pada *channel* Youtube tersebut.

Pemilihan Gus Mus sebagai objek penelitian dikarenakan sosoknya sebagai ulama kharismatik yang memiliki kualifikasi keilmuan yang mumpuni dan dikenal dengan pembawaannya yang tenang, damai, dan menyejukan.

Pemilihan YouTube dibanding dengan media lainnya yang juga dimiliki Gus Mus dikarenakan lebih bisa memuat isi ceramahnya yang panjang sehingga memudahkan dalam pengerjaan penelitian

2. Paradigma dan Pendekatan

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan yakni paradigma konstruktif. Menurut Patton, para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain dalam konstruktivis.

Setiap individu memiliki pengalaman yang unik dalam pengamatan dan objektivitas penemuan suatu realitas. Paradigma konstruktif merupakan paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif.

Sedangkan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono, pendekatan deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Tujuannya pemilihan paradigma konstruktif dengan pendekatan deskriptif ini untuk mengetahui bagaimana Retorika Tabligh Gus Mus dalam *channel* Youtubenya. Dengan mendeskripsikan apapun yang berkaitan dan berkenaan dengan Retorika Tabligh Gus Mus pada *channel* Youtubenya.

3. Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menghasilkan data yang objektif. Penelitian kualitatif membutuhkan bimbingan, menarik teori substansial dari data, dan menganalisis peristiwa, yang merupakan sikap atau aktivitas sosial individu atau kelompok .

Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar yang alamiah (Walidin & Tabrani, 2015: 77).

Sifat deskriptif pada penelitian kualitatif berarti penelitian akan berusaha untuk membuat gambaran umum secara sistematis, akurat, dan faktual mengenai suatu fakta , sifat, hingga hubungan antar fenomena yang diteliti (Nazir, 2014: 43).

Alasan menggunakan metode ini untuk menggambarkan karakteristik dari pesan yang tersirat dalam sebuah video. Penggunaan metode ini lebih relevan untuk meneliti objek , suatu kondisi, sekelompok manusia, atau fenomena lainnya dengan kondisi alamiah.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini menggunakan data kualitatif, karena mengacu pada sumber data yang diperoleh atau dipilih dengan menganalisis Gaya Retorika Tabligh Gus Mus pada *channel* Youtubanya.

b. Sumber Data

Sumber data sesuai dengan penelitian yang telah ditentukan. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu Data Primer dan Sekunder.

1) Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh pada *channel* Youtube “Gus Mus Channel”. Data primer dalam penelitian ini adalah transkrip dan rekaman sepuluh video ceramah Gus Mus pada *channel* Youtubanya dengan tujuan menganalisis retorika dakwah beliau.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang dibutuhkan untuk mendukung data primer. Data ini didapatkan dari sumber tertulis seperti situs internet dan akun media sosial Gus Mus.

5. Informan atau Unit Analisis

Informan atau Unit Analisis penelitian ini adalah sepuluh video ceramah Gus Mus pada *channel* Youtube “Gus Mus Channel”, diantaranya:

- a. Video yang berjudul “Gus Mus - Pentingnya Ilmu | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 16 ribu penonton.
- b. Video berjudul “Gus Mus - Al-Qur’an Pedoman Hidup | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 15 ribu penonton.
- c. Video yang berjudul “Gus Mus - Tujuan Orang Beriman Dalam Beragama | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 13 ribu penonton.
- d. Video yang berjudul “Gus Mus - Apakah Takwa Itu? | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 24 ribu penonton.
- e. Video yang berjudul “Gus Mus - Akhlak Rasulullah SAW | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 17 ribu penonton.
- f. Video yang berjudul “Gus Mus - Akhlak Sebagai Inti Islam | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 16 ribu penonton.
- g. Video yang berjudul “Gus Mus - Pemimpin Teladan | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 10 ribu penonton.
- h. Video yang berjudul “Gus Mus - Keistimewaan Nabi Muhammad SAW | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 15 ribu penonton.
- i. Video yang berjudul “Gus Mus - Tentang Ujian | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 22 ribu penonton.

- j. Video yang berjudul “Gus Mus - Fenomena Keberagaman | Sendi-Sendi Islam” yang mendapat kurang lebih 8 ribu penonton.

6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut:

a. Studi Observasi

Observasi yang dilakukan penulis merupakan observasi tidak langsung karena penulis mengamati dan menganalisis melalui media YouTube. Penulis akan menganalisis sepuluh video Gus Mus yang terdapat pada *channel* YouTube “Gus Mus Channel” yang menunjukkan adanya konsep retorika Aristoteles.

b. Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi yang diambil melalui video yang diunggah Gus Mus pada *channel* YouTube “Gus Mus Channel” atau situs *website* dan media sosial lainnya yang berkaitan dengan penelitian .

7. Teknik Analisis Data

Analisis Data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk lebih mudah untuk di baca dan mengumpulkan data-data yang ditemukan sehingga dapat di tarik kesimpulan .

Proses menganalisis data dapat diawali dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari beberapa sumber yaitu pada data primer dan data sekunder. Selanjutnya setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menyusun data tersebut secara sistematis kemudian diklasifikasikan untuk dianalisis sesuai dengan rumusan masalah. Adapun tahap penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Reduksi Data, dengan mentranskrip rekaman video yang di dapat dari *channel* YouTube Gus Mus Channel kedalam teks agar mudah dianalisi.
- b. Klasifikasi Data , dengan mengklasifikasikan Retorika Tabligh Gus Mus dari segi *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* berdasarkan teori yang digunakan.
- c. Interpretasi Data, bertujuan menemukan arti dari data yang dikumpulkan kemudian memberikan jawaban terhadap pertanyaan peneliti .
- d. Menarik Kesimpulan dari pengamatan dan penganalisaan dalam klasifikasi Retorika Tabligh Gus Mus

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan terus-menerus sepanjang penelitian ini berlangsung. Analisis Data seperti ini dapat memberikan kesempatan pada peneliti untuk secara cermat dan seksama mengumpulkan dan menilai data yang diperlukan.