

**SKRIPSI**

**RETORIKA DAKWAH USTADZ DAS'AD LATIF :  
ANALISIS STRATEGI DAKWAH POPULER**



**OLEH**

**ABDUL SAHID HS  
NIM: 17.3100.032**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2022M/1443H**

**RETORIKA DAKWAH USTADZ DAS'AD LATIF :  
ANALISIS STRATEGI DAKWAH POPULER**



**OLEH**

**ABDUL SAHID HS  
NIM: 17.3100.032**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada  
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2022M/1443**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif: Analisis Strategi Dakwah Populer  
Nama Mahasiswa : Abdul Sahid HS  
NIM : 17.3100.032  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Dasar Penetapan : SK. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Pembimbing : Dakwah No.B-3191/In.39.7.1/PP.00.9/11/2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I  
NIP : 19750704 200901 1 006  
Pembimbing Pendamping : Muhammad Haramain, M.Sos.I  
NIP. : 2012038403

Mengetahui:  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Dekan,

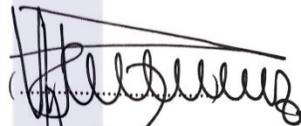


Dr. Anwarurkidam, M.Hum  
NIP. 196412311992031045

### PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

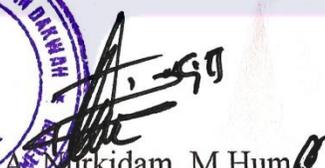
Judul Skripsi : Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif:  
Analisis Strategi Dakwah Populer  
Nama Mahasiswa : Abdul Sahid HS  
Nomor Induk Mahasiswa : 17.3100.032  
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi : Fakultas  
Ushuluddin, Adab dan Dakwah Nomor : No.B-  
3191/In.39.7.1/PP.00.9/11/2020  
Tanggal Kelulusan : 15 Agustus 2022

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I	(Ketua)	
Muhammad Haramain, M.Sos.I	(Sekretaris)	
Dr. H. Abd. Halim K, M.A	(Anggota)	
Drs. H Abd. Rahman Fasih, M.Ag	(Anggota)	

Mengetahui:  
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Dekan,



  
Dr. Anwar Nurkidam, M.Hum  
NIP. 196412311992031045

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا  
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.* Salam sejahtera untuk kita semua. *Alhamdulillah robbil'alamin.* Segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar “Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis hanturkan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada keluargaku tercinta dan terkhusus untuk ibunda tercinta Hj. St Saidah dan ayahanda tercinta H. Tallasa Dg Tojeng yang senantiasa memberi semangat dan doa demi kesuksesan anak satu-satunya ini. Berkat merekalah sehingga penulis tetap bertahan dan berusaha menyelesaikan tugas akademik ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis sadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan apabila tidak ada bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, moral maupun material yang secara sukarela membantu serta mendukung penulis sehingga penulisan ini dapat diselesaikan. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M. Sos.I. selaku Pembimbing Utama dan bapak Muhammad Haramain , M.Sos.I selaku Pembimbing Pendamping, terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan selama proses penelitian ini.
4. Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si. Penanggung Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) untuk semua ilmu serta motivasi berprestasi yang telah diberikan kepada penulis.
5. Bapak Abd. Wahidin, M. Si. selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan masukan dan nasihat.
6. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan baik kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
8. Teman-teman mahasiswa KPI angkatan 2017 yang senantiasa mewarnai hari-hari penulis baik itu belajar di dalam kelas maupun di luar kelas.

9. Kepada Sahabat Abd Salam, Abd. Jalil, Zulkifli, Rijal, Siddiq, Misrawati, serta senior yang tidak dapat dapat penulis sebutkan satu-persatu yang senantiasa memberikan bantuan, masukan serta dukungan sehingga saya selalu berusaha dan tidak menyerah untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua teman-teman dalam organisasi Ikatan Pemuda Pelajar Mahasiswa (IPPM) Pangkep Koordinator Parepare yang telah mengajarkan saya apa arti kebersamaan.
11. Seluruh pihak yang sangat berjasa dalam proses penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu
- Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran untuk memperbaiki penelitian ini sangat diharapkan dan akan diterima oleh penulis untuk perbaikan kedepannya. Sehingga dapat menjadi penelitian yang lebih baik. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebijakan sebagai amal jari'ah dan memeberikan rahmat dan pahalanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat kepada pembacanya dan dicatat menjadi amal ibadah.

Parepare, 25 Oktober 2022  
29 Rabiul Awal 1444 H

Penulis



Abdul Sahid HS  
17.3100.032

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

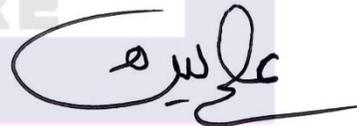
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Abdul Sahid HS  
NIM : 17.3100.032  
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar/ 31 Desember 1998  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Judul Skripsi : Retorika Dakwah Ustadz Das'ad : Analisis Strategi Dakwah Populer

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 25 Oktober 2022  
29 Rabiul Awal 1444 H

Penulis



Abdul Sahid HS  
17.3100.032

## ABSTRAK

**ABD. SAHID.** (*Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif : Analisis Strategi Dakwah Populer*) dibimbing oleh Iskandar dan Muhammad Haramain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis strategi retorika Ustadz Das'ad Latif pada media *channel Youtube* pada tahun 2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yaitu video pada channel Youtube Das'ad Latif pada tahun 2021. Dan teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. dengan tujuan penelitian ini sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pesan dan strategi dakwah pada *channel youtube* dengan menggunakan analisis teori retorika. Dalam video tersebut Ustadz Das'ad Latif dengan mengatur Pesan dakwah dalam konten dakwah Ustadz Das'ad Latif menggabungkan antara komponen audio dan visual yang dikemas oleh tim khususnya secara menarik dengan berbagai macam tema pembahasan yang terbaru sesuai isu yang terjadi pada masyarakat. Dari segi *memorized* merupakan strategi dakwah yang digunakan dalam dakwahnya yaitu dengan berbicara didepan umum tanpa menggunakan teks atau catatan. Segi penemuan (*invention*) dalam menyampaikan ceramahnya dengan mengangkat tema yang terbaru. Segi Penyusunan (*disposito*) bagaimana seorang ustadz Das'ad Latif mengatur strategi dengan menggunakan simbol dan kata khas untuk menarik perhatian khalayak. Segi gaya (*Eloctio*) dalam menyampaikan dakwahnya dengan menggunakan beberapa pendekatan dalam kategori komunikasi nonverbal, dimana beragam cara menyampaikan pesannya dengan vokal atau paralanguange, kinesics yang mencakup gerakan tubuh, lengan dan kaki serta ekspresi wajah, atau perilaku mata. Segi penyampaian (*pronutiatio*) melibatkan secara vokal dan fisik dalam menyampaikan dakwahnya secara menarik dan powerfull. Bahasa dalam dakwahnya menggunakan bahasa yang ringan, penyajian dan gaya pengungkapan yang menarik. Etika dan Nilai Moral Dalam dakwahnya nilai moralnya sudah sesuai ajaran Islam, dan etikanya masih ada khalayak yang menganggap biasa saja dan ada kurang sesuai. Penalaran yang benar dalam dakwahnya tersebut sudah sesuai dengan hakikat dalam retorika, yaitu dengan memberikan contoh kasus serta rujukannya Al-Qur'an dan hadist. Pengetahuan yang memadai dengan memiliki ide dan gagasan yang jelas.

Kata Kunci: Strategi, Retorika Dakwah.

## DAFTAR ISI

SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>D. Kegunaan Penelitian</b> .....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
<b>A. Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	8
<b>B. Tinjauan Teori</b> .....	9
1. Teori Strategi.....	9
2. Pengertian Dakwah.....	10
<b>C. Teori Retorika</b> .....	20

1. Retorika .....	20
2. Strategi Retorika atau <i>Public speaking</i> .....	23
3. Unsur-Unsur Retorika.....	26
4. Fungsi Retorika.....	27
5. Unsur Pendukung Retorika .....	29
6. Strategi, taktik dan teknik.....	32
<b>D. TINJAUAN KONSEPTUAL .....</b>	<b>32</b>
1) Pengertian Strategi Retorika .....	32
2) Dakwah .....	34
3) Jenis-jenis jejaring sosial.....	34
4) Strategi Dakwah Virtual .....	40
<b>E. KERANGKA PIKIR .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>44</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
C. Fokus Penelitian.....	45
D. Jenis dan Sumber Data.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data .....	45
F. Teknik Analisis Data.....	47
<b>BAB IV .....</b>	<b>49</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
A. Profil Ustadz Das'ad Latif.....	49
B. Analisis Pesan dan Strategi Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif.....	50
1. Pesan Dakwah Ustadz Das'ad Latif .....	50
C. Analisis Strategi Dakwah Populer.....	57
<b>BAB V.....</b>	<b>73</b>

PENUTUP..... 73

A. KESIMPULAN ..... 73

B. SARAN..... 75



## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Hasil Analisis strategi dakwah Ustadz Das'ad Latif	59



**DAFTAR GAMBAR**

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	43
4.1	Youtube Profil Ustadz Das'ad Latif "Pilkada Mahal"	51
4.2	Youtube Das'ad Latif "Pilkada Mahal"	52
4.3	Youtube Das'ad Latif "Kelaut saja Cari Tude Cilaka"	53
4.4	Youtube Das'ad Latif "Ayo Datang Jum'atan Lebih awal"	54
4.5	Youtube Das'ad Latif "ASN Jadikan Covid Ini Jadi Ladang Amal Bukan Ladang Dosa"	55
4.6	Youtube Das'ad Latif "Kenapa Kau Makan"	56

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
1	Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
2	Biodota Penulis



## PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Fonem konsonen bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (°).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	A
إ	Kasrah	i	I
أ	Dammah	u	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	fathah dan ya	ai	a dan i
أُو	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: kaifa

حَوْلَ: haula

### c. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ / آي	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يِي	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُو	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

#### d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madīnah al-fāḍilah atau al- madīnatul fāḍilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

#### e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : Rabbanā

نَجَّيْنَا	: <i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-hajj</i>
نُعَمُّ	: <i>nu‘‘ima</i>
عُدُو	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ع bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah ( عِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i> )
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

#### g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ( ‘ ), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak

diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْءُ	: al-nau'
سَيِّئٌ	: syai'un
أَمْرٌ	: Umirtu

#### h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

*Fī zilāl al-qur'an*  
*Al-sunnah qabl al-tadwin*  
*Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab*

#### i. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ      *Dīnullah*      بِاللَّهِ      *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

Hum fi rahmatillāh

## j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: IbnuRusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid MuhammadIbnu)*

*Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan:Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)*

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt.	=	<i>subhānahū wa ta'āla</i>
Saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

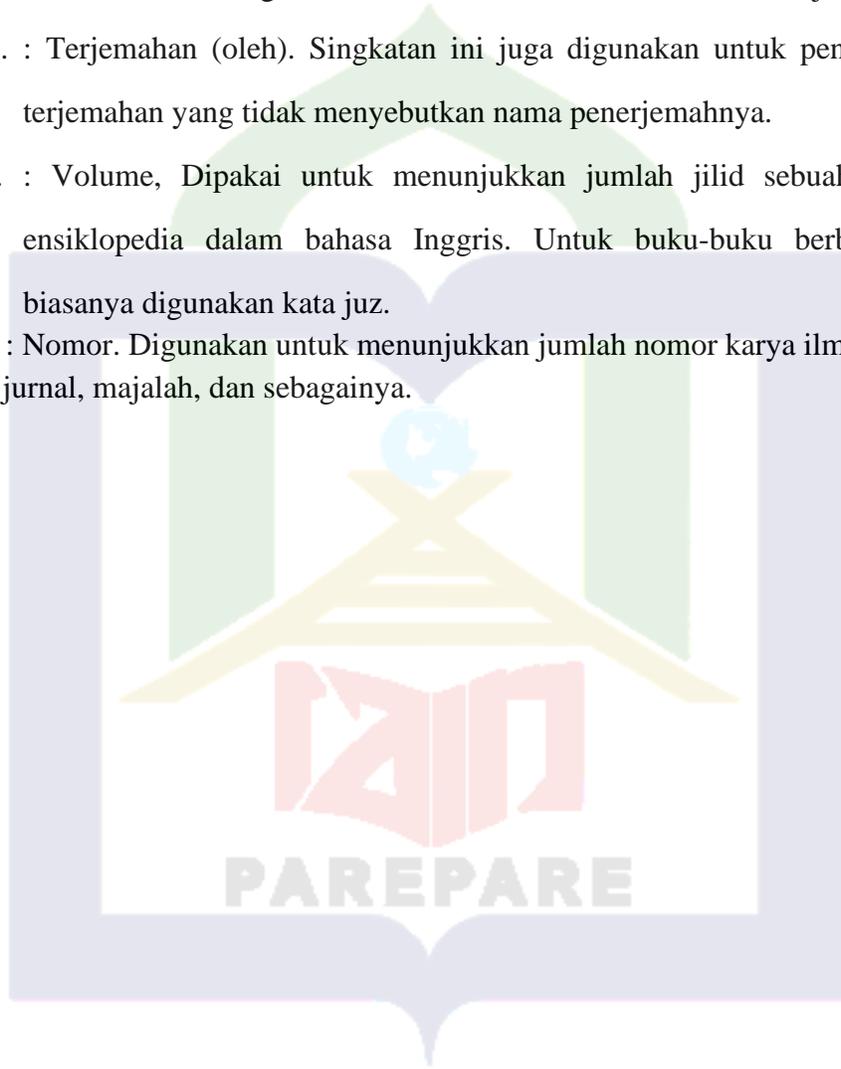
Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	بدون مكان
صهعى	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

- Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenisnya.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkla seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah yaitu agama yang mengajak dan memerintahkan umatnya untuk terus menyebarluaskan dan menyiarkan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia. Dakwah pada mulanya dipahami sebagai perintah Allah SWT yang tertuang dalam al-Qur'an. Bagi setiap muslim yang taat kepada Allah SWT, maka perintah dakwah itu wajib dilaksanakan dengan semaksimal mungkin, lalu disadari bahwa dakwah itu merupakan suatu kebutuhan hidup, maka dakwah menjadi suatu aktivitas setiap muslim kapanpun dan dimanapun mereka berada. Kemudian dakwah mulai berkembang dari zaman dulu sampai zaman sekarang dengan berbagai dinamikanya.<sup>1</sup>

Dakwah merupakan suatu usaha, kegiatan, aktivitas dalam menyampaikan menyeru, mengajak mendorong manusia untuk melakukan amal kebaikan sesuai perintah Allah SWT. dan tidak melakukan perbuatan mungkar (*amar ma'ruf nahi munkar*) dilakukan dalam bentuk lisan, tulisan, perbuatan dan sebagainya dilakukan dengan sadar dan terencana yang disampaikan dengan hikmah kebijaksanaan dengan tujuan memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.<sup>2</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa setelah orang berusaha memperbaiki dirinya sendiri kejalan yang benar agar tak lupa melihat orang sekitar pula untuk mengajaknya ke jalan yang benar. Dakwah dapat dilakukan dengan melalui struktural

---

<sup>1</sup>Djamaluddin ancok dan Fuat Nasbori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islami atas Problema-Problema Psikologi*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994) h.35

<sup>2</sup>Syamsul Rijal *Dampak Pandemi Terhadap Aktifitas Da'i Di Kec. Soreang Kota Parepare*".(Skripsi, Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare: 2021) h.1

maupun dakwah yang menekankan pendekatan Islami kultural yang disebut dengan dakwah kultural.<sup>3</sup> Jadi, Dakwah merupakan kegiatan dakwah yang memanfaatkan adat, tradisi, seni, dan budaya lokal dalam proses menuju kehidupan Islami.

Dakwah memiliki kontribusi besar dalam menyebarkan ajaran Islam. Sehingga sebagian besar manusia di seluruh penjuru dunia adalah agama Islam. Kenyataan ini merupakan hasil dari proses dakwah yang terus-menerus yang dilakukan oleh lembaga dakwah yang berlangsung dalam jangka waktu yang sangat lama sejak zaman klasik hingga era sekarang ini.

Pada zaman klasik hingga zaman sekarang ini perubahan masyarakat kian dinamis dengan laju perkembangan pengetahuan dan teknologi yang pesat merupakan suatu realitas yang tidak bisa dihindari. Setiap lembaga dakwah ataupun para da'i harus menyesuaikan dan melengkapi diri dengan penguasaan ilmu pengetahuan yang memadai agar efektivitas dakwah tersebut bisa diterima dengan masyarakat. Maka dari itu, dakwah harus dilakukan dengan perkembangan zaman sebab aktivitas dakwah yang maju akan membawa pengaruh terhadap kemajuan agama, dan sebaliknya aktivitas dakwah yang lesu berakibat pada kemunduran agama. Karena adanya hubungan timbal balik seperti itu maka Islam meletakkan kewajiban di atas setiap pemeluknya.

Salah satu unsur dakwah adalah maddah (Isi dakwah), *maddah* merupakan isi pesan yang disampaikan pelaku dakwah kepada pendengar. Dalam hal ini sudah jelas yang menjadi maddah itu adalah ajaran Islam sendiri. Oleh karena itu, membahas yang menjadi *maddah* dakwah adalah membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab

---

<sup>3</sup>Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), h. 26

semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan *maddah* dakwah pada garis besarnya adalah aqidah, syari'ah dan akhlaq.<sup>4</sup>

Terkait dengan unsur dakwah diatas dapat disimpulkan bahwa isi pesan sangat berpengaruh terhadap efektivitas dakwah, semakin berkualitas isi pesan yang disampaikan maka semakin berkualitas pula kualitas da'i, sebab dengan isi dakwah yang baik akan menghasilkan perilaku dan pemahaman mad'u terhadap kehidupan sehari-harinya. Sesuai dengan firman Allah pada Q.S Thaha/20: 44.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Terjemahnya :

maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.<sup>5</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa kata *qaulan* Allah menjelaskan cara berdakwah dengan berbicara lemah lembut dan tidak kasar sama sekali serta menyampaikan kata-kata yang lembut. Karena, hal tersebut dapat diterima dan lebih dapat membuatnya berpikir tentang apa yang akan disampaikan. Terlebih, dapat membuat takut dari hukuman Allah yang Dia janjikan melalui lisan kalian berdua.<sup>6</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah sang pelaku dakwah harus melakukan pendekatan dengan cara menyampaikan dakwah secara lemah lembut agar apa yang disampaikan kepada *mad'u* mampu diterima dengan baik pula.

<sup>4</sup>Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, Managemen Dakwah (Jakarta:Kencana, 2006, h.24.

<sup>5</sup>Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan h.284

<sup>6</sup>Asyifah Luthfiana Azmi "Penafsiran Term Qaulan dalam Al-Qur'an sebagai Prinsip Etika Komunikasi Bermedia Sosial" (Skripsi, Sarjana:fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora, Salatiga, 2020) h.55

Pada era sekarang ini, perkembangan teknologi sangat cepat dan sulit terbendung lagi, termasuk salah satunya adalah teknologi informasi dan komunikasi. Dengan berkembangnya teknologi ini orang bisa bertukar informasi antar kota, antar negara bahkan antar benua sekalipun.

Perkembangan dunia komunikasi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan fasilitas yang namanya internet dan internet tidak dapat dipisahkan dengan media sosial seperti youtube, facebook, twitter, instagram dan jejaring sosial lainnya. Dengan berbagai fasilitas tersebut merupakan alternatif yang efektif dalam upaya menjalin hubungan terhadap individu dengan individu lainnya dan menjalin silaturahmi yang harmonis dan saling menguntungkan. Oleh karena itu jejaring sosial tersebut dapat dijadikan media untuk membangun dakwah Islam. Hal ini untuk menghadapi perang pikiran yang diciptakan dunia barat. Untuk itu kita perlu membangun strategi dengan memanfaatkan perkembangan global connection. Sistem yang merupakan salah satu alternatif untuk dijadikan sebagai media untuk berdakwah. Aspek keuntungan internet inilah yang menjadikan jaringan internet sebagai media untuk memperluas dan mempererat tali persaudaraan antara satu sama lain yang juga dapat sebagai sarana untuk bertukar informasi dalam waktu yang singkat.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah pemeluk beragama Islam terbesar, yakni 12,7% dari populasi total umat Muslim di seluruh dunia. Padahal, Islam diperkirakan baru masuk ke Nusantara sekitar abad ke-7. Jauh sebelumnya, peradaban Hindu-Budha telah mengakar kuat di Bumi Pertiwi. Islam diperkirakan dapat berkembang luas di Indonesia karena memanfaatkan dakwah yang bersifat

adaptif terhadap karakteristik masyarakat lokal. Penyebaran ini juga dilakukan secara periodik selama berabad-abad. Maka lambat laun ajaran Islam pun dapat diterima oleh penduduk lokal.<sup>7</sup>

*Da'i* dalam menyampaikan dakwah tentu saja mempunyai strategi atau metode dakwah salah satunya dengan menyampaikan pesan dakwah yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat baik itu dilakukan dengan ceramah langsung, tulisan maupun melalui media sosial. Sesuai dengan metode atau strategi yang sesuai dengan ajaran agama masih banyaknya *da'i* yang melakukan aktivitas dakwah yang tidak sesuai dengan kaidah berdakwah.

Salah satu ustadz yang sangat populer di tanah bugis Sulawesi Selatan bahkan di seluruh Indonesia adalah Ustadz Dr. H. Das'ad Latief S.Sos., S. Ag., M.Si., Ph.D adalah seorang *mubaligh* yang aktif berdakwah dari satu tempat ke tempat yang lain, dan dari televisi hingga ke media sosial. Dakwahnya sangat menggugah dan membuat para pendengarnya mampu meresapi pesan-pesan Islam dengan damai. Selain aktif memberikan *tausiyah* kepada umat muslim, Ustadz Das'ad Latief adalah seorang dosen dan peneliti di Universitas Hasanudin dengan spesifikasi keilmuan Public Relations.

Lahir di Makassar pada 21 Desember 1973, Ustadz Das'ad Latief menyelesaikan kesarjanaannya di bidang Ilmu Komunikasi. Pendidikan strata 1 beliau di tempuh di dua tempat sekaligus, yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin pada bidang Peradilan Islam dan di Universitas Hasanudin pada bidang Ilmu Komunikasi. Pendidikan magister ustadz Das'ad diselesaikan di Universitas yang sama dalam bidang komunikasi.

---

<sup>7</sup>Berita hari ini 20 Desember 2020 <https://kumparan.com/berita-hari-ini/6-strategi-dakwah-islam-di-indonesia-dari-perdagangan-hingga-politik-1up7e5UBHAj> (Di akses pada tanggal 23 Juni 2021)

Keseriusannya dalam menuntut ilmu dibuktikan dengan gelar P.hD dari Universitas Kebangsaan Malaysia dalam bidang Ilmu Komunikasi sekaligus gelar Doktor ke dua kalinya di Universitas Islam Makassar dalam bidang Ilmu Syariah.

Cara dakwahnya yang ringan dan santai membuat ustadz Das'ad Latif dikenal publik. Mengisi pengajian keagamaan di berbagai televisi nasional seperti TVOne, SCTV, dan berbagai Televisi lokal seperti TVRI Makassar dan radio di Makassar. Beliau juga aktif berceramah secara offline di Masjid Sunda Kelapa Jakarta, serta aktif berdakwah melalui media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram dan Pembina Majelis Taklim ibu-ibu IWABA, kemudian menjadi pembimbing untuk ibadah haji dan umrah.<sup>8</sup>

Permasalahan yang berada di masyarakat saat ini adalah banyaknya pendengar yang asal menerima pesan dakwah tersebut secara mentah-mentah tanpa menfilter isi pesannya terlebih dahulu. Sehingga aktifitas dakwah tersebut berdampak kepada masyarakat yang hanya menyukai da'i berdasarkan latar belakang suku dan budaya atau cuma ikut-ikutan diajak oleh teman atau keluarganya, bahkan hanya sekedar menyukai perkataannya yang lucu.

Oleh Karena itu, berdasarkan penjabaran masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam yang dituangkan dalam bentuk penelitian berjudul “Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif: *Analisis Strategi dakwah populer*”

---

<sup>8</sup>Cari Ustadz <https://cariustadz.id/ustadz/detail/Dr.-H.-Das%E2%80%99ad-Latief> (Di Akses Pada Tanggal 24 Juni 2021)

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pesan dakwah Ustadz Das'ad Latif di *channel youtube* Das'ad Latif tahun 2021?
2. Bagaimana strategi retorika dakwah Das'ad Latif di *channel youtube* Das'ad Latif tahun 2021?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pesan dakwah Ustadz Das'ad Latif di *channel youtube* Das'ad Latif
2. Untuk mengetahui strategi penyampaian dakwah Ustadz Das'ad Latif di *channel youtube* Das'ad Latif

**D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian akan memberikan kegunaan baik itu secara teoritis maupun secara praktis. Adapun kegunaan secara teoritis dan secara praktis antara lain:

1. Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi tentang pengembangan dakwah dengan menggunakan media termasuk media sosial.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat berguna bagi peneliti, khususnya setelah melihat tayangan di *channel youtube* Das'ad latif berdasarkan teori retorika yang terkandung dalam program siaran tersebut.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Sepanjang penelusuran referensi yang penulis lakukan, penelitian yang berkaitan dengan topik yang dibahas, Penulis menemukan penelitian yang berjudul “Analisis Retorika Dakwah Program “Islam Itu Indah” di Trans TV (Episode Jodoh Salah Alamat)” oleh Misrawati Asib dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Parepare pada 2019. Dalam kesimpulan skripsi ini menunjukkan bahwa pesan dakwah Ustadz Nur Maulana pada program “Islam Itu Indah” sudah menerapkan aspek retorika yang baik seperti dengan menyampaikan pesan dakwah dengan sebuah perintah atau larangan dengan nada suara yang bervariasi, menyampaikan dalil dan hadist dengan artikulasi yang jelas, selain itu Ustadz Nur Maulana menggunakan gaya berbicara yang humoris dan membawakan ceramah layaknya seorang pemain teater.

Dari penelitian tersebut, memiliki kesamaan peneliti tentang retorika dakwah dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, namun yang membedakan adalah fokus penelitian Misrawati Asib Menganalisis Program Acara “Islam Itu Indah” di Trans TV, sedangkan penelitian ini menganalisis Retorika Program Tayangan di channel *youtube* Ustadz Das’ad Latif.

Adapun Penelitian lainnya membahas tentang “Dakwah Melalui *Youtube* (*Analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki*)” oleh Abd. Salam dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin (UIN) Makassar pada tahun 2020. Dalam kesimpulan skripsi ini menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki dalam programnya menggabungkan

komponen audio dan visual dengan berbagai tema selama beberapa menit kemudian diunggah ke dalam channel *youtube* pribadinya. Dalam channel *youtubenya* Hanan Attaki juga menyampaikan dakwahnya dengan penyampaian dakwah dengan penggunaan bahasa yang mudah diterima oleh pendengarnya bermuatan motivasi, introspeksi diri, dan motivasi hijrah yang sangat mudah di terima oleh *mad'unya*.

Dari penelitian tersebut, memiliki kesamaan meneliti yaitu metode penelitian pendekatan kualitatif dan penelitian ini juga menggunakan media sosial channel *youtube*. Yang membedakan adalah fokus penelitian ini komunikator atau objeknya yaitu dari penelitian dari Abd. Salam adalah Ustadz Hanan Attaki, sedangkan penelitian ini Ustadz Das'ad Latif.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Teori Strategi**

Pengertian Strategi Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategos” (stratos = militer dan ag = memimpin), yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum, strategi sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan (George Steiner, *Strategic Planning*, 1979, Free Press).<sup>9</sup>

Strategi pesan adalah kombinasi dari keterampilan-keterampilan untuk mengkomunikasikan ide spesifik guna mencapai tujuan tertentu. Ada dua strategi pesan yang dipakai dalam suatu kegiatan komunikasi, yaitu :

---

<sup>9</sup>Rachmat, Manajemen Strategik, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014, hlm. 2.

a. Percakapan

Banyak orang yang hebat dalam mempengaruhi orang disekitarnya dengan menggunakan beragam topic untuk melakukan aktivitas persuasif

.Ada tiga kriteria percakapan yaitu :

- 1) Percakapan interkultural: kultur mempengaruhi komunikasi dan dapat menimbulkan perbedaan. Partisipan dalam percakapan intercultural yang sukses menunjukkan perhatian satu sama lain sebagai individu dan tidak menganggap individu berbicara atas nama kelompok.
- 2) Percakapan antara pria dan wanita yang ikut dalam percakapan. Pria lebih sering menginterupsi ketimbang wanita. Perbedaan lain dalam percakapan pria dan wanita adalah dalam soal memberi perintah.
- 3) Etika percakapan pesan yang disampaikan melalui percakapan harus benar, pembicara tidak boleh memberi informasi palsu demi mencapai tujuan atau mengklaim sesuatu

## 2. Pengertian Dakwah

Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa arab دعوة - يدعو - دعا, yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Kata Dakwah berasal dari kata da'a-yad'u-da'watan, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil, atau mengundang. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*)nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da'a, Yad'u, a'watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan *Da'i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan

*Mad'u*.<sup>10</sup> Dakwah menurut istilah(terminologi) adalah suatu kegiatan atau aktivitas untuk mengajak seseorang ke jalan yang benar dan mencegah kepada kemungkar (amar ma'ruf nahi mungkar)

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu proses penyampaian ajaran Islam untuk mengajak satu orang atau banyak orang dengan cara bijaksana guna terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam.

#### a. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah bagian-bagian yang terdapat pada suatu kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i*(pelaku dakwah), *mad'u*(pendengar dakwah), *maddah* (Isi/materi dakwah), *wasilah*(media), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar*(efek dakwah).

##### 1) *Da'i* (pelaku dakwah)

*Da'i* adalah orang yang melakukan aktivitas dakwah baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok atau lewat organisasi/lembaga. Secara umum kata *da'i* biasa disebut *mubaligh* atau orang menyebarkan ilmu keagamaan Islam, namun kata tersebut memiliki arti yang sempit, karena masyarakat umum mengartikannya orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui mimbar seperti khotib dan penceramah. Nasruddin Lathief mendefinisikan bahwa

---

<sup>10</sup>Abd. Salam “*Dakwah Melalui Youtube (analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki)*” (Skripsi, Sarjana: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Makassar, 2020) h.9

*da'i* adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama.<sup>11</sup>

Dalam Al-Qur-an dan sunnah terdapat penjelasan tentang amar ma'ruf nahi mungkar bahwa setiap mereka yang membentangkan bendera dakwah Islam adalah mereka yang mampu mengajarkan agama, baik itu secara lisan maupun tulisan. Dan merekalah yang memahaminya dan memberikan contoh kepada masyarakat.

Adapun sifat-sifat penting yang dimiliki oleh seorang *da'i*, yaitu :

- a) Mendalami Al-Qur'an, sunnah dan sejarah khulafa'urrasyidin.
  - b) Memahami keadaan masyarakat yang akan dihadapi
  - c) Berani dalam mengungkap kebenaran dimanapun dan kapanpun
  - d) Ikhlas melaksanakan dakwah tanpa memikirkan tawaran materi yang menggiurkan
  - e) Satu kata dengan perbuatan
  - f) Terjauh dari hal-hal yang menjatuhkan harga diri.<sup>12</sup>
- 2) *Mad'u* (pendengar dakwah)

*Mad'u* adalah manusia yang menjadi target atau manusia yang menerima dakwah, baik secara individu maupun kelompok. Baik itu manusia yang beragama maupun tidak, atau secara umum manusia secara keseluruhan. Dalam hal ini kepada manusia yang belum beragama Islam,

---

<sup>11</sup> M. Munir dan Wahyu *Ilahi. Manajemen Dakwah* (Jakarta :KENCANA dan PRENADA MEDIA GROUP, 2006) hlm.21

<sup>12</sup> Abd. Salam “*Dakwah Melalui Youtube (analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki*” (Skripsi, Sarjana: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Makassar, 2020) h.4

dengan dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk memeluk agama Islam,

### 3) Maddah(isi/materi dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada *mad'u*. Artinya adalah isi dari pesan tersebut adalah Al-Quran dan Hadits.<sup>13</sup> Adapun prinsip pesan dalam berdakwah yaitu :

- a) Pesan dakwah itu memberi harapan, harapan yang dimaksud adalah ampunan, dan kegembiraan baik yang sudah baik agar meningkatkan kebaikannya, ataupun orang yang penuh dosa.
- b) Mencari titik temu dengan memberikan solusi terhadap apa yang dialami pendengar.
- c) Pesan dakwah harus toleran, yaitu apa yang disampaikan pelaku dakwah terhadap khalakak harus bersifat menghargai agar terhindar terjadinya perselisihan atau penyimpangan baik itu dari persepsi,kepercayaan,kebiasaan atau kelakuan.
- d) Mempermudah, yaitu mengajak *mad'u* yang belum memeluk agama islam agar menerima ajaran islam tanpa ada paksaan

### 4) Wasilah (media dakwah)

*Wasilah* (media) dakwah adalah instrumen atau alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan/materi dakwah. Media dakwah ini bisa

---

<sup>13</sup> M. Munir dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah* (Jakarta : KENCANA dan PRENADA MEDIA GROUP, 2006) hlm.24

dimanfaatkan oleh da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya baik dalam lisan atau tulisan.

Media itu sendiri dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu media massa dan non media massa. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet. Terkait dengan penggunaan media dakwah, media internet akan menjadi media yang sangat efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu besar yang akan menembus batas ruang dan waktu.

Sedangkan, media dakwah non media massa yang biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu ialah surat, internet, telepon, sms, papan pengumuman, dll.<sup>14</sup>

Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dibagi menjadi :

a) Media Visual

Media visual adalah alat yang diaplikasikan untuk aktivitas dakwah melalui indra penglihatan, yang termasuk dalam media tersebut seperti proyektor (OHP), gambar, lukisan atau karikatur.

b) Media Audio

Media audio adalah alat yang diaplikasikan sebagai sarana aktivitas dakwah yang ditangkap melalui indra pendengaran yang termasuk dalam media tersebut seperti radio dan *tape recorder*

---

<sup>14</sup> Imas Mutiawati “*Dakwah di Media Sosial (Studi fenomenologi dakwah di Instagram)*”. (Skripsi, Sarjana. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Semarang. 2018)hlm. 31

(1) Media audio visual

Media audio visual adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang menampilkan gambar dan suara secara bersamaan. Yang termasuk dalam media tersebut seperti televisi, film, dan internet.

(2) Media Cetak

Media cetak adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara tulisan yang tercetak. Media yang termasuk dalam media tersebut seperti buku, majalah, brosur, dan surat kabar

5) *Thariqah* (metode dakwah)

Kata metode telah menjadi bahasa Indonesia yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah cara teratur yang digunakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki atau cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan<sup>15</sup>

Jadi Metode dakwah adalah cara yang dipakai para *da'i* atau juru dakwah dalam menyampaikan pesan atau materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, peranan metode tersebut sangat penting untuk mencapai efektifitas suatu dakwah, karena dalam suatu pesan walaupun isi pesannya baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan atau materi dakwah bisa saja ditolak oleh *mad'u*

---

<sup>15</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

atau pendengar. Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada Q.S An-Nahl/13: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya :

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.<sup>16</sup>

Dalam hal ini terdapat tiga pokok metode (*thariqah*) dakwah, yaitu :

- 1.) *Bi al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memerhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga didalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- 2.) *Mau'izatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam yang disampaikan itu dengan rasa kasih sayang, sehingga nasehat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
- 3.) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan. h.281

<sup>17</sup> M. Munir dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah* (Jakarta : KENCANA dan PRENADA MEDIA GROUP, 2006) hlm.34

#### 6) *Atsar* (efek dakwah)

Setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqah* tertentu, maka akan timbul respon dan efek pada *mad'u* (penerima pesan). Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa efek *kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Efek *efektif* timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai. Sedangkan *efek behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.<sup>18</sup>

#### 7) Tujuan Dakwah

Sebagaimana diketahui bahwa dalam upaya mencapai tujuan dakwah maka kegiatan dakwah selalu diarahkan untuk memengaruhi tiga aspek perubahan diri objeknya, yaitu:

- a) Efek Kognitif, terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, informasi.

---

<sup>18</sup> Misrawati Asib "Analisis Retorika Dakwah Program "Islam Itu Indah" di Trans TV (Episode Jodoh Salah alamat)". (Skripsi, Sarjana. Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Parepare. 2019)hlm.10.

- b) Efek Afektif, timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini berkaitan dengan segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai.
- c) Efek Behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan atau kebiasaan berperilaku.<sup>19</sup>

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dapat dipahami dan dapat diterima dengan baik oleh khalayak, baik secara verbal. Komunikasi tidak hanya dilakukan dengan menyampaikan pesan, komunikasi juga dapat dilakukan dengan gesture juga untuk tujuan tertentu. Begitupun halnya dalam berdakwah, agar bisa diterima oleh khalayak maka komunikator harus menguasai teknik berkomunikasi dengan benar.

#### **b. Bentuk Hambatan Dakwah**

Hambatan dakwah secara Internal yaitu berupa hambatan dakwah yang berasal dari lingkup internal kaum muslimin sendiri. Hambatan dakwah secara eksternal yakni yang bersumber dan berasal dari berbagai kalangan dan pihak umat manusia di luar lingkup kaum muslimin. Contohnya tentang media dakwah yang digunakan selama berdakwah. Menurut Dr Zakiah Darajat, 83% perilaku manusia itu dipengaruhi oleh apa yang dilihatnya, 11% dari apa yang di dengarnya, 6% gabungan dari segala stimulus yang diterimanya, dapat dibayangkan peran nasehat orang tua hanya 11%, oleh karena itu pesan yang disampaikan pada media social lebih besar

---

<sup>19</sup>Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori dan Praktik Berpidato*(Bandung: Akademika, 1982),h. 269.

dampaknya (Achamd Mubarak, 1999: 157-158) dalam buku komunikasi dakwah karangan (Wahyu Ilahi 2010: 113-117) ada beberapa hambatan-hambatan dalam komunikasi, hambatan dalam komunikasi dakwah itu meliputi:

1. *Noice Factor* atau hambatan berupa suara, misalnya jika seorang lagi berceramah kemudian tiba-tiba ada yang berbicara, maka dapat mengganggu da'i dalam menyampaikan dakwahnya.
2. *Semantic Factor* atau hambatan berupa pemakaian kosa kata yang tidak dipahami *mad'u* misalnya ketika da'i menyampaikan dakwah dengan bahasa ilmiah sementara *mad'u* nya rata-rata tingkat pendidikan rendah. Oleh karena itu seorang *da'i* harus memahami frame of reference *mad'u*, mengenal pendidikannya, strata sosialnya, budayanya, serta sistem sosialnya.
3. Interest, dakwah harus mampu membangkitkan ketertarikan *mad'u* terhadap dakwah, untuk membangkitkan interest dapat dilakukan dengan memperbaiki perfoma *da'i*, atau bisa juga dengan menggunakan media yang menarik serta mengemas pesan secara menarik,
4. Motivasi, motivasi dapat dibagi menjadi dua ada motivasi internal dan nada motivasi eksternal, motivasi dakwah internal adalah motivasi karena adanya kesadaran diri, motivasi eksternal adalah motivasi yang berasal dari keluarga, temanatau bisa juga berasal dari keuntungan secara materil.
5. Prasangka, adalah hambatan yang paling berat karena jika seorang *mad'u* memiliki prasangka negatif terhadap mubalig maka apapun yang disampaikan mubalig tidak akan dimengerti oleh *mad'u*.

6. Hambatan sosiologis, perbedaan geografis, pergaulan menjadikan adanya perbedaan karakteristik masyarakat pada masyarakat kota biasanya lebih rasional dibandingkan masyarakat desa, masyarakat kota lebih individualistic dibandingkan masyarakat desa yang cenderung kolektif
7. Hambatan antropologis, perbedaan postur tubuh, warna kulit, dan kebudayaan dapat menghambat dakwah
8. Hambatan psikologis, kondisi psikis *mad'u* menjadi alat ukur keberhasilan dakwah, jika *mad'u* kurang bahagia maka pesan dakwah sulit untuk diterima.
9. Hambatan Mekanis adalah hambatan pada media dakwah misalnya mikrofon yang digunakan rusak, sound yang kurang baik<sup>20</sup>

### C. Teori Retorika

#### 1. Retorika

Retorika adalah suatu gaya atau seni berbicara, baik yang dicapai berdasarkan bakat alami (talenta) maupun melalui keterampilan teknis. Seni berbicara ini bukan hanya berarti berbicara secara lancar tanpa jalan pikiran yang jelas dan tanpa isi, melainkan suatu kemampuan untuk berbicara dan berpidato secara singkat, jelas, padat dan mengesankan.

Retorika modern mencakup ingatan yang kuat, daya kreasi dan fantasi yang tinggi, teknik pengungkapan yang tepat dan daya pembuktian serta penilaian yang tepat. Beretorika juga harus dapat dipertanggungjawabkan disertai pemilihan kata dan nada bicara yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara yang dihadapi. Jika kembali menilik

---

<sup>20</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media. 2019)

sejarah retorika, banyak ahli atau tokoh-tokoh retorika yang hingga kini pemikirannya mengenai seni berbicara ini masih sering diperbincangkan dan menjadi referensi teoritis.

Banyak orang mengatakan bahwa retorika dan public speaking itu tidak penting karena menganggap bahwa setiap orang mampu berbicara didepan umum, namun masih banyak orang yang berbicara didepan umum belum tentu dimengerti dan disukai orang banyak. Banyak dari mereka yang mengalami kegagalan dalam berbicara karena mereka kurang paham tentang seni berbicara

Saat ini retorika dikenal dengan istilah publik speaking, retorika telah dipelajari oleh masyarakat umum, terkhusus bagi profesi mubalig, pelatih, penyiar, penyuluh dan motivator. Kemampuan berbicara tidak hadir begitu saja, namun kemampuan berbicara ditentukan oleh beberapa faktor misalnya latar belakang budaya, pendidikan, usia, pengalaman atau jam terbang.<sup>21</sup>

Berikut ini adalah deskripsi dan gambar Arisoteles dan Cicero, yang ajarannya selalu diperbincangkan Pendapatnya bahwa: "Anda, para penulis Retorika, terutama menggelorakan emosi. Ini memang baik, tetapi ucapan-ucapan anda lalu tidak dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan retorika yang sebenarnya adalah membuktikan maksud pembicaraan atau menampakkan pembuktiannya. Ini terdapat pada logika. Retorika hanya menimbulkan perasaan pada suatu ketika kendatipun lebih efektif daripada silogisme.

---

<sup>21</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Cetak Biru Mahir Berdakwah Mengubah Dakwah Biasa jadi Wah!*. (Parepare: CV Kaafah Learning Center, 2018).hlm 121

Pernyataan yang menjadi pokok bagi logika dan juga bagi retorika akan benar bila telah diuji oleh dasar-dasar retorika” Menurut Cicero, untuk meningkatkan kecakapan Retorika menjadi suatu ilmu, ia berpendapat bahwa retorika mempunyai dua tujuan pokok yang bersifat: a) *suasio* (anjuran) dan b) *dissuasion* (penolakan). Sikap bisa dipelajari, bersifat stabil, melibatkan aspek kognisi dan afeksi, dan menunjukkan kecenderungan perilaku.<sup>22</sup>

Asal konsep Retorika adalah persuasi. Definisi persuasi adalah; (1) Tindakan untuk mengubah sikap dan perilaku seseorang dengan menggunakan kata-kata lisan/tertulis, (2) suatu usaha untuk menanamkan opini baru, dan (3) Suatu usaha yang dilakukan secara sadar, untuk mengubah sikap, kepercayaan, dan perilaku. Titik tolak Retorika adalah berbicara, yakni mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Berbicara adalah salah satu kemampuan khusus pada manusia. Bahasa dan pembicaraan ini muncul, ketika manusia mengucapkan dan menyampaikan pikirannya kepada manusia lain.

Retorika modern adalah gabungan yang serasi antara pengetahuan, pikiran, kesenian, dan berbicara. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, Retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan. Ini berarti orang harus dapat berbicara jelas, singkat dan efektif. Jelas supaya mudah dimengerti, singkat untuk menghemat waktu dan

---

<sup>22</sup> I Sutrisno, I Wiendijarti “Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato” Jurnal Ilmu Komunikasi, 2015

sebagai tanda kepintaran, dan efektif karena apa gunanya berbicara kalau tidak membawa efek.

Public speaking menurut Ys. Gunadi dalam himpunan Istilah komunikasi, *public speaking* adalah komunikasi yang dilakukan secara lisan mengenai suatu hal atau topic dihadapan banyak orang dengan tujuan mempengaruhi, mengajak, mendidik mengubah opini, memberikan penjelasan dan memberikan informasi kepada masyarakat di tempat tertentu.

## **2. Strategi Retorika atau *Public speaking***

Teknik menjadi pembicara yang baik, ada beberapa metode berbicara didepan umum dapat dipraktikkan, setiap metode memiliki kelebihan dan kekurangan:

1. Pertama, *memorized* merupakan metode berbicara didepan umum tanpa menggunakan teks atau catatan. Metode ini mengandalkan kekuatan ingatan. Kelebihan metode ini adalah seorang mubalig mampu berdakwah dengan bebas sehingga materi dakwah yang disampaikan fleksibel, dinamis dan tidak kaku. Kelemahannya adalah lupa, materi yang disampaikan sesuai kemampuan ingatan dan keleluasaan pengetahuan.
2. Kedua, *Manuscript* adalah metode menyampaikan pidato,ceramah dengan menggunakan catatan, kelebihan metode ini seorang mubalig dapat menyampaikan materi sesuai harapan, hanya saja kelemahan metode ini adalah seorang mubalig susah melakukan kontak mata dengan khalayak.

3. Ketiga, *extemporaneous* adalah metode menyampaikan pidato, ceramah dengan menggunakan garis besar catatan sebagai “pemandu” metode ini menggabungkan kedua metode sebelumnya. Pada metode ini seorang mubalig memiliki control yang baik terhadap materinya. Kelemahan metode ini adalah seorang mubalig terkadang lupa waktu karena membahas materi secara sistematis dan mendalam namun, tetap focus pada materi.

4. Keempat, *Impromptu* adalah metode berpidato secara spontan langsung, tanpa persiapan serta tanpa bantuan naskah atau outline. Kelebihan metode adalah seorang mubalig tidak perlu lama merasa gugup, tidak perlu waktu lama mempersiapkan materi dan kesalahan yang terjadi dalam berpidato terkadang masih diberikan toleransi. Hanya saja kekurangannya materi tidak mendalam dan asal-asalan saja.<sup>23</sup>

Dalam konteks ini sebuah pepatah cina mengatakan “orang yang menembak banyak belum tentu seorang penembak baik” orang yang berbicara banyak tidak selalu berarti seorang pandai bicara (Hendrikus,1997:7). Keterampilan dan kesanggupan untuk menguasai seni berbicara ini dapat dicapai dengan mencontoh para ahli atau tokoh-tokoh yang dikenal dengan mempelajari dan mempergunakan akidah-akidah retordika dengan melakukan latihan yang teratur. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan tahapan berikut:

---

<sup>23</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Cetak Biru Mahir Berdakwah Mengubah Dakwah Biasa jadi Wah!*. (Parepare: CV Kaafah Learning Center, 2018).hlm 122

a) *Inventio* (penemuan).

Pada tahap ini pembicara menggali topik dan meneliti khalayak atau masyarakat untuk mengetahui metode persuasi yang akan cocok dilakukan di khalayak. Bagi Aristoteles, retorika tidak lain merupakan “kemampuan untuk menentukan, dalam kejadian tertentu dan situasi tertentu dengan metode persuasi yang ada”. Dalam tahap ini juga pembicara menentukan tujuan dan mengumpulkan bahan (*argument*) yang sesuai dengan kebutuhan pendengar. Menurut Aristoteles menyebut tiga cara untuk mempengaruhi manusia.

- (1) Pembicara harus sanggup menunjukkan kepada pendengar bahwa pembicara memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat(*ethos*)
- (2) Pembicara harus menyentuh hati pendengar, perasaan, emosi, harapan, kebencian dan kasih sayang mereka(*pathos*)
- (3) Pendengar meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau realitas yang terjadi(*logos*)

b) *Disposito* (Penyusunan).

Pada tahap ini, pembicara menyusun materi atau mengorganisasikan pesan. Aristoteles menyebutnya *taxis*. Yang berarti pembagian. Pesan harus dibagi menjadi beberapa bagian yang berkaitan secara logis. Susunan berikut ini mengikuti kebiasaan berpikir manusia yaitu pengantar, pernyataan argumen. Menurut aristoteles, pengantar berfungsi menarik perhatian, menumbuhkan kredibilitas(*etshos*)

c) *Elocutio* (gaya).

Pada tahap ini, pembicara memilih kata-kata dan menggunakan bahasa yang tepat untuk “mengemas” pesannya. Aristoteles memberikan nasihat “gunakan dengan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima pilih kata-kata yang jelas dan langsung, yaitu sampaikan dengan kalimat yang indah, mulia, hidup, dan sesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak dan pembicara”

d) *Pronuntiatio* (Penyampaian).

Pada tahap ini pembicara menyampaikan pesan atau materi secara lisan. Di sini, acting sangat berperan. Demosthenes menyebutnya *hypocrisis* (boleh jadi dari sini muncul kata hipokrit). Pembicara memerhatikan oleh suara (*vocis*) dan gerakan-gerakan, anggota badan (*gestus moderatio cum venustate*)

### 3. Unsur-Unsur Retorika

Unsur-unsur retorika sebenarnya tidak jauh beda dengan unsur-unsur komunikasi, Semua bagian dari unsur-unsur itu memiliki tugas masing-masing untuk melengkapi sebuah kegiatan unsur merupakan bagian yang terkecil dari pada sistem, tetapi lebih penting kegunaannya dalam suatu aktivitas apapun. dengan adanya salah satu bagian. unsur yang tertinggal, maka akan mengakibatkan suatu aktivitas tersebut terhenti total itulah pentingnya penyatuan unsur-unsur tersebut. Unsur-Unsur Retorika yang dimaksud terdiri dari tiga (3) macam yaitu:

a) Pembicaraan

Pembicaraan adalah orang yang menyampaikan pesan itu sendiri. dalam menyampaikan pesan ini maka dalam segala gerak pembicaraan baik mengenai mata, bibir, dahi, tangan suara dan memikirkan pembicaraan selalu menjadi penilaian pendengar.

b) Lawan Bicara.

Lawan bicara adalah pihak yang menerima pesan, baik resmi maupun tidak resmi, Laki-laki atau Perempuan, tua dan muda, banyak atau sedikit, sudah bekerja atau belum berpendidikan tinggi atau rendah. setiap setara harus mendapatkan pelayanan retorika yang spesifik. oleh karena itu, maka keterampilan dan usaha keras pembicaraan untuk menyesuaikan pidatonya dengan masing-masing mereka sangat perlu mendapatkan prioritas penekanan.

c) Pesan.

Pesan adalah materi yang akan di titipkan pembicara kepada pendengar.<sup>24</sup>

#### 4. Fungsi Retorika

Fungsi Retorika Fungsi retorika pada dasarnya adalah mempersiapkan sarana yang baik, yakni menyediakan pengetahuan dan bimbingan bagi penutur, sehingga mereka lebih mudah dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Penyediaan retorika akan pengetahuan manusia sebagai personal tutur, kegiatan bertutur, bahasa, topik tutur, dan tutur akan membantu para penutur dalam meneruskan gagasannya kepada orang lain. Selain penyediaan

---

<sup>24</sup> Setiawan Hari Purnomo, *Menejemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996), h. 8

pengetahuan seperti di atas, retorika juga mempersiapkan sarana pembimbingan yang efektif bagi penutur, seperti:

- a. cara-cara memilih tutur,
- b. cara-cara memandang dan menganalisis topik tutur untuk menemukan sarana ulasan yang persuasif-objektif,
- c. cara-cara menemukan ulasan artistik dan nonartistik,
- d. memilih jenis tutur yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai,
- e. menata bagian-bagian tutur serta menempatkan ulasan-ulasan yang sesuai,
- f. memilih materi bahasa serta menyusunnya menjadi kalimat yang padu, utuh, mantap, dan bervariasi.
- g. retorika tulis, disediakan bimbingan penataan paragraf.
- h. memilih gaya bahasa dan gaya bertutur.

Dengan gambaran dan perangkat bimbingan seperti diuraikan di atas, sesungguhnya retorika telah memainkan keempat fungsi dasarnya seperti yang dimaksudkan oleh Aristoteles, yakni:

- (1) membimbing penutur dalam mengambil keputusan yang benar,
- (2) membimbing penutur untuk secara lebih baik memahami masalah kejiwaan manusia pada umumnya dan kejiwaan pada diri pendengar khususnya,
- (3) membimbing penutur dalam menemukan ulasan, baik yang artistik maupun yang nonartistik, dan

(4) membimbing penutur dalam mempertahankan kebenaran dengan alasan-alasan yang masuk akal. Jadi tujuan dan fungsi retorika telah menopang kehadiran retorika sebagai ilmu tersendiri sehingga retorika dapat dipisahkan dari ilmu lain.<sup>25</sup>

## 5. Unsur Pendukung Retorika

Ungkapan yang baik secara retorik harus didukung oleh unsur bahasa, etika dan nilai moral, nalar yang baik, serta pengetahuan yang memadai. Keempat unsur ini merupakan pendukung utama retorika. Jika unsur-unsur ini diabaikan, maka terjadi penyimpangan hakikat retorika.

### a. Bahasa

Bahasa merupakan pendukung utama retorika. Boleh dikatakan bahwa tanpa bahasa, maka tidak ada retorika. Bahasa berhubungan dengan penyajian pesan dalam komunikasi. Wujud fisik retorika adalah penggunaan bahasa. Pada penggunaan bahasa inilah dilakukan pemilihan kemungkinan-kemungkinan unsur bahasa yang dipandang paling persuasif oleh komunikator. Pemilihan unsur-unsur bahasa itu bisa dalam bentuk istilah, kata, ungkapan, gaya bahasa, kalimat, dan lain-lain. Termasuk dalam masalah bahasa adalah *delivery*, yakni mengatur susunan bahasa, mengatur cara penyajian, dan memilih gaya pengungkapan. Semua ini dilakukan agar komunikasi bisa menarik minat lawan bicara. Disinilah letak persuasinya. Meskipun ada kebebasan dalam memilih unsur-unsur bahasa, mengatur susunan bahasa, mengatur cara penyajian, dan memilih gaya pengungkapan,

---

<sup>25</sup> Nengah Martha, 2010 'Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang', Prasi, Vol. 6, Singaraja:Bali (2010)

bukan berarti bahwa komunikator tidak bertanggung jawab atas isi yang disampaikan. Komunikator tetap harus bertanggung jawab atas isi yang ingin disampaikan. Karena itulah diperlukan unsur pendukung retorika yang kedua, yakni dengan etika dan nilai moral.

#### b. Etika dan Nilai Moral

Etika dan nilai moral adalah hal yang penting dalam retorika. Adanya etika dan nilai moral dalam retorika menjadikan aktifitas komunikasi yang dilakukan bertanggung jawab. Komunikator harus memperhatikan isi yang dibicarakan, tidak sekedar memamerkan kemampuan berkomunikasi dengan menggunakan gaya bahasa yang memukau. Etika dan nilai moral inilah menjadi tumpuan bahwa orang yang menguasai retorika harus bertanggung jawab dalam aktifitas komunikasinya. Ada tiga syarat yang berhubungan dengan etika yang perlu diperhatikan oleh komunikator dalam menyampaikan pesannya, yaitu

- 1) bertanggung jawab atas pemilihan unsur-unsur persuasif dan menyadari kemungkinan berbuat salah,
- 2) berusaha mengetahui dan menyadari secara jujur akan kerugian yang timbul sebagai akibat kecurangan diri sendiri,
- 3) toleran terhadap pendengar yang tidak setuju terhadap apa yang disampaikan.

#### c. Penalaran yang Benar

Penyampaian pesan dalam komunikasi harus didukung oleh penalaran yang benar agar pesan yang disampaikan mempunyai kekuatan atau landasan. Ini merupakan syarat yang sejak awal diperingatkan oleh Aristoteles bahwa

retorika bukan sekedar permainan kata-kata atau permainan bahasa. Dengan penalaran yang benar, penyampai pesan diharapkan menggunakan argumen-argumen yang logis dalam mempersuasi pendengarnya. Untuk mendukung penalaran yang benar, maka penyampai pesan atau pemakai retorika dapat menggunakan induksi, deduksi, silogisme, entimem, atau menunjukkan contoh-contoh. Oleh karena itu dalam retorika terkandung dua hal, yakni alasan-alasan dan karakter komunikator. Alasan-alasan merupakan bukti yang digunakan dasar persuasi, dan karakter merupakan penanda psikologis apakah penyampai pesan berbohong atau jujur.

d. Pengetahuan yang Memadai

Jika tidak ditunjang oleh pengetahuan yang memadai, maka penyampaian pesan bisa menjadi tukang bual. Komunikator harus memahami benar tentang apa yang ingin disampaikan. Untuk itu, ia harus memiliki pengetahuan yang luas terhadap hal yang ingin disampaikan. Selain itu, ia harus mempunyai fakta-fakta yang relevan tentang apa yang hendak disampaikan, dan memiliki ide atau gagasan yang jelas tentang bagaimana menyampaikan kepada pendengarnya. Ini berarti, komunikator harus menguasai benar tentang materi dan strategi penyampaian.

Berkaitan dengan materi dan strategi penyampaian diperingatkan bahwa 1) pemahaman atau pengetahuan tentang materi yang ingin disampaikan merupakan hal esensial bagi penutur. 2) keberhasilan retorika tergantung pada

pengetahuan penutur terhadap manusia (pendengar) dengan segala aspeknya<sup>26</sup>.

## 6. Strategi, taktik dan teknik

Strategi tidak dapat di lepaskan dengan istilah taktik dan teknik. Itulah sebabnya, maka tidak jarang pengertian dan penamaan beberapa istilah tersebut campur aduk menjadi satu. untuk memudahkan pemahaman, perlu kiranya disampaikan pengertian istilah-istilah tersebut.

Teknik berfungsi untuk memenangkan taktik, dan taktik adalah untuk memenangkan strategi. jadi taktik sesungguhnya merupakan pelaksanaan detail dari strategi, jadi bisa dikatakan bahwa taktik adalah jabaran praktis dari sebuah strategi. disamping itu, strategi biasanya berskala luas dan dalam kurung waktu yang cukup lama, sementara taktik selalu sedemikian. oleh karena itu bisa saja terjadi sama dalam strategi tetapi berbeda dalam taktik. hanya saja apapun strategi dan taktik yang dipilih, keduanya harus bisa saling menunjang dan melengkapi.<sup>27</sup>

## D. TINJAUAN KONSEPTUAL

Tinjauan konseptual merupakan landasan akademik dalam mengembangkan penelitian secara terstruktur dan terorganisir.

### 1) Pengertian Strategi Retorika

Setiap kegiatan apapun tidak mencapai kesuksesan apapun yang maksimal, tanpa didorong oleh strategi yang matang. Kegiatan dengan strategi yang

---

<sup>26</sup> Dhanik Sulistyarin, et al., eds., *Buku Ajar Retorika*. (Serang-Banteng: CV AA. Rezky, 2020).

<sup>27</sup>A. Halim, "Strategi Dakwah Yang Terabaikan" dalam *Jurnal Ilu Dakwah*, h. 43 dan 45

matang pun kadang-kadang terjadi kegagalan yang berakhir dengan tujuan tak tercapai.

Apalagi tanpa perencana sebuah strategi, bisa di bayangkan apa yang nanti terjadi. Itulah sebabnya mengapa strategi itu perlu disebarluaskan penjelasannya, agar semua orang itu bisa mengenal apa itu strategi dan manfaatnya itu apa.

Pengertian strategi menurut para ahli :

a) Halim

Strategi adalah sebuah seni dalam menentukan rancangan untuk membangun sebuah perjuangan (Pergerakan) yang dapat dijadikan siasat yang biasanya lahir dari pemikiran, peneliti dan pengalaman seorang untuk mencapai tujuan.<sup>28</sup>

b) Husain Umar

Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti “Seni berperang” menurutnya, strategi merupakan dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju, jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan tindakan yang bersifat senan tiasa meningkat dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang telah diharapkan oleh orang lain dimasa depan. dan bisa dikatakan lagi bahwa strategi itu merupakan rancangan atau rencana yang cukup matang dan benar-benar real untuk mencapai tujuan.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup>A. Halim, “*Strategi Dakwah yang Terabaikan*” Dalam *Jurnal Ilmu Dakwah* (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel), h. 43

<sup>29</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h. 32

## 2) Dakwah

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim, dengan mengajak serta panggilan dalam kebaikan yakni mengajak umat Islam kepada suatu bentuk kehidupan yang sempurna. Setiap manusia memiliki kemampuan berbicara di depan umum dengan itu meyakinkan orang lain dengan disertai etika yang baik. Dalam menyampaikan dakwah ada seorang *da'i* harus memiliki retorika yang baik dalam menyampaikan dakwahnya yaitu karakteristik, gaya bahasa serta pesan-pesan yang disampaikan dalam suatu tatanan publik bisa berbentuk verbal (vokal dan non vokal).

Seorang *da'i* dalam menyampaikan pesan terlebih dulu melakukan penemuan dalam hal ini seorang *da'i* dapat menggunakan logika dan bukti dalam berdakwah. Kemudian pengaturan dalam berdakwah dalam hal ini *da'i* sebelum menyampaikan dakwahnya mengatur segala hal apa yang ingin disampaikan. Dalam berdakwah penggunaan gaya memastikan bahwa suatu pidato dapat diingat dan bahwa ide-ide dari pembicara diperjelas serta penyampaian biasanya mencakup beberapa perilaku seperti kontak mata, tanda vokal, ejaan, kejelasan pengucapan, dialek, gerak tubuh, dan penampilan fisik. Adapun dalam berdakwah seorang *da'i* harus lebih kuat mengingat pesan yang akan disampaikan kepada *mad'unya* sehingga dengan ingatan, seseorang pembicara dapat mengetahui apa saja yang akan dikatakan dan kapan mengatakannya, meredakan ketegangan pembicara dan memungkinkan pembicara untuk merespon hal-hal yang tidak terduga.

## 3) Jenis-jenis jejaring sosial

Dalam mencapai suatu popularitas di zaman sekarang ini ada beberapa media yang dapat dijadikan strategi dan mampu dimanfaatkan oleh *da'i* untuk

mendukung aktivitas dalam kegiatan berdakwah. Adapun beberapa media tersebut :

a) *WhatsApp*

*WhatsApp* adalah aplikasi pesan instan untuk *smartphone*, jika dilihat dari fungsinya *WhatsApp* hampir sama dengan aplikasi SMS yang biasa dipergunakan di ponsel lama. Tetapi *WhatsApp* tidak menggunakan pulsa, melainkan data internet. Jadi, di aplikasi ini sobat tak perlu khawatir soal panjang pendeknya karakter. Tidak ada batasan, selama data internet sobat memadai

b) *Facebook*

*Facebook* adalah sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi dengan pengguna lainnya di seluruh dunia. Frasa “Buku Muka” merupakan prinsip dasar yang membedakan facebook dengan jejaring sosialnya, yaitu menampilkan seluruh informasi dari pengguna tersebut.

*Facebook* menawarkan berbagai fitur canggih yang belum pernah ada di sosial media sebelumnya. Selain dapat bertukar pesan, dengan facebook seorang pengguna dapat menciptakan halaman pribadi, menambahkan teman, membuat dan mengupdate status, membagikan berbagai jenis konten, *video call* dan banyak lagi. Selain itu, *facebook* juga dilengkapi dengan alat privasi untuk membatasi siapa saja yang berhak melihat hal yang di bagikan.

c) *Instagram*

*Instagram* adalah salah satu jejaring sosial yang Disusun dari dua kata, yaitu “Insta” dan “Gram”. Arti dari kata pertama diambil dari istilah “Instan” atau serba cepat/mudah. Namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah “Instan” merupakan sebutan lain dari kamera Polaroid. Yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah membidik objek. Sedangkan kata “Gram” diambil dari “*Telegram*” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Dari penggunaan dua kata tersebut, kita jadi semakin memahami arti dan fungsi sebenarnya dari Instagram. Yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini.

d) *Youtube*

*Youtube* adalah perusahaan yang mengumpulkan koleksi user *generated content* memuat ribuan film pendek dan episode televisi, dan ratusan film *full-length* melayani lebih dari dua miliar video per hari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video *online*. *Youtube* terutama memperoleh pendapatan dengan menjual iklan pada halaman *homepage* dan pencarian hasil-hasilnya, serta dalam videonya. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.

Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno California. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen (CTO mantan) dan Chad Hurley (mantan CEO). *Youtube* hari ini adalah anak perusahaan dari Internet pencari raksasa Google. Pada November 2006, *Youtube*, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan *Google*. Perusahaan *youtube* berkantor pusat di San Bruno California, dan memakai teknologi *Adobe Flash Video* dan *HTML5* untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.<sup>30</sup>

*Youtube* lebih cenderung menarik dan tidak membosankan jika dibandingkan dengan televisi. Konten yang disuguhkan *youtube* lebih lengkap dan tanpa dibatasi oleh waktu. Sehingga pengguna dapat menikmati konten *youtube* dan dapat di lihat secara berkala sesuai dengan apa yang diminati, dimanapun dan kapanpun.

Terdapat beberapa fungsi *youtube*, diantaranya: 1). Mencari video di *youtube*, setiap pengguna dapat mencari video sesuai dengan kebutuhan video yang diperlukan. Dengan *melakukan* pencarian sesuai dengan kata kunci, maka berbagai tema video yang berkaitan muncul. 2). Memutar atau menonton video. 3). *Mengupload* video. 4). *Mendownload* video.

Terdapat beberapa istilah dalam *youtube*, yaitu:

---

<sup>30</sup> Suyanto, Asep Herman dan Wahyudi. Jurnal: *Youtube* www.jurnalkomputer.com, diakses pada 14 Oktober 2021

1) *Subscribe*

*Subscribe* Adalah istilah menu layanan gratis dengan memasukan email pengguna untuk memudahkan pengunjung agar mengetahui post terbaru. *Subscribe* artinya berlangganan, dimana pengguna akan diberikan informasi apabila terdapat perihal kabar terbaru dari tautan atau akun yang telah dipilih.

2) *Streaming*

Istilah ini biasanya digunakan untuk menyiarkan secara langsung video yang direkam melalui sebuah kamera video yang dapat dilihat oleh sipapun dan dimanapun dalam waktu bersamaan. Sehingga pengguna bisa menyiarkan langsung tanpa melalui proses download.

3) *Buffering*

Merupakan istilah yang memiliki makna penyangga atau tenaga. Dengan kata lain *buffering* berarti jeda waktu yang terjadi saat pengguna memutar video di *youtube*.<sup>31</sup>

Ada tiga alasan mengapa dakwah melalui *Youtube* itu mendominasi di era milenial ini:

- a) Muslim telah menyebar ke seluruh penjuru dunia, dengan menggunakan jejaring internet untuk berselancar di website *Youtube* yang memudahkan penggunanya memperoleh pengetahuan-pengetahuan yang tidak sempat disimak tepat waktu dalam sebuah majelis taklim.

---

<sup>31</sup> Arie Prastyo. 19 Juli 2014. Artikel: *Perbedaan dan Pengertian antara Streaming dan Buffering*, <https://www.arieprastyo.com>, diakses pada 20 Oktober 2021

- b) Citra Islam dapat dengan mudah dibangun lewat unggahan-unggahan yang berisi tentang kegiatan berdakwah atau hal-hal yang membahas tentang syari'at Islam.
- c) Pemanfaatan *Youtube* sebagai media dakwah, dengan sendirinya juga membuktikan bahwa umat Muslim mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman yang ada dan mampu tetap berdiri di jalur yang digariskan oleh syari'at Islam<sup>32</sup>

Selain itu, ada pula beberapa kelebihan *Youtube* yang digunakan sebagai media dakwah, diantaranya;

- a) Mampu menembus batas ruang dan waktu dalam sekejap dengan biaya dan waktu yang relatif lebih terjangkau. Penggunaan jasa internet untuk mengakses *Youtube* meningkat setiap tahunnya, hal ini berarti visi misi dakwah dalam permasalahan ini juga meningkat.
- b) Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai atau yang mereka butuhkan, dengan demikian tidak ada faktor pemaksaan dalam menimba ilmu di dalamnya.

Cara penyampaian yang variatif telah membuat dakwah islamiyah melalui internet bisa menjangkau segmen luas, termasuk untuk kepentingan bisnis islami dan silaturahmi.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Fathul Wahid, *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*, (Yogyakarta:Gaya Media,2004). h.110

<sup>33</sup> Sidiq, Anwar, "*Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (study Akun @fuadbakh)*," (UIN Raden Intan Lampung), Skripsi,2017. diakses pada 20 maret 2021.

Jadi dapat disimpulkan dakwah pada era saat ini dakwah dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan memanfaatkan media internet ataupun sosial media untuk menjangkau masyarakat tanpa bertatap muka serta dibatasi oleh waktu. Masyarakat mampu mengakses dan mendengarkan dakwah walaupun dalam keadaan apapun selama jaringan masih ada, dengan kata lain dakwah melalui *youtube* bisa didengarkan walaupun sedang melakukan aktivitas lainnya.

#### 4) Strategi Dakwah Virtual

Pada zaman sekarang ini *Website, Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube* merupakan wadah silaturahmi virtual. Selain itu media sosial dan media online menjadi wadah menyampaikan informasi yang dianggap efektif karena hampir semua memiliki akun untuk mengakses informasi. Selain sebagai wadah silaturahmi, edukasi dan hiburan juga digunakan untuk penyebaran Informasi dakwah secara naratif.

Pada media online seorang mubalig membangun karakternya sebagai orang yang religious. Seorang mubalig memiliki kemampuan dalam mengembangkan wacana kegamaan dengan dengan membuat status mengupload video yang positif selain itu, seorang mubalig mampu melakukan setting terhadap lingkungan sosiokulturnya misalnya seorang mubalig berpenampilan Islami.

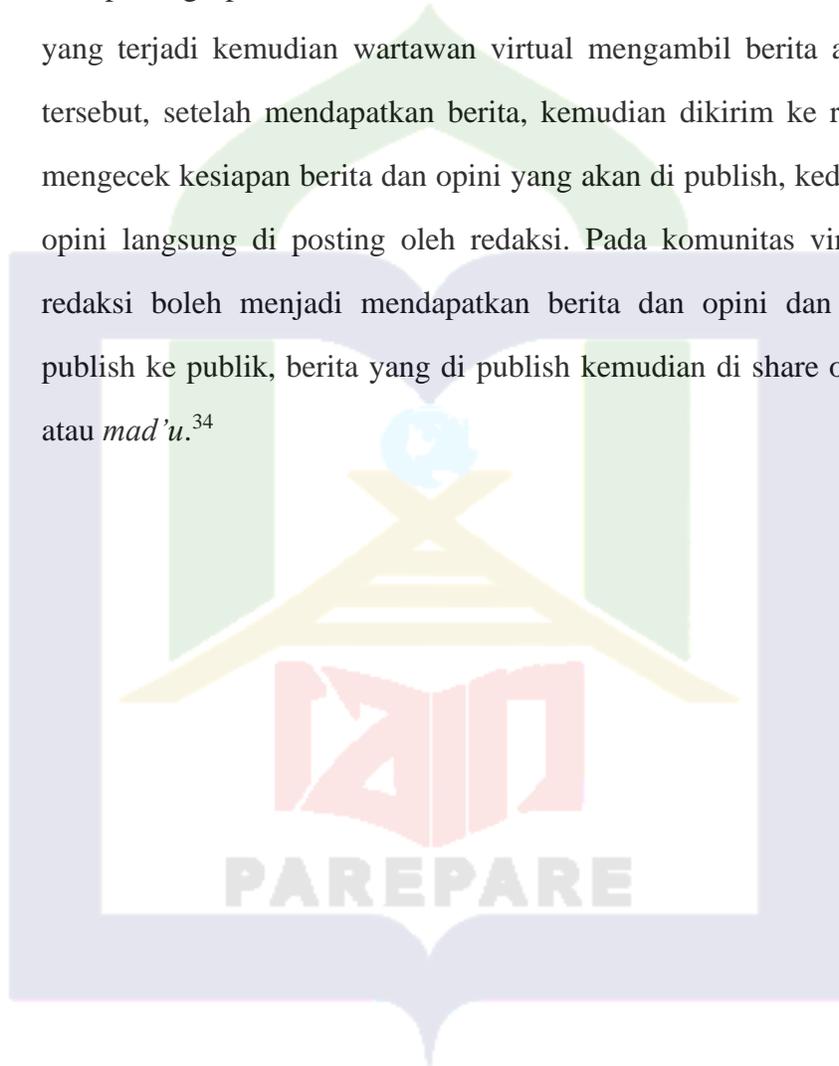
Dengan media elektronik maka ia dimaksudkan sebagai sarana yang menghubungkan terwujudnya *amar ma'ruf nahi mungkar* menurut metode penyampainnya. Pelaksanaan dakwah dengan menggunakan media dakwah elektronik dalam berbagai model dan coraknya, terlebih dahulu harus dimengerti bahwa dakwah Islam yang disampaikan melalui media-media

tersebut tetap mengacu pada esensi dakwah yakni *da'a* (menyeru) ajaran Islam, dimana ajaran Islam itu senantiasa sesuai dengan situasi dan kondisi (al islam shahih li kulli zaman wa makan) Dengan kata lain, aktifitas dakwah harus senantiasa digalakkan di tengah-tengah masyarakat dalam berbagai bentuknya yang tidak berbenturan dengan kemajuan era globalisasi

- a. Dakwah Kemasan, komunitas dakwah virtual mengemas berita dan opini dengan etika *prophetic* dan *citizen journalism* sebagaimana realitas sosial pada komunitas dakwah atau warganet, dimana anggota komunitas dakwah mampu mengupload berita dan opini sesuai etika prophetic.
- b. Materi yang Aktual, Materi dakwah pada dasarnya diambil dari Al-Qur'an dan suna Rasul, dua itulah yang menjadi pegangan hidup umat muslim. Menurut Abdul Halim Mahmud mengemukakan tiga unsur ajaran Islam sebagai materi dakwah yang harus disampaikan oleh *da'i* dalam berdakwah yakni aqidah, ibadah dan akhlak. Ketiga aspek tersebut merupakan pondasi yang paling pokok bagi Islam serta peradabannya dan saling berkaitan satu sama lain.
- c. Tema Dakwah, Pilihan-pilihan tema yang diangkat dalam komunitas dakwah virtual ini dipertimbangkan berdasarkan pada aspek 'kebaruan' Artinya tema dan alur ceritanya menjadi perbincangan aktual. Apa sisi menarik dari cerita yang diangkat? Inilah yang menjadi penentu sebuah tema dan alur cerita diangkat dalam sebuah posting. Sudah barang tentu sisi menarik ini ditinjau dari aspek market. Dalam arti bahwa sisi

menarik ini ditentukan untuk menarik perhatian masyarakat yang menjadi pembaca.

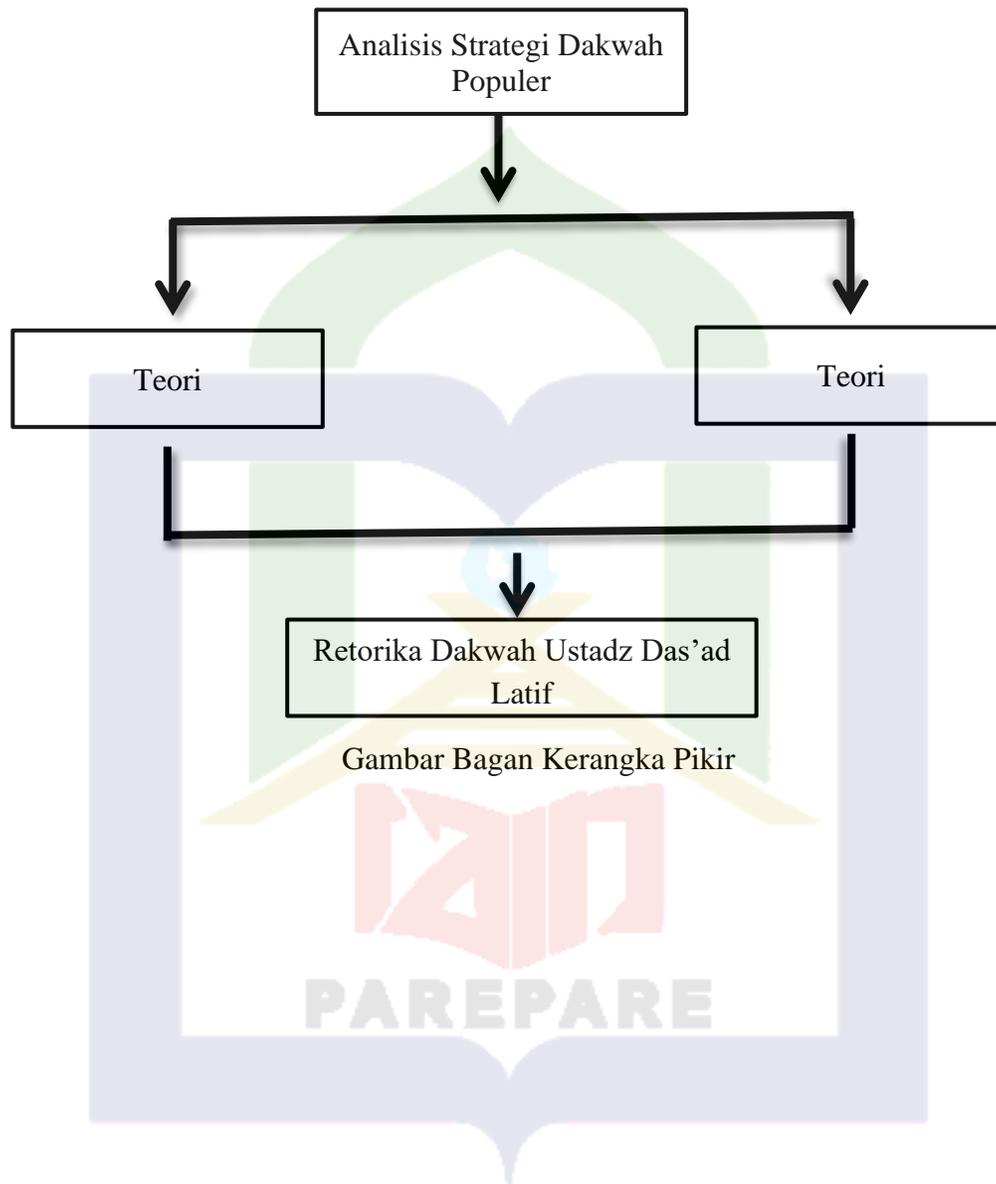
d. Strategi dakwah, komunitas dakwah virtual memiliki dua alur dalam memposting opini dan berita. Pertama, komunitas virtual melihat kejadian yang terjadi kemudian wartawan virtual mengambil berita atau kejadian tersebut, setelah mendapatkan berita, kemudian dikirim ke redaksi untuk mengecek kesiapan berita dan opini yang akan di publish, kedua berita dan opini langsung di posting oleh redaksi. Pada komunitas virtual seorang redaksi boleh menjadi mendapatkan berita dan opini dan langsung di publish ke publik, berita yang di publish kemudian di share oleh pembaca atau *mad'u*.<sup>34</sup>



---

<sup>34</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Cetak Biru Mahir Berdakwah Mengubah Dakwah Biasa jadi Wah!*. (Parepare: CV Kaafah Learning Center, 2018).hlm 89

## E. KERANGKA PIKIR



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian dengan pengamatan secara langsung yang menghasilkan data deskriptif seperti pemahaman-pemahaman yang tertulis atau perkataan-perkataan dari orang-orang dan perilaku yang diamati oleh peneliti.

Metode penelitian kualitatif menekankan pada metode penelitian observasi di lapangan dan datanya dianalisis dengan cara mengungkapkan gejala sosial di lapangan dengan menggerakkan segenap fungsi indrawinya. Dengan demikian, peneliti harus dapat diterima oleh responden dan lingkungannya agar mampu mengungkapkan data yang riil yang ada di lapangan melalui ungkapan-ungkapan responden.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian berkaitan dengan masalah yang diangkat adalah dakwah oleh ustadz Das'ad Latif pada *Channel Youtube* dan tanggapan para tokoh masyarakat pada channel Youtube Ustadz Das'ad Latif pada tahun 2021

##### 2. Waktu Penelitian

Setelah penyusunan proposal penelitian dan telah diseminarkan. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu satu bulan atau 30 hari, atau disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

### C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada bagaimana tanggapan Peneliti dan para tokoh masyarakat terhadap aktivitas strategi dakwah oleh ustadz Das'ad Latif pada *channel youtube* tahun 2021

### D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan. Data kualitatif didapat melalui suatu proses menggunakan teknik analisis mendalam dan tidak bisa diperoleh secara langsung. Adapun sumber data penelitian ini yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas. Sumber data ini nantinya akan diperoleh dari lapangan secara langsung oleh peneliti dengan wawancara kepada tokoh masyarakat dan Peneliti, terhadap strategi retorika dakwah oleh ustadz Das'ad Latif pada *channel youtube* pada tahun 2021.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari tulisan atau karya orang lain sebagai data pelengkap sumber data primer. Data sekunder mencakup dokumen-dokumen, jurnal, buku, hasil penelitian yang berwujud laporan, dan sebagainya.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah segala sesuatu yang menyangkut bagaimana cara atau dengan apa data dapat dikumpulkan. Adapun pengumpulan data dalam

penelitian ini menggunakan dua teknik yaitu: Wawancara, dan dokumentasi, sebagai berikut;

1. Observasi

Obsevasi merupakan salah satu cara dalam pengumpulan data dengan mengamati dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang timbul pada objek yang ingin di teliti. Obsevasi boleh dikatakan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan seluruh fenomena yang terjadi. Pengamatan akan fenomena itu dikhususkan terhadap masalah tentang bagaimana tanggapan tokoh masyarakat dan Peneliti, terhadap strategi retorika dakwah oleh ustadz Das'ad Latif pada *channel youtube* pada tahun 2021.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah suatu metode dalam penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan dengan cara lisan dari seorang responden secara langsung, ataupun bertatap muka guna untuk menggali informasi dari responden. Wawancara adalah sebuah instrumen penelitian yang lebih sistematis. Dalam wawancara, pertanyaan dan jawaban yang diberikan dilakukan secara verbal. Orang yang dimintai informasi (sumber data) disebut dengan informan. Pewawancara harus dapat menciptakan suasana akrab, sehingga informan dapat memberikan keterangan yang kita inginkan dengan baik.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data-data diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan untuk mencatat data-data tentang kepemimpinan Islam, yang tersedia dalam bentuk buku, artikel dan jurnal. Teknik ini dipergunakan untuk mengetahui data hal-hal yang berkaitan tentang bagaimana tanggapan tokoh masyarakat dan Peneliti,, terhadap strategi retorika dakwah oleh ustadz Das'ad Latif pada *channel youtube* pada tahun 2021.

### F. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan diolah dengan analisis kualitatif. adapun aktivitas dalam pengumpulan data melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

1. Mereduksi data, yaitu merangkul, melihat hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya.
2. Penyajian data. Penyajian data dilihat dari jenis dan sumbernya, termasuk keabsahannya. Penyajian data akan bisa dilakukan dalam bentuk uraian dengan teks naratif dan dapat juga berupa bentuk tabel, bagan dan sejenisnya.
3. Verifikasi data yaitu upaya untuk mendapatkan kepastian apakah data tersebut dapat dipercaya keasliannya atau tidak. Dalam verifikasi data ini akan di prioritaskan kepada keabsahan sumber data dan tingkat

objektivitas serta adanya keterkaitan antar data dari sumber yang satu dengan sumber yang lainnya dan selanjutnya ditarik suatu kesimpulan.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Ustadz Das'ad Latif

Salah satu ustadz yang sangat populer di tanah Sulawesi bahkan di seluruh Indonesia. Beliau adalah Ustadz Dr. H. Das'ad Latief S.Sos., S.Ag., M.Si.,Ph.D adalah seorang mubaligh yang aktif berdakwah dari satu mimbar ke mimbar yang lain, dan dari satu televisi hingga ke media sosial. Dakwahnya sangat menggugah dan membuat para pendengarnya mampu meresapi pesan-pesan Islam dengan damai. Selain aktif memberikan tausiyah kepada umat muslim, Ustadz Das'ad Latief adalah seorang dosen dan peneliti di Universitas Hasanudin dengan spesifikasi keilmuan Public Relations.

Lahir di Bungi pada 21 Desember 1973, Ustadz Das'ad Latief menyelesaikan seluruh kesarjanaannya di bidang Ilmu Komunikasi. Pendidikan strata 1 beliau ditempuh di dua tempat sekaligus, yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin pada bidang Peradilan Islam dan di Universitas Hasanudin pada bidang Ilmu Komunikasi. Pendidikan magister ustadz Das'ad diselesaikan di Universitas yang sama dalam bidang komunikasi. Keseriusannya dalam menuntut ilmu dibuktikan dengan gelar P.hD dari Universitas Kebangsaan Malaysia dalam bidang Ilmu Komunikasi sekaligus gelar Doktor ke dua kalinya di Universitas Islam Makasar dalam bidang Ilmu Syariah.

Cara dakwahnya yang ringan dan santai membuat ustadz Das'ad Latif dikenal publik. Mengisi pengajian keagamaan di berbagai televisi nasional seperti TVOne, SCTV, dan berbagai Televisi lokal seperti TVRI Makassar dan radio di Makassar. Beliau juga aktif berceramah secara offline di Masjid Sunda Kelapa Jakarta, serta

aktif berdakwah melalui media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram dan Pembina Majelis Taklim ibu-ibu IWABA, kemudian menjadi pembimbing untuk ibadah haji dan umrah.<sup>35</sup>

Selain itu dakwah dari beliau mampu menarik perhatian masyarakat dengan sering menggunakan kata-kata yang mudah dipahami serta menggunakan candaan yang membuat penonton pun tak hanya berfokus mendengarkan isi ceramahnya saja, melainkan masyarakat juga merasa terhibur dari candaan da'i. hal tersebutlah yang membuat masyarakat banyak mengikuti dakwah ustadz das'ad latif.

## **B. Analisis Pesan dan Strategi Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif**

### **1. Pesan Dakwah Ustadz Das'ad Latif**

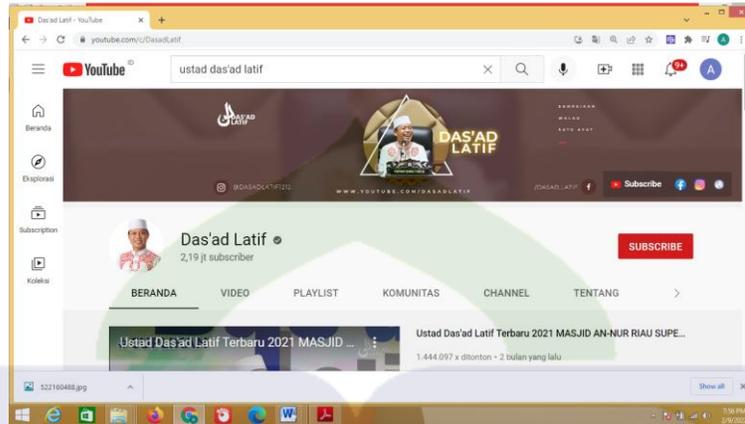
Maddah adalah isi pesan atau materi dakwah yang disampaikan da'i kepada sasaran dakwah. Yang menjadi materi atau pesan dakwah adalah ajaran agama Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist Rasulullah SAW. Materi dakwah yang akan disampaikan memiliki makna dan fungsi penting dalam melihat keberhasilan dakwah, yaitu sejauh mana materi dakwah yang akan disampaikan da'i membawa pengaruh yang baik kepada sasaran dakwah(mad'u). Sesuai prinsip pesan dakwah yaitu memberi harapan, ampunan dan kegembiraan, walaupun yang sudah baik agar bisa meningkatkan kebaikannya atapun orang yang penuh dosa.

Konten yang dijadikan Ustadz Das'ad Latif sebagai dakwahnya. Oleh karena itu, dalam menyampaikan pesan dakwah perlu ada kemasan atau tampilan yang menarik mengenai materi apa yang akan disampaikan kepada khalayak. Kemasan atau

---

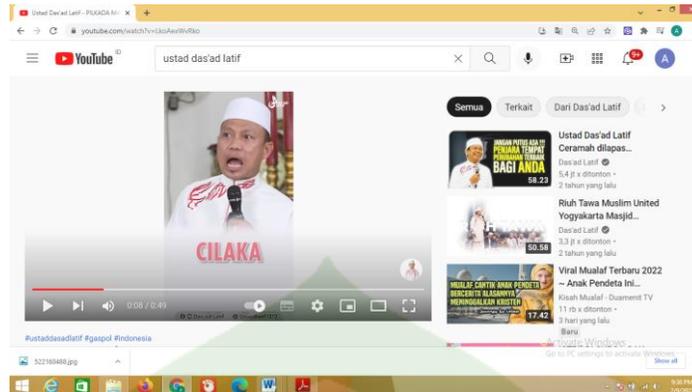
<sup>35</sup>Cari Ustadz <https://cariustadz.id/ustadz/detail/Dr.-H.-Das%E2%80%99ad-Latif> (Di Akses Pada Tanggal 24 Juni 2021)

tampilan yang dimaksud bisa melalui video pada Channel youtube. Berikut adalah analisis dakwah Ustadz Das'ad Latif pada channel youtube Das'ad Latif.



Sumber : Youtube Profil Ustadz Das'ad Latif

Ustadz Das'ad latif memulai perjalanannya di *Youtube* dengan mengupload konten dakwah sehingga dikenal sebagai seorang da'I terkenal di Indonesia. Saat ini jumlah subscribe pada channel youtube ustadz das'ad latif yaitu 2.19 jt subscribe. beliau yang memiliki pembawaan gaya berbicara yang santai dan sering menelontarkan perkataan yang lucu sehingga ia mampu menghibur masyarakat dari berbagai kalangan. Dari cara berdakwahnya yang menarik ustadz Das'ad Latif sudah sering mendapatkan panggilan berceramah dari berbagai daerah di Indonesia, bahkan ia sudah berceramah langsung dihadapan presiden.



Sumber : Youtube Das'ad Latif “Pilkada Mahal?”

Pesan dakwah dari video Channel Youtube Das'ad Latif “Kau larang anggota DPR sogok, tapi kau terima sogok saat pilkada, wani piroo. Cilaka, melarang orang korupsi tapi terima uang korupsi? Jangan ketawa, saya serius ini. Ini yang rusak Negara kita ini, pilkada yang mahal. Coba kalau pilkada tidak beli partai? Coba kalau pilkada tidak minta pembeli sarung? Semua orang pintar masuk daftar, sarjana politik dari Makassar, sarjana politik dari Jogja. Mereka daftar jadi pejabat. Mereka tau ilmunya! akhirnya jadi pejabat, dia urus kita semua karena dia tau ilmunya. ini sekarang jadi pejabat hanya karena banyak uangnya. Akhirnya apa? Hmm dia tidak urus rakyat, proyek saja dia urus. Hmm masih mauko? Ci'da.”<sup>36</sup>

Kalimat diatas menjelaskan fenomena pilkada yang saat ini menjadi pusat perhatian karena banyaknya masyarakat dan pejabat yang tau akan keburukan seperti korupsi dan sogok-menyogok, namun masih banyak yang melakukan dan menerima akan hal itu, yang pada akhirnya mereka sendiri yang menerima dampak dari pilihannya. Yang sebenarnya apabila pejabat Negara yang memang tau tentang ilmu politik, tentu saja semua orang yang pintar dari lulusan ilmu politik akan mencalonkan diri untuk menjadi pejabat. Tapi kenyataannya yang menjadikan Negara

<sup>36</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=LkoAexWvRko> diakses pada tanggal 11 Februari 2022, pukul 10.50 WITA.

Wani piroo (dalam bahasa Jawa adalah berani berapa)  
Cilaka (dalam arti bahasa Makassar adalah celaka)  
Ci'da (dalam arti bahasa Makassar adalah rasakan)

ini kacau dikarenakan masyarakat yang menilai calon-calon pejabat itu berdasarkan hartanya, bukan karena kejujuran dan tanggungjawabnya.



Sumber : Youtube Das'ad Latif "Kelaut saja jadi tude (kerang) Cilaka"

Pesan dakwah dari video Channel Youtube Das'ad Latif "Boleh saja orang tua mu miskin, tapi kau tidak boleh miskin ilmu. Boleh saja orang tuamu miskin ekonomi, tapi kau tidak boleh miskin akhlak. Boleh saja kau miskin harta, tapi jangan kau miskin ibadah. Jadi kaya! Kaya otak, kaya hati, kaya ibadah. Kalau harta boleh kau cari. Kalau kau miskin dengan ilmumu bisa kau nanti kaya Insya Allah. Tapi kalau kau juga yang dongo, malas sholat, beleng-beleng, jelek sifatmu, pa'kapalla' tallang. Eee kelaut ko jadi tude cilaka."<sup>37</sup>

Kalimat diatas menjelaskan bahwa semiskin-miskinnnya manusia, baik itu miskin ekonomi atau miskin harta. Sebagai umat muslim harus memperbaiki akhlak, sholat dan memperbanyak ilmu. Maka dari itu, seperti akhlak dan ibadah sudah jelas bahwa sebagai manusia harus memperbaiki hubungan kesesama manusia dan juga kepada Allah SWT. Sesuai dengan ajaran islam yaitu hablumminannas wa hablum minallah. Begitupun ilmu, bahwa ia yang berilmu akan ditinggikan derajatnya.

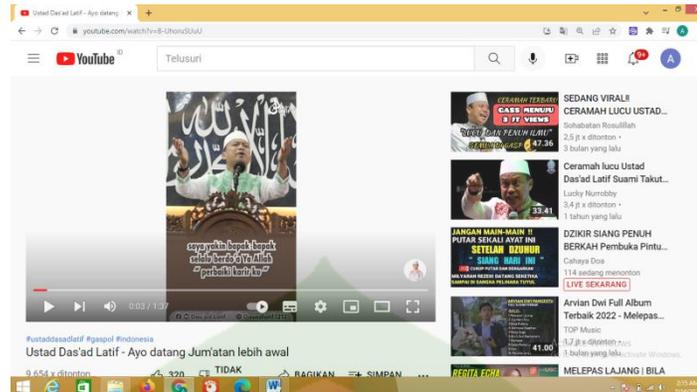
<sup>37</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=RSztpSiNDHo>. Diakses pada tanggal 12 februari 2022 pada pukul 22.30

Dongo (dalam arti bahasa Makassar adalah bodoh)

Beleng-beleng (dalam arti bahasa Makassar adalah idiot)

Pa'kapalla tallang ( dalam arti bahasa Makassar adalah pelaut tenggelam)

Tude (dalam arti bahasa Makassar adalah kerang)



Sumber : Youtube Das'ad Latif “Ayo datang Jum’atan lebih awal”

Pesan dakwah dari video channel youtube Das'ad Latif “saya yakin bapak-bapak selalu berdo’a ya Allah perbaiki karirku, ya Allah murahkan rezeki ku, ya Allah jadikan istriku taat dengar perintahku, ya Allah perbaiki anak-anakku yang susah saya perintah ya Allah, ya Allah angkat derajatku. Allah dengar semua itu, demi Allah, Allah dengar doa-doanya bapak. Allah panggil kita, sini kalian. Hayya’alal falah sini kalian. Bapak tahu tidak itu artinya *Hayya alal falah? Hayya alal falah*, sini saya kasih kemenangan saya kasih apa yang kau mau. Sini kalian, itu artinya *Hayya Alal falah* mari menuju kemenangan.

Allah kasih kita kemenangan, mau punya anak? Sini kalian(sholat), mau punya jodoh, sini kalian (sholat), mau kaya, mau sehat sini kalian(sholat) itulah *hayya alal falah*. Tapi apa yang kita praktikkan? “*hayya alal falah... masih makan bakso. Cuma sekali seminggu orang sholat jum’at. Kenapa setiap hari jum’at terlambat sedikit makan lebih awal kita dating. Padahal tidak mati juga kita kalau terlambat 10 menit makan,Cuma kita terbiasa melalaikan adzan, Terbiasa pak, jum’at jum’at selalu kita terlambat kita anggap remeh. Sholat jum’at kita ini bukan sebagai kebutuhan tapi hanya formalitas yang penting selesai, maka wajar hidupmu tidak bisa seperti yang kau mau karena kau jauhi Allah. Dekati Allah (yang maha pemberi), atur jadwal sholatmu supaya Allah tertibkan jadwal hidupmu.*<sup>38</sup>

Kalimat diatas menjelaskan bahwa bahwa mereka yang ingin dimudahkan segala urusannya yaitu dengan melaksanakan sholat tepat waktu, karena semakin dekat dengan Allah, maka Allah akan memperbaiki hidup hambanya. sama halnya

<sup>38</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=B-UhoruSUuU>. Diakses pada tanggal 14 february 2022 , pada pukul 17.33

pada sholat jum'at yang hanya dilakukan sekali seminggu maka sebagai umat muslim yang taat akan perintahnya maka harus dimanfaatkan sebaik-baiknya.

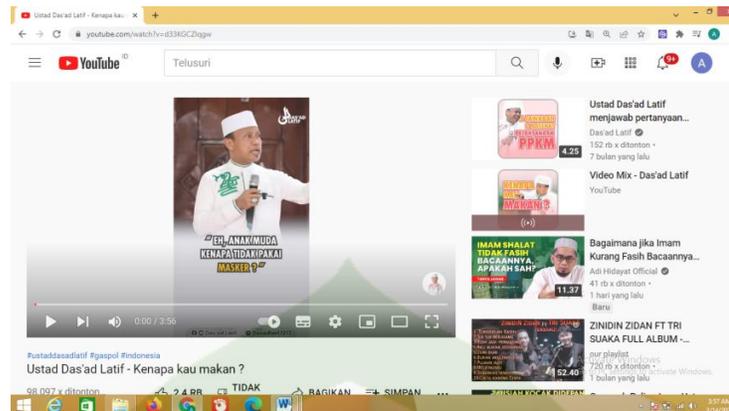


Sumber : Youtube Das'ad Latif "ASN jadikan Covid ini lading amal bukan ladang dosa"

Pesan dakwah dari video channel youtube Das'ad Latif Pesan dakwah dari video channel youtube Das'ad Latif "Kalian pejabat ASN mari jadikan ini(Covid) ladang amal, bekerja jadikan amal. Kapan kau berkerja cari muka, capek kau berkerja. Kalau ada bupati baik sekali, iye pak siap... iye pak siap... beee... tidak lakumi itu, itu bupati yang 70 tahun umurnya. Kalau bupati anak muda, dia tahu kau cari muka cil\*ka. Pak bupati juga harus tahu, kentara itu orang yang penjilat. Kalau dia cari muka kasih tahu dia "kau kira tidak ada muka ku?". Kalau ASN berkerja cari muka, capek kau capek demi Allah! 10 yang bupati suruh 9 yang benar, 1 yang salah, pasti yang 1 dipersiapkan. "dongo memang tongko kau" padahal 9 yang benar. 2 tahun kau mengabdikan tiba-tiba ada salahmu apa boleh buat aturan ASN keluarko', pasti menyesal. Tapi kalau kau berkerja mencari ridho Allah dapat pujian dari bupatimu kau tidak jadi masalah, kenapa? Saya bukan cari muka sama manusia, saya mencari ridho Allah. Itulah kalau orang Islam sholat ini selalu dibaca "*innasholati, wanusuki, wamahyaya, wamamati lillahi robbil alamin*". Sesungguhnya sholatku, ibadahku hidup dan matiku hanya untuk Tuhan semesta alam. Maka saudaraku ASN yang hadir hari ini luruskan niatmu berkerja."<sup>39</sup>

Kalimat diatas menjelaskan bahwa segala sesuatu yang kita lakukan sehari-hari maupun dalam ruang lingkup pekerjaan harus berniat semata-mata untuk mendapat ridho Allah SWT. Walaupun terdapat kesalahan yang tidak diinginkan, namun ia yang berkerja untuk mendapat ridhonya maka Allah akan mengampuni hambanya.

<sup>39</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=lnxsEuEST\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=lnxsEuEST_s) di akses pada tanggal 14 februari 2022 pada pukul 19.00



Sumber : Youtube Das'ad latif “Kenapa kau makan?”

Pesan dakwah dari video channel youtube Das'ad Latif Pesan dakwah dari video channel youtube Das'ad Latif “eh anak muda kenapa tidak pakai masker? Whoa mau apa pake masker? Saya tidak takut corona ustadz, saya tidak percaya ini corona, saya tidak takut mati”. “saya bilang “cocok” mauko tidak percaya corona, mauko tidak takut corona, mauko tidak takut mati, urusanmu, tapi tolong janganko keluar dari rumahmu, didalam rumahmu saja” karena begitu kau keluar dari rumahmu kau bersentuhan dengan masyarakat kau melihat saya, kau melihat orang lain, maka kau wajib melindungi dia seperti hadist nabi laa dharara wa laa dhirar. Tidak boleh mencelakakan diri dan tidak boleh mencelakakan orang lain, maka kaetika kau sudah bermsyarakat, kau keluar dari dari rumahmu? Maka kau punya adab-adab kemasyarakatan, satu diantaranya lindungi orang lain.

Cara melindungi orang lain, Allah sudah berikan kasih sayangnya, apa caranya? Vaksin. Adalagi yang bilang vaksin tidak vaksin, pasti mati. Cocokmi. Kalau begitu kenapa kau makan? Makan tidak makan pasti mati, kenapa kau makan? Janganko ketawa seriuska ini. Kalau ada yang bilang vaksin tidak vaksin pasti mati, jangan juga makan, makan tidak makan pasti kau mati. Kalau begitu kenapa saya vaksin? Bukan karena saya takut mati, tapi saya vaksin sebagai ikhtiar saya, agar saya tidak tertular covid. Dan yang kedua yang paling penting saya tidak menyakiti dan menulari orang lain.”<sup>40</sup>

Kalimat diatas menjelaskan bahwa jangan pernah menganggap remeh segala penyakit, karena ketika orang ditimpa musibah dengan diberi penyakit maka salah satu bentuk agar bisa sembuh dan terhindar dari penyakit tersebut yaitu dengan cara

<sup>40</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=d33KGCZIqgw> diakses pada tanggal 14 februari 2022, pada pukul 20.00

berikhtiar. Salah satu bentuk dari berikhtiar yaitu meminum obat. Salah satu hadist yang menjelaskan tentang tidak boleh menganggap remeh penyakit yang menular yang artinya tidak boleh mencelakakan diri dan tidak boleh mencelakakan orang lain.

Dapat dilihat dari beberapa hasil analisis pesan dakwah Ustadz Das'ad Latif pada Channel *YouTube* milik Das'ad Latif menyampaikan pesan-pesan dakwah seperti :

1. Aqidah (keimanan), pembahasan tentang kepercayaan atau keyakinan kepada Allah SWT yang akan membentuk moral manusia untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Akhlak, yaitu Merupakan sifat, sikap atau perilaku seseorang yang telah melekat dalam diri seseorang. Pesan dakwah yang berkaitan dengan akhlak yaitu memperkuat hubungan seseorang baik itu dengan hubungan kepada Allah (*Hablumminallah*) dan hubungan kesesama manusia (*Hablumminannas*) maupun hubungan terhadap Alam atau lingkungan (*Hablumminal Alam*). Pesan tentang akhlak sangat penting disampaikan karena seseorang yang berakhlak mulia sesuai standar Al-Qur'an dan Hadist merupakan cerminan Islam yang sesungguhnya
3. Syari'ah, dengan menaati semua aturan dan hukum Allah SWT dengan menjauhi larangannya. Karena dengan syari'ah maka jalan hidup seseorang tidak tersesat, baik di dunia atau di Akhirat. Karena Allah telah memberitahukan jalan yang harus dilalui oleh umatnya.

### **C. Analisis Strategi Dakwah Populer**

Strategi dakwah populer saat ini yang banyak digunakan oleh para pendakwah yaitu menggunakan media sosial, dalam mencapai popularitas seorang pendakwah

harus bijak dalam menentukan jenis media sosial apa yang akan digunakannya. Di zaman sekarang ini berbagai macam media sosial yang mampu dimanfaatkan da'i seperti *Facebook*, *Instagram*, dan yang paling banyak digunakan adalah *Youtube*.

*Youtube* merupakan media sosial yang mampu dimanfaatkan sebagai media dalam menyebarkan dakwah, selain bisa membantu pendakwah dalam hal komersil, juga mampu dijadikan sebagai strategi untuk mencapai kepopuleran di masyarakat. Keunggulan dari media sosial tidak diikat dengan waktu yaitu untuk mengaksesnya bisa kapan saja dan dimana saja. Selain itu durasi dakwah juga pada media sosial seperti *Youtube* bisa disesuaikan sendiri oleh pemilik akun, berbeda halnya dengan ceramah langsung dari mimbar ke mimbar yang hanya bisa didengarkan pada saat itu saja. Sehingga bagi masyarakat yang mau mencari informasi terkait masalah keagamaan langsung mendapatkan dakwah sesuai kebutuhannya dengan memanfaatkannya melalui media sosial.

Pengemasan dakwah pada media sosial juga berpengaruh dalam menarik perhatian masyarakat baik itu dari materi dakwah, penampilan, strategi retorika bahkan sampai bagian teknisnya seperti tampilan awal video, pengambilan gambar, editan video kemudian di upload kedalam media sosial.

#### 1. Konten

Konten dalam konteks penelitian ini disebut juga sebuah pesan yang akan disampaikan pada penonton. Konten merupakan seluruh pesan yang disampaikan oleh pemilik konten, terdapat beberapa hal yang bisa ditampilkan pada konten termasuk lambing-lambang, gambar, video, audio pada halaman web.

## 2. Subscribe

*Subscribe* Adalah istilah menu layanan gratis dengan memasukan email pengguna untuk memudahkan pengunjung agar mengetahui post terbaru. *Subscribe* artinya berlangganan atau pengikut, dimana pengguna akan diberikan informasi apabila terdapat perihal kabar terbaru dari tautan atau akun yang telah dipilih.

## 3. Like

Like merupakan suatu respon dari penonton terhadap suatu video yang di telah di tontonnya. Dalam suatu konten penonton video berhak meberikan respon terhadap tontonannya. Jika penonton senang, bahagia dan setuju pada pesannya. Jumlah like juga akan mempengaruhi kesuksesan suatu konten.

Berikut hasil analisis strategi dakwah pada channel *Youtube* Ustadz Das'ad Latif

Tabel 4.1 Hasil Analisis strategi dakwah Ustadz Das'ad Latif

No.	Judul Dakwah	Jumlah di tonton	Like atau disukai
1	Pilkada Mahal?	971.297	13.000
2	Kelaut saja jadi tude (karang) Cilaka	27.404	618
3	Ayo datang Jum'atan lebih awal	18.183	348
4	ASN jadikan Covid ini lading amal bukan ladang dosa	35.054	423
5	Kenapa Kau Makan?	116.050	2.500

## 2. Strategi Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif pada akun *Youtube*. Berdakwah tentu saja setiap *da'i* punya cara atau strategi tersendiri untuk mendapatkan perhatian setiap mad'unya. Dengan menyiapkan beberapa strategi untuk menarik perhatian, maka dakwahnya akan mudah diterima oleh khalayak. Berikut hasil pengamatan peneliti :

- a. *memorized* merupakan strategi dakwah yang digunakan dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif yaitu dengan berbicara didepan umum tanpa menggunakan teks atau catatan. Dengan menggunakan strategi dakwah tersebut ustadz Das'ad Latif mampu menyampaikan dakwah secara fleksibel dinamis dan tidak kaku. Sehingga hal tersebut membuat khalayak tertarik mendengarkan dakwah beliau.
- b. Segi penemuan (*invention*) Ustadz Das'ad Latif dalam *menyampaikan* ceramahnya dengan mengangkat tema yang terbaru. Terkait dengan penciptaan dalam teori retorika.
- c. Segi Penyusunan (*disposito*) bagaimana seorang ustadz Das'ad Latif mengatur strategi dakwah dengan menggunakan simbol dan kata khas atau *konteks* ceramah untuk menyatukan gagasan yang diduga nantinya akan menimbulkan efek bagi khalayak.
- d. Segi gaya (*Eloctio*) Ustadz Das'ad Latif dalam *menyampaikan ceramahnya* dengan menggunakan beberapa pendekatan dalam kategori komunikasi nonverbal, dimana beragam cara yang digunakan untuk menyampaikan pesannya dengan vocal atau paralanguange, Kinesics yang mencakup

gerakan tubuh, lengan dan kaki serta ekspresi wajah, perilaku mata, lingkungan yang mencakup objek benda dan artifak, penampilan fisik (tubuh dan cara berpakaian)

- e. Segi *penyampaian (pronutiatio)* melibatkan secara vocal dan fisik alam menyampaikan dakwahnya, dalam penyampaian ini lebih kepada komunikasi dengan mempresentasikan secara menarik dan powerfull.

Dakwah untuk mencapai suatu popularitas selain dari strategi dakwah yang diatas, pemanfaatan media juga menjadi hal yang berpengaruh untuk mendapatkan ketertarikan dari khalayak

Media atau (*wasilah*) adalah instrumen atau alat yang digunakan untuk menyampaikan dakwah baik secara lisan maupun tulisan. Media dakwah pada zaman sekarang ini tak bisa lepas dari teknologi. Media yang sering banyak digunakan orang pada saat ini dalam kegiatan sehari-hari seperti televisi, radio, film, dan saat ini yang lebih banyak digunakan adalah media internet.

Dalam strategi dakwahnya dengan menggunakan media internet menjadi pilihan yang tepat untuk digunakan dalam berdakwah. Salah satunya dengan menggunakan media massa khususnya media internet, media massa terbagi menjadi beberapa macam seperti *facebook, instagram* dan lain-lain serta paling sering digunakan untuk mencari informasi adalah *Youtube*. Dalam strategi dakwah Ustadz Das'ad latif menggunakan media Audio Visual, media audio visual adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang menampilkan gambar dan suara secara bersamaan. Media tersebut yang dimanfaatkan Ustadz Das'ad Latif salah satunya *Youtube*. Dengan mengupload

videonya ke dalam *Youtube* yang dimana beliau membentuk tim khusus untuk mengemas dan menyebarkan dakwahnya agar mampu menarik minat khalayak.

Dalam menyampaikan dakwah tentu saja sebagai *da'i* perlu memperhatikan persiapan agar dakwahnya bisa diterima dengan mudah oleh masyarakat. Hal seperti inilah yang membuat khalayak tertarik mendengarkan dakwah tersebut. Dalam menyampaikan dakwah agar mendapat perhatian dari masyarakat setiap *da'i* punya cara tersendiri untuk memaksimalkan aktivitas dakwahnya.

Dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif, menurut beberapa tokoh masyarakat ada strategi yang diterapkan oleh beliau:

Berdasarkan hasil wawancara Ketua PC NU Kota Parepare Dr. Hannani, M.Ag. menyatakan bahwa :

Hal yang menarik dari ceramahnya yaitu cara penyajian dengan menyampaikan dakwah dengan cara dan bahasa yang sederhana yang mudah dipahami oleh masyarakat. juga sebagian kata-katanya mengadopsi dari kultur budaya masyarakat Sulawesi Selatan sehingga kata-kata beleng-beleng dan sebagainya itu sebenarnya bermakna ganda, jika beleng-beleng diartikan dengan intonasi nada yang serius itu artinya negatif, tetapi kalo dikatakan dengan intonasi nada candaan itu artinya budaya. Kata-kata yang kurang beretika dari ustadz das'ad latif aspek masyarakat yaitu sangat interpretatif. Ada sebagian masyarakat yang menerima dan sebagian menolak, tapi menurut saya sebagian besar menerima dakwah Ustadz Das'ad Latif, ciri-cirinya dakwahnya sangat laris sekali padahal isi dari ceramahnya biasa-biasa saja, tapi cara ia menyampaikan dakwah jarang dimiliki oleh muballigh-muballigh lain. Ada penceramah yang materinya bagus, dia kuasai materinya lengkap, ayat lengkap, hadist lengkap bahkan bahan bacaannya bagus yang menjadi referensi dari ceramahnya, dari aspek isi bagus. Tapi cara penyampaiannya tidak menarik ya ditinggalkan masyarakat dan tidak dianggap bagus.

Dakwah modern yang sekarang ini adalah dakwah melalui media, apabila muballigh tidak memanfaatkan media dalam berdakwah, maka ceramahnya hanya akan dikenal dari disaat ia ceramah di masjid atau ruang-ruang masyarakat seperti acara aqiqah, nikahan, dan lain-lain. Walaupun apa yang disampaiannya itu banyak mengandung pelajaran yang berharga, namun tidak di sebarakan melalui media sehingga pendengarnya kurang. Sedangkan

kelebihan Ustadz Das'ad Latif mampu memanfaatkan media dengan membentuk tim untuk meliput dan mendesain dalam menyebarkan dakwahnya melalui media massa. Dengan memanfaatkan media, masyarakat mampu mendengarkan kapan saja dan dimana saja, sehingga masyarakat tidak perlu secara serius mengikuti dakwah melalui masjid, melainkan mampu dinikmati dimana saja dan kapan saja sehingga sangat efektif dan membantu bagi masyarakat. Dari segi etika dalam berdakwah ada sebagian yang kurang layak untuk disampaikan ke masyarakat secara terus menerus, yaitu dengan menyampaikan kata-kata yang sebagian orang menganggap tidak bagus.<sup>41</sup>

Hasil wawancara diatas diketahui bahwa dalam melakukan aktifitas dakwah perlunya memperhatikan penyajian yang menarik serta bahasa yang ringan dan sederhana agar khalayak mampu menerima dakwah tersebut dengan mudah. Termasuk dengan menyusun pesan yang ditambahi dengan humor, audience tidak merasa bosan, pesan, enak didengar dan bersemangat. dakwah di zaman ini tak melulu dilakukan di masjid-masjid, ruang sekolah, ataupun tempat-tempat formal lainnya.

Dakwah di zaman sekarang sudah masuk pada zaman era digital dimana semua serba mudah sehingga semua kalangan bisa menikmati informasi termasuk menyebarkan dakwah, media massa seperti *youtube* misalkan bisa dimanfaatkan oleh para *da'i* dalam menyebarkan dakwah. Termasuk dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif yang mampu memanfaatkan media dalam menyebarkan dakwahnya. Namun dalam strategi dakwahnya dari segi etika dalam berdakwah ada beberapa yang tidak sesuai seperti menggunakan kata-kata yang tidak sesuai sehingga ada beberapa menganggapnya tidak cocok untuk disampaikan secara terus menerus.

Sedangkan menurut ketua Komunitas Pendakwah Keren(KPK) Kota Parepare Ust. Zulfajar Najib Haddade, S.Kom.I., M.Sos menyatakan bahwa :

---

<sup>41</sup> Hannani , Ketua PC NU, *wawancara*, Parepare, Tanggal 1 Mei 2022

Bagi saya Alhamdulillah dakwah Ustadz Das'ad Latif itu cukup menarik, cukup memberikan nilai-nilai inspiratif ditengah-tengah masyarakat. Karena nilai-nilai dakwahnya kekinian dan bisa diterima oleh semua kalangan. Selain itu, bahasanya yang ringan serta lelucon yang sering diucapkan juga mudah-mudahan ada sesuatu nilai hal yang bisa di ambil dari dakwahnya, sehingga semua semua tatanan masyarakat milenial atau kalangan yang lainnya bisa menerimanya.

Dari segi strategi dakwahnya bagi saya pribadi yaitu dari segi etikanya kurang efektif dan kurang bermanfaat, karena ada beberapa kata-kata bagi orang bugis yang berupa kata kasar seperti beleng-beleng, cilaka, dongo, dan sebagainya. mungkin dalam taraf anak muda tapi bagi kalangan masyarakat awam atau masyarakat yang menjunjung tinggi nilai budaya sipakasiri, mungkin itu adalah hal yang tidak sesuai dengan kaidah dari strategi dakwah itu sendiri. sehingga ada beberapa masyarakat yang tidak suka dengan perkataan seperti itu, walaupun da'i seperti itu masih digandrungi oleh banyak orang tapi tidak semua orang tidak setuju pada bagian itu.

Dakwahnya di media sosial juga sangat efektif di masa sekarang pandemi ini yang dulunya para da'i yang asik di atas mimbar, membawakan seminar diruang tertentu yang jamaahnya membludak tapi setelah adanya media sosial yang dimana da'i harus memanfaatkannya untuk berdakwah di media sosial apalagi saat ini masyarakat rata-rata punya gadget, yang dulunya orang-orang menggandrungi dunia televisi namun di masa sekarang ini masyarakat lebih banyak menggunakan gadgetnya. Sehingga dengan media, da'i bisa menebar nilai-nilai dakwah yang mampu dinikmati oleh masyarakat.<sup>42</sup>

Hasil wawancara diatas diketahui bahwa dalam pembinaan masyarakat melalui dakwah merupakan pembinaan umat Islam sebagai upaya melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar. Aktivitas dakwah yang mendasarkan al-Qur'an dan al-Hadits memberikan pedoman untuk menumbuhkan kehidupan beragama. Dalam dakwahnya Ustadz Das'ad Latif menyampaikan dakwah dengan bahasa yang ringan dan bersifat inspiratif sehingga mampu diterima oleh semua kalangan, namun masih ada beberapa orang yang tidak suka dengan tidak suka dengan dakwah beliau karena ada kata-kata yang tidak sesuai dengan kaidah-

---

<sup>42</sup>Haddade.Zulfajar.Najib, Ketua Komunitas Pendakwah Keren(KPK) Kota Parepare, wawancara, Parepare, Tanggal 4 Maret 0222

Sipakasiri' (dalam arti bahasa Makassar adalah saling menghargai)

kaidah dalam berdakwah. Selain dari dakwahnya yang menginspirasi khalayak, dakwahnya juga yang sesuai pada zaman sekarang dengan memanfaatkan media sosial seperti youtube, instagram, facebook, dan lain-lain. Sehingga dakwahnya bisa didengarkan oleh semua kalangan.

Strategi dakwah Ustadz Das'ad Latif dari segi etikanya masih belum sesuai dari etika berdakwah yang sebenarnya, karena ada kata-kata yang masih kasar sehingga dari pendengarnya khususnya bagi orang bugis yang masih menjunjung tinggi nilai budaya seperti sipakasiri' sehingga membuatnya masih belum bisa menerima penyampaian dari dakwah beliau.

Dari segi pemanfaatan medianya sudah sangat baik karena ia mampu menyebarkannya melalui media massa seperti *Youtube* yang dibantu dengan tim khususnya dalam mendesain dan mengemas video dakwahnya.

Sedangkan menurut Sekretaris MUI Kota Parepare Budiman, S.Ag., M. HI menyatakan bahwa :

Hal menarik dakwah Ustadz Das'ad Latif disamping dari cara kemasan dakwahnya terutama di youtube, tapi jika secara langsung Ustadz Das'ad latif hal-hal yang sifatnya aktual yang terjadi di masyarakat itulah yang ia bahas, yaitu dengan menghubungkan dengan masalah aktual yang terjadi, materi dakwahnya terbaru. Di dalam dakwahnya beliau mengambil simpati masyarakat dari dakwahnya dengan retorika yang bagus serta membumbui materi dakwahnya dengan beberapa lelucon. Bahasa yang ringan juga yang menjadi kelebihan beliau yang sesuai kebutuhan masyarakat.

Dari strategi dakwahnya secara umum sudah bagus, hanya seringkali ada dari isi dakwahnya yang mungkin menurut beliau itu tidak masalah, namun menurut beberapa orang tertentu mungkin kurang sopan misalnya istilah-istilah yang digunakan. Namun ada jamaah yang tidak mempermasalahkan hal tersebut, sehingga tidak menganggapnya 'cacat' dalam berdakwah. Secara umum, dakwah yang baik itu jangankan ucapan dan kata-kata, sikapnya pun perlu diperbaiki. Tapi jika dibawa ke kalangan yang bukan masyarakat awam akan menjadi tanda tanya, dalam hal ini istilah dan pilihan diksi yang digunakan mungkin akan jadi masalah baginya.

Perkembangan zaman dengan menggunakan media sangat efektif bagi masyarakat, apalagi dikemas secara professional. Walaupun tanpa hadir di ceramah langsungnya, dengan menggunakan media khalayak sudah mampu menikmati dakwahnya dimana saja dan kapan saja. Apalagi dengan mengambil potongan video dakwahnya lalu dibagikan ke media sosial khalayak, akan lebih bermanfaat.<sup>43</sup>

Hasil wawancara diatas diketahui bahwa dalam dakwah Islam dalam perkembangannya mengalami dinamika yang beragam, baik yang ditentukan oleh subyek dakwah (*da'i*) maupun realitas obyek (*mad'u*). aktivitas dakwah saat ini dan yang akan datang dihadapkan pada kondisi sosial yang berkembang sehingga secara otomatis dalam pengembangan aktivitas dakwah baik secara teoritis maupun secara aplikatif. Pada masa sekarang ini manusia cenderung memanfaatkan media sosial misalnya *youtube*. sehingga dalam mencari informasi yang dibutuhkan seorang *mad'u*(khalayak) bisa mendapatkan informasi sangat mudah, disamping itu media sosial juga dapat tersimpan dalam jangka waktu yang lama dan bisa di akses kapan saja dan dimana saja. Dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif ia mampu menyampaikannya dengan bahasa yang ringan dan memanfaatkan media, serta mampu menyampaikan materi-materi dakwah yang terbaru sesuai fenomena yang terjadi dan butuhkan masyarakat.

Dalam strategi dakwah Ustadz Das'ad Latif secara umum sudah bagus, namun strateginya khusus dari segi etika yang pemilihan katanya yang berupa istilah-istilah masih belum sesuai dengan kaidah dalam berdakwah. Sehingga ada dari beberapa masyarakat yang masih menganggapnya kurang sopan walaupun masih ada beberapa orang yang tidak mempermasalahkan hal tersebut.

---

<sup>43</sup> Budiman, Sekretaris MUI Kota Parepare, wawancara, parepare, 18 Maret 2022

Sedangkan menurut Tokoh Ulama Muhammadiyah Dr. H. Mahsyar, M.Ag

menyatakan bahwa :

Ustadz Das'ad latif memiliki kemampuan cerdas dalam pemilihan tema dakwah dan contoh kasus yang diangkat dari kehidupan sehari-hari dan kejadian yang terjadi di masyarakat yang kemudian ia sampaikan ke khalayak, itulah yang menjadi kelebihan dan ciri khasnya. Selain itu bahasanya yang sederhana sehingga bisa dipahami oleh semua lapisan terbawah, namun jika secara ilmiah tidak laku diperguruan tinggi. Secara umum sudah bagus, disamping bahasa yang sederhana, pemilihan tema yang bagus dan mudah dipahami. dalam dakwahnya ada pemilihan diksi masih kurang tepat seperti beleng-beleng,dongo,dll. sehingga itulah yang melekat pada dirinya. Kata atau diksi bisa digunakan asal ditempatkan pada situasi yang tepat pula, karena perkataan tersebut berkonotasi yang negatif. Sedangkan dakwahnya melalui media sudah masuk pada zamannya, sehingga dalam persaingan berdakwah sudah cukup mempuni dalam aktivitas dakwah<sup>44</sup>

Hasil wawancara diatas diketahui bahwa dalam menyampaikan dakwah tentu saja ada beberapa persiapan yang harus dipenuhi oleh seorang *da'i*. jika ingin terhubung dengan khalayak, *da'i* harus mempertimbangkan dengan melakukan pemilihan tema dan contoh kasus yang sesuai dengan apa yang terjadi didalam kehidupan sehari-hari masyarakat. untuk memaksimalkan efektifitas suatu dakwah agar bisa dipahami dengan mudah oleh *mad'u* juga perlu adanya pemilihan bahasa yang sederhana juga menjadi daya tarik bagi masyarakat dari semua lapisan masyarakat. Namun di satu sisi *da'i* juga harus mempertimbangkan tingkat pendidikan khalayaknya, jika *da'i* berdakwah di lingkungan kampus atau lingkungan formal lainnya, maka penggunaan istilah-istilah akademik dapat digunakan. Jika berdakwah di lingkungan masyarakat awam, maka penggunaan istilah akademik sebaiknya jangan digunakan agar khalayak mudah memahami materi dakwahnya.

Sedangkan menurut Dr. Agus Muchsin, M.Ag. menyatakan bahwa:

---

<sup>44</sup> Mahsyar, Toko Ulama Muhammadiyah , *wawancara*, Parepare, tanggal 16 Maret

Yang pertama adalah tingkat stress terlalu tinggi yang pada akhirnya model dakwahtainment, dakwah yang mengarah kepada hiburan-hiburan sangat laris, itulah yang disenangi oleh orang. Sedangkan Ustadz Das'ad Latif ini memiliki kemampuan bagaimana menghibur orang, di sisi lain juga materinya sangat identik dengan apa yang dialami oleh masyarakat sekarang. Jadi, dakwahnya itu selalu berbarengan dengan kondisi sosial, persoalan masyarakat yang muncul selalu ditanggapi dan itulah yang dibutuhkan oleh masyarakat sekarang. Kedua, karena kesibukan masyarakat terlalu tinggi yang menyebabkan bisa terjadinya stres, ketiga kemampuan memanfaatkan media dengan sistem manajemen dakwahnya yang sempurna, karena sebenarnya dia besar bukan hanya karena faktor dirinya sendiri, melainkan adanya tim membantunya dalam sistem pengelolaan ceramahnya.

Dalam dakwahnya ada beberapa masyarakat yang tidak menerimanya, ada juga yang menerimanya. Dakwahnya kadang ada salah tajwidnya, kadang kajian fiqhinya sangat lemah, tapi dakwahnya sesuai dengan porsi yang dibutuhkan masyarakat. Saya anggap kapasitas dalam dakwahnya hanya sebatas motivasi saja, tidak bisa dijadikan pegangan.

Strategi dakwahnya segi akidah sudah sesuai, namun dari segi fiqhi kadang-kadang melenceng apalagi sudah terkait masalah adab sehingga dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif hanya sebatas motivator, dalam hal yang sifatnya memiliki kekuatan hukum atau dalam memberikan fatwa serta masih belum layak dijadikan pegangan. Ada kategori kriteria tersendiri yang belum bisa diterima oleh masyarakat, menurut para ulama menyebutkan kata-kata kotor saja dalam masjid itu tidak bisa, apalagi dengan mengucapkan kata seperti beleng, dongo, tolo yang dimana sifatnya kurang beretika. Beberapa muballigh pada persoalan ketenaran banyak yang menggunakan model dakwahtainment seperti itu yang pada akhirnya dengan menggunakan cara seperti itu akan membuat laris ceramahnya, karena masyarakat sudah terpopulerisasi dalam model dakwahnya, sehingga banyak yang mengikutinya. Padahal model seperti itu tidak boleh karena dalam hadist menjelaskan bahwa jangankan menjelaskan urusan duniawi, apalagi tertawa di dalam masjid. Inilah perbuatan yang melakukan penyelewangan. .

Dalam konsep dakwah Darud Da'wah wal Irsyad (DDI) itu sendiri menjelaskan boleh membuat ketawa khalayak tapi jangan melebihi tiga kali, karena tiga kali itupun sudah dianggap darurat. Anre Gurutta mengatakan bahwa cukup tiga kali saja, jika melebihi sudah melampaui kapasitas darurat. Dianggaplah masyarakat sekarang ini karena sukanya di model dakwahtainment maka cobalah diberi batasan pada bagian tersebut. Bisa menggunakan perkataan yang lucu ketika khalayak tidak konsentrasi atau sudah mengantuk. Disamping tuntutan kebutuhan masyarakat yang perlu hiburan, yang dakwah ustadz Das'ad

latif sangat cocok dan menjadi kelebihan beliau, namun sebagai da'i harus bisa membatasi hal tersebut.<sup>45</sup>

Hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa adanya beberapa faktor yang membuat banyaknya khalayak yang menyukai dakwah Ustadz Das'ad Latif yaitu karena tingkat stress yang tinggi sehingga membuat khalayak secara psikologis membutuhkan hiburan, sehingga dakwah Ustadz Das'ad Latif inilah yang ia mampu mengemasnya dalam bentuk hiburan dengan melontarkan perkataan yang bersifat humor, drama maupun informasi-informasi yang ringan.

Selain itu, kekuatan dari dakwah Ustadz Das'ad Latif adalah isi dari strategi retorika dakwahnya yang selalu sesuai dengan kondisi sosial dan persoalan yang terjadi di masyarakat. Meskipun dari disatu sisi ada beberapa hal yang tidak sesuai seperti pembacaan ayat atau hadist yang tidak sesuai tajwid dan kajian fiqhi yang lemah. Tetapi apa yang disampaikan itu sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang dalam hal ini sebatas motivasi saja, tidak untuk dijadikan pegangan. Kemudian kelebihan lain dari dakwah Ustadz Das'ad Latif adalah dengan tingginya kesibukan-kesibukan yang ada di masyarakat pemanfaatan media sangat efektif di masa sekarang untuk memaksimalkan aktivitas dakwah dengan mempublikasikan melalui media massa seperti Youtube, Instagram,dll. Sehingga masyarakat yang tidak sempat mendengarkan mampu mengaksesnya disela-sela kesibukannya dengan mudah walaupun dalam keadaan apapun sesuai dengan karakter media yang fleksibel yaitu mampu di akses dimana saja dan kapan saja.

---

<sup>45</sup> Muchsin Agus, Toko Ulama NU, Parepare, *wawancara*, parepare, tanggal 1 Maret 2022

Dakwah dari ustadz Das'ad Latif dari segi akidah sudah sesuai dengan akidah dalam berdakwah. Namun dari segi fiqhi masih belum sesuai seperti fatwa yang masih belum layak dijadikan pegangan, selain dari fiqhi adab juga suatu hal yang perlu diperhatikan dalam berdakwah. Penggunaan kata yang kurang tepat dengan mengeluarkan lelucon yang bisa menjadi penilaian bagi masyarakat apakah dakwah dari da'i bisa diterima atau tidak. Karena menurut ulama penyebutan kata-kata kotor khususnya dalam masjid tidak bisa diucapkan begitu saja karena masjid merupakan tempat yang suci.

Dalam mendapatkan perhatian dari masyarakat banyak muballigh yang menggunakan dakwahtainment yaitu dakwah dengan dengan menyelipkan kata-kata yang menghibur, namun dari ajaran agama dalam berdakwah tidak harus melulu diisi dengan mengeluarkan kata-kata lucu, apalagi dilakukan secara terus menerus. Selain itu, dalam memanfaatkan media dengan menyebarkan dakwahnya ustadz das'ad latif juga dibantu oleh tim yang membuat masyarakat banyak mengetahui beliau. Jadi menurut informan menganggap dakwah dari ustadz Das'ad Latif yang sering menggunakan kata- kata yang kurang sopan dan pemilihan diksi harus dibatasi dalam berdakwah, juga menganggap beliau hanya sebatas motivator saja, dan apa yang disampaikan tidak untuk dijadikan sebagai pegangan.

### **3. Unsur Pendukung Strategi Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif**

Dalam menyukkseskan dakwah, ada beberapa hal yang menjadi pendukung berhasilnya retorika dakwah, yaitu :

### 1. Bahasa

Bahasa merupakan pendukung utama retorika. Bisa dikatakan bahwa tanpa ada bahasa maka tidak ada retorika, dengan penggunaan bahasa perlu dilakukan pemilihan yang dapat mempengaruhi khalayak seperti penggunaan kata, istilah ungkapan dan lain-lain. dalam penggunaan bahasa, penyajian dan gaya pengungkapan yang menarik. Semua hal tersebut merupakan strategi untuk menarik minat khalayak, seperti yang digunakan oleh Ustadz Das'ad Latif yang seringkali menggunakan bahasa dan istilah untuk menarik perhatian masyarakat.

### 2. Etika dan Nilai Moral

Etika dan moral dapat menjadikan aktifitas komunikasi khususnya dalam berdakwah. Dengan adanya etika dan nilai moral dalam dakwah mampu mendukung efektifitas dalam dakwah. Sebagai orang yang menyampaikan dakwah, komunikator perlu memperhatikan isi yang akan dibicarakan. Etika dan moral inilah yang menjadi acuan bahwa orang yang menguasai retorika harus bertanggung jawab terhadap aktifitas dakwahnya. Dalam hal ini dakwah Ustadz Das'ad Latif juga memiliki kemampuan tersebut yang membuatnya juga mampu disukai oleh masyarakat, nilai moral yang disampaikannya juga sesuai dengan ajaran Islam, namun dari segi etika perlu adanya persiapan dan perhatian yang lebih agar apa yang disampaikannya tidak menyinggung khalayak.

### 3. Penalaran yang benar

Dalam melakukan aktivitas dakwah perlu adanya penalaran yang benar agar apa yang disampaikan mempunyai kekuatan dan landasan, retorika bukan hanya

sekedar permainan kata-kata namun perlu adanya dasar atau rujukan untuk meyakinkan khalayak. Dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif hal tersebut sudah sesuai dengan hakikat dalam retorika, dengan menyampaikan dakwahnya ia juga menyampaikan dakwah dengan memberi contoh kasus serta rujukan seperti ayat atau hadits.

#### 4. Pengetahuan yang memadai

Dengan menyampaikan dakwah jika tidak ditunjangi oleh pengetahuan yang memadai, dakwahnya akan kurang efektif pula. Sang da'i perlu benar-benar memahami apa yang ia ingin sampaikan, untuk itu ia harus memiliki pengetahuan yang luas terhadap hal yang ingin disampaikan. Selain itu ia harus mempunyai fakta yang relevan tentang apa yang ia sampaikan dan memiliki ide dan gagasan yang jelas tentang bagaimana menyampaikannya kepada pendengarnya. Dalam hal ini strategi dakwah Ustadz Das'ad Latif memperhatikan ide atau gagasan yang akan ia sampaikan dengan salah satunya mengangkat tema terbaru agar bisa meyakinkan masyarakat dan benar-benar menguasai materi dan strategi penyampainnya.

## BAB V PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

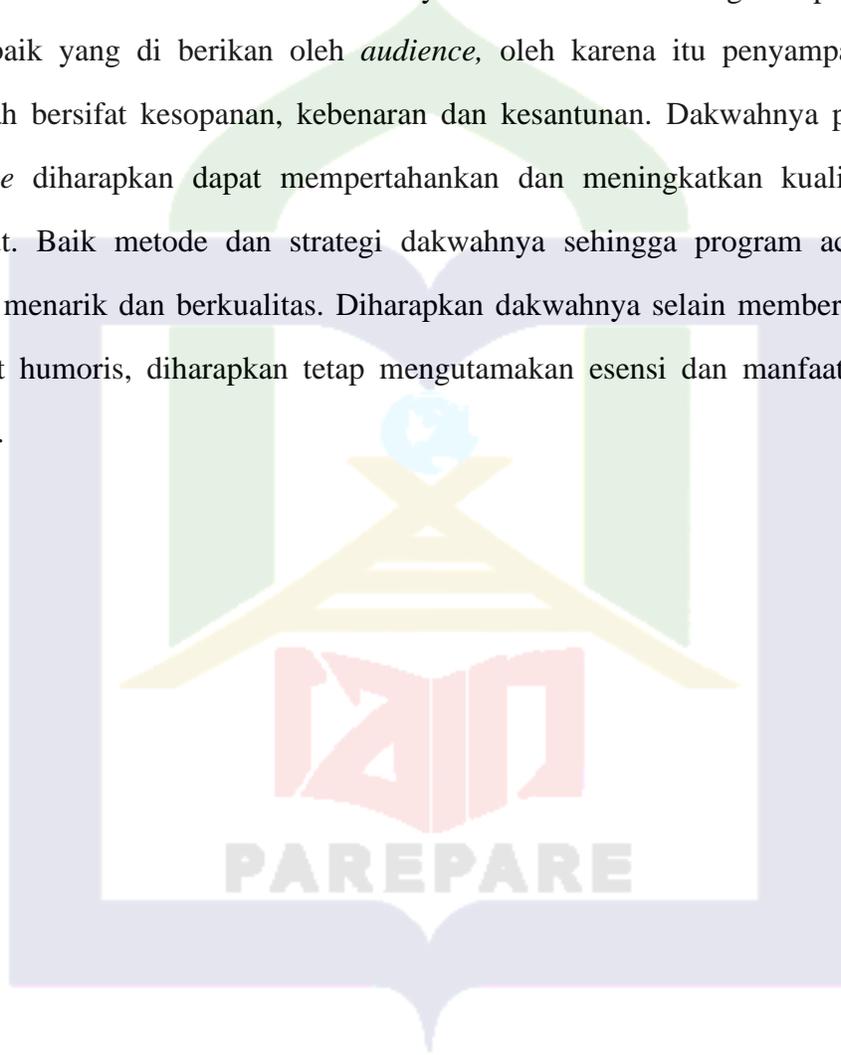
1. Pesan dakwah dalam konten dakwah Ustadz Das'ad Latif menggabungkan antara komponen audio dan visual yang dikemas oleh tim khususnya secara menarik dengan berbagai macam tema pembahasan yang terbaru sesuai isu yang terjadi pada masyarakat yang berdurasi beberapa menit kemudian di unggah kedalam channel Youtube Ustadz Das'ad Latif (Das'ad Latif).
2. Strategi retorika dakwah merupakan cara atau persiapan yang dilakukan oleh *da'i* sebelum menyebarkan pesan dakwah. Berdasarkan hasil analisis pada channel youtube ustadz Das'ad Latif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam dakwah video tersebut yaitu :
  - a. *memorized* merupakan strategi dakwah yang digunakan dalam dakwah Ustadz Das'ad Latif yaitu dengan berbicara didepan umum tanpa menggunakan teks atau catatan. Dengan menggunakan strategi dakwah tersebut ustadz Das'ad Latif mampu menyampaikan dakwah secara fleksibel dinamis dan tidak kaku.
  - b. *Segi* penemuan (*invention*) Ustadz Das'ad Latif dalam menyampaikan ceramahnya dengan mengangkat tema yang terbaru. Terkait dengan penciptaan dalam teori retorika.

- c. Segi Penyusunan (*disposito*) bagaimana seorang ustadz Das'ad Latif *mengatur* strategi dengan menggunakan simbol dan kata khas atau konteks ceramah untuk menyatukan gagasan.
- d. Segi gaya (*Eloctio*) Ustadz Das'ad Latif dalam menyampaikan *ceramahnya* dengan menggunakan beberapa pendekatan dalam kategori komunikasi nonverbal, dimana beragam gerakan tubuh dan cara berpakaian yang menarik
- e. Segi penyampaian (*pronutiatio*) melibatkan secara vocal dan fisik dalam *menyampaikan* dakwahnya, dalam penyampaian ini lebih kepada komunikasi dengan mempresentasikan secara menarik dan powerfull.
- f. Bahasa *Dalam* Dakwah Ustadz Das'ad Latif penggunaan bahasa, penyajian dan gaya pengungkapan yang menarik.
- g. Etika dan Nilai Moral Dalam Dakwah Ustadz Das'ad Latif yang etika dan moral yang menjadi acuan bahwa orang yang menguasai retorika harus bertanggung jawab terhadap aktifitas dakwahnya..
- h. Pengetahuan yang memadai Dengan menyampaikan dakwah Ustadz Das'ad *Latif* mempunyai fakta-fakta yang relevan tentang apa yang ia sampaikan dan memiliki ide dan gagasan yang jelas.

## B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan di atas, maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

Analisis dari retorika dakwahnya haruslah lebih mengarah pada kata-kata yang baik yang di berikan oleh *audience*, oleh karena itu penyampaian dakwah haruslah bersifat kesopanan, kebenaran dan kesantunan. Dakwahnya pada *channel Youtube* diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas program tersebut. Baik metode dan strategi dakwahnya sehingga program acara menjadi bagus, menarik dan berkualitas. Diharapkan dakwahnya selain memberikan dakwah bersifat humoris, diharapkan tetap mengutamakan esensi dan manfaat dakwah itu sendiri.



## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'anul Al-Karim*

Asib Misrawati “*Analisis Retorika Dakwah Program “Islam Itu Indah” di Trans TV (Episode Jodoh Salah alamat)*”. (Skripsi, Sarjana. Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Parepare. 2019)

Azmi Luthfiana Asyifah “*Penafsiran Term Qaulan dalam Al-Qur'an sebagai Prinsip Etika Komunikasi Bermedia Sosial*” (Skripsi, Sarjana: fakultas ushuluddin, Adab dan Humaniora, Salatiga, 2020)

Halim A., “*Strategi Dakwah Yang Terabaikan*” dalam *Jurnal Ilmu Dakwah*, Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 2002

Herman Asep, Wahyudi dan Suyanto.: *Youtube* www.jurnalkomputer.com, diakses pada 14 Oktober 2021

<https://kumparan.com/berita-hari-ini/6-strategi-dakwah-islam-di-indonesia-dari-perdagangan-hingga-politik-1up7e5UBHAj> (Di akses pada tanggal 23 Juni 2021)

I Wiendijarti I Sutrisno, “*Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato*” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, volume 12,(2015)

Jalaluddin, Rahmat, *Retorika Modern, Sebuah Kerangka Teori dan Praktik Berpidato* Bandung: Akademika, 198

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2022

Munir Muhammad, Wahydu Ilahi, *Managemen Dakwah*, Jakarta:Kencana, 2006

Mutiawati, Imas “*Dakwah di Media Sosial (Studi fenomenologi dakwah di Instagram)*”. (Skripsi, Sarjana. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Semarang. 2018)

Nurdin Ali <https://cariustadz.id/ustadz/detail/Dr.-H.-Das%E2%80%99ad-Latief> (Di Akses Pada Tanggal 24 Juni 2021).

Prastyo Arie. 19 Juli 2014. Perbedaan dan Pengertian antara Streaming dan Buffering, <https://www.arieprastyo.com>, diakses pada 14 Juni 2019.

Qadaruddin Abdullah, Muhammad, *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media. 2019

Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014

- Rijal Syamsul *Dampak Pandemi Terhadap Aktifitas Da'i Di Kec. Soreang Kota Parepare*".(Skripsi, Sarjana: Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Parepare: 2021)
- Salam Abd. "*Dakwah Melalui Youtube (analisis Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki*" (Skripsi, Sarjana: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Makassar, 2020)
- Setiawan Hari Purnomo, *Menejemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996)
- Sidiq Anwar, "*Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah (study Akun @fuadbakh)*," (UIN Raden Intan Lampung), Skripsi,2017
- Sulistyarin Dhanik, et al., eds., *Buku Ajar Retorika*. Serang-Banteng: CV AA.Rezky, 2020.
- Sulthon Muhammad, *Desain Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002)
- Suroso Nasbori Fuat dan Ancok Djamaluddin, *Psikologi Islami: Solusi Islami atas Problema-Problema Psikologi*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994)
- Syukir Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983)
- Wahid, Fathul, *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*,(Yogyakarta:Gaya Media,2004).



## PERTANYAAN WAWANCARA

Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif : Analisis Strategi Dakwah Populer

1. Apa yang menarik dari dakwah Ustadz Das'ad Latif?
2. Apakah Khalayak mampu memahami dakwah dari Ustadz Das'ad Latif?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai metode dakwah Ustadz Das'ad Latif?
4. Bagaimana pendapat anda tentang strategi dakwah Ustadz Das'ad Latif?
5. Apakah dakwah dari Ustadz Das'ad Latif efektif dengan menggunakan media sosial?



### Surat Keterangan Wawancara

Dengan rahmat Allah SWT, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

Nama : Budiman, S. Ag., M.HI  
Pekerjaan/Jabatan : Sekretaris MUI Kota Parepare  
Alamat : Jln Bumi Asri. (Belakang Kantor Walikota Parepare)

Menerangkan bahwa :

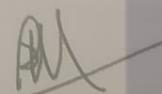
Nama : Abd. Sahid  
Nim : 17.3100.032  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Kampus : IAIN Parepare

Bahwa telah melakukan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Retorika Ustadz Das'ad Latif : Strategi Dakwah populer*"

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Maret 2022

Yang bersangkutan



Budiman, S. Ag., M.HI  
Sekretaris MUI Kota Parepare

Surat Keterangan Wawancara

Dengan rahmat Allah SWT, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

Nama : Dr. Hannani., M.Ag  
Pekerjaan/Jabatan : Ketua PC NU Kota Parepare & Rektor IAIN Parepare  
Alamat : Jl. Lingkar, Perumahan PDAM Lompoe Kota Parepare

Menerangkan bahwa :

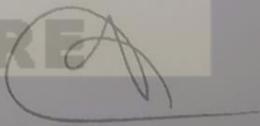
Nama : Abd. Sahid  
Nim : 17.3100.032  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Kampus : IAIN Parepare

Bahwa telah melakukan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Retorika Ustadz Das'ad Latif: Strategi Dakwah populer*"

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 1 Mei 2022

Yang bersangkutan

  
Dr. Hannani., M.Ag  
Ketua PCNU Kota Parepare

Surat Keterangan Wawancara

Dengan rahmat Allah SWT, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

Nama : Zulfajar Najib Haddade, S.Kom., M.Sos

Pekerjaan/Jabatan : Ketua Komunitas Dakwah Keren Parepare

Alamat : Jl. Hikmah Kota Parepare

Menerangkan bahwa :

Nama : Abd. Sahid

Nim : 17.3100.032

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

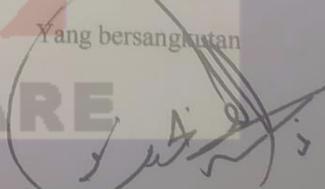
Kampus : IAIN Parepare

Bahwa telah melakukan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Retorika Ustadz Das'ad Latif : Strategi Dakwah populer*"

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Maret 2022

Yang bersangkutan

  
Zulfajar Najib Haddade, S.Kom., M.Sos  
Ketua KPK Kota Parepare

Surat Keterangan Wawancara

Dengan rahmat Allah SWT, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

Nama : Dr. H. Mahsyar., M.Ag  
Pekerjaan/Jabatan : Tokoh Ulama Muhammadiyah  
Alamat : Jl. Amal bakti, kec. Soreang, Kota Parepare

Menerangkan bahwa :

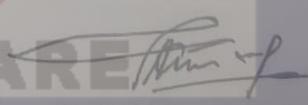
Nama : Abd. Sahid  
Nim : 17.3100.032  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Kampus : IAIN Parepare

Bahwa telah melakukan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Retorika Ustadz Das'ad Latif : Strategi Dakwah populer*"

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 1 Maret 2022

Yang bersangkutan

  
Dr. H. Mahsyar., M.Ag  
Tokoh Ulama Muhammadiyah Kota Parepare

Surat Keterangan Wawancara

Dengan rahmat Allah SWT, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan :

Nama : Dr. Agus Muchsin., M.Ag  
Pekerjaan/Jabatan : Muballigh Kota Parepare  
Alamat : Jl. Lingkar, Perumahan Grand Sulawesi Lompoe  
Kota Parepare

Menerangkan bahwa :

Nama : Abd. Sahid  
Nim : 17.3100.032  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Kampus : IAIN Parepare

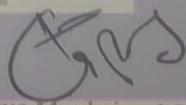
Bahwa telah melakukan wawancara untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Retorika Ustadz Das'ad Latif : Strategi Dakwah populer*"

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 1 Maret 2022

Yang bersangkutan

IAIN  
PAREPARE

  
Dr. Agus Muchsin., M.Ag  
Muballigh Kota Parepare



Dr. Hannani., M.A



Dr. Agus Muchsin., M.Ag.



Zulfajar Najib Haddade, S.Kom., M.Sos



Budiman, S.Ag., M.HI

## Biografi Penulis



**Penulis**, Abd. Sahid lahir pada tanggal 8 Juli 1998 di Pa'baeng-baeng, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar. Anak tunggal dari pasangan H. Tallasa Dg. Tojeng dan Hj. St Saidah. Menempuh Pendidikan di SDN 58 Baru-Baru Utara (2010) dan melanjutkan di SMP DDI Sibatua Pangkajene (2014) setelah itu melanjutkan pendidikan di SMA DDI Sibatua Pangkajene Kab. Pangkep (2017). Kemudian tamat dari sekolah menengah, ia lebih memilih melanjutkan ke perguruan tinggi Islam yakni Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, yang sekarang beralih ke Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Meski jaraknya dari Kabupaten Pangkep yang lebih jauh dibandingkan ke Kota Makassar, Namun itulah pilihannya, ia tak pernah menyesali keputusannya. Penulis aktif dalam organisasi Ikatan Pemuda Pelajar Mahasiswa (IPPM) Pangkep Koordinator Parepare, Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Komisariat IAIN Parepare dan di LPM Redline dan DEMA Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Pada semester akhir melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di kantor DISKOMINFO Sulawesi Selatan dan Kuliah Pengabdian Masyarakat di Kelurahan Bonto Perak, Kecamatan Pangkajene, Kabupaten Pangkep hingga tugas akhirnya menyusun skripsi dengan judul “Retorika Ustadz Das'ad Latif : Analisis Strategi Dakwah Populer”