

**RETORIKA KYAI FACHRUR ROZI DALAM SIARAN “NGAJI BARENG
KYAI” TVRI JAWA TENGAH (EPISODE IBADAH ITU NIKMAT)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah

Oleh:
Bagasudin Fathurridho
1601026141

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2020

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 Bandel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : BAGASUDIN FATHURRIDHO
NIM : 1601026141
Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jurusan/ Kosentrasi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Judul : RETORIKA KYAI FACHRUR ROZI DALAM
SIARAN “NGAJI BARENG KYAI” TVRI JAWA
TENGAH (EPISODE IBADAH ITU NIKMAT)

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian,
atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Semarang, 21 Agustus 2020

Pembimbing,
Bidang Substansi Materi dan Bidang Metodologi dan Tata Tulis



Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001

SKRIPSI

**RETORIKA KYAI FACHRUR ROZI DALAM SIARAN "NGAJI BARENG
KYAI" TVRI JAWA TENGAH (EPISODE IBADAH ITU NIKMAT)**

Disusun Oleh
Bagasudin Fathurridho
1601026141

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 8 Oktober 2020 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)


Susunan Dewan Penguji

Ketua/ Penguji I



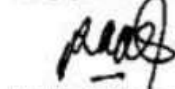
Dr. Saifodin, M. Ag.
NIP. 19751203 200312 1 002

Sekretaris/ Penguji II



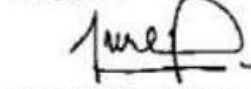
Nur Cahyo Hendro W. S.T. M.Kom.
NIP. 19731222 200604 1 001

Penguji III



Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Penguji IV



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd.
NIP. 199660209 199303 2 003

Mengetahui
Pembimbing



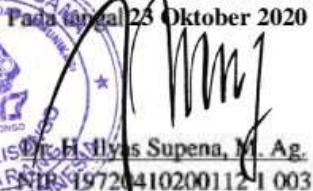
Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 23 Oktober 2020




Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.
NIP. 19720410200112 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum /tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 31 Agustus 2020

Pembuat Pernyataan,



Bagasudin Fathurridho

NIM. 1601026141

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Sujud syukur kami haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi guna melengkapi persyaratan menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada disiplin Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dapat terlaksana dengan baik, dengan judul skripsi: **“Retorika Kyai Fachrur Rozi dalam Siaran “Ngaji Bareng Kyai” Jawa Tengah (Episode Ibadah Itu Nikmat)”**.

Shalawat serta salam kami haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pegangan hidup bagi setiap makhluk dan mengantarkan dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang.

Peneliti menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materiel. Oleh sebab itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berikhlas hati untuk membantu dalam penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf-stafnya.
2. Bapak Dr. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang beserta staf-stafnya.
3. Bapak H.M. Alfandi, M.Ag. dan Ibu Nilnan Ni'mah. M.S.I selaku Kajur dan Sekjur Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A. yang senantiasa memberikan motivasi dan pengarahan yang sangat berharga bagi mahasiswa bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan dan arahan kepada penulis guna menyelesaikan usulan penelitian ini.
6. Ibu Rustini Wulandari, S.Sos., M. Si. selaku Wali Dosen untuk membantu proses bimbingan dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
8. Seluruh Staf TU Fakultas Dakwah dan Komunikasi, yang telah memberikan kemudahan dalam urusan administrasi.
9. Perpustakaan Universitas dan Fakultas yang telah memberikan fasilitas kepada peneliti, sehingga mempermudah dalam mencari referensi terkait skripsi.
10. Tidak akan lupa kepada kedua orang tua saya, Bapak Jamhari dan Ibu Jumanah yang selalu memberikan do'a dan motivasi serta membantu dalam hal biaya dalam penulisan skripsi ini.
11. Adik perempuan saya, Baiti Fatmala Nur Aini yang selalu memberikan do'a dan senyum bahagia sehingga menumbuhkan semangat dalam menyusun skripsi ini.
12. Sahabat KPI-D 2016, PPL, KKN, UKM Kordais dan crew Walisongo TV yang tidak dapat saya sebut satu persatu.

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur kepada Allah yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, semoga diterima amal shalehnya di sisi Allah SWT dan memohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik disengaja dan tidak sengaja. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih kurang untuk dapat dikatakan sempurna, meskipun demikian mudah-mudahan dapat menjadi salah satu bentuk pematangan mental dan intelektualitas serta bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Aamiin.

Semarang, 31 Agustus 2020
Peneliti,



Bagasudin Fathurridho

NIM. 1601026141

PERSEMBAHAN

Hasil karya ini saya persembahkan kepada

1. Pertama yang paling utama, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan, kekuatan, karunia dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi yang sederhana ini. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW.
2. Spesial keluarga tercinta, kedua orang tua dan adikku yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dukungan serta motivasi secara moril maupun materiil untuk selalu terikat dengan hukum syara' dan menjadi orang yang bahagia dunia dan akhirat.
3. Guru saya sejak TK hingga SMA serta seluruh dosen pengajar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terimakasih banyak atas semua ilmu, didikan, dan pengalaman yang sangat berarti. Kalian pahlawan ku.
4. Sahabat kelas KPI D-2016. Terimakasih sudah menjadi sahabat terbaik, sukses selalu.
5. Sahabat KKN Posko 45 Candigaron, Sahabat PPL dan segenap crew di Inti Media Televisi Semarang.
6. Almamater hijau tercinta, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, serta semua pihak yang telah membantu selama penyelesaian skripsi ini.

----- Thank You for Sincerity to Help Me -----

MOTTO

الدِّينَ فِي يَفْقَهُهُ خَيْرًا بِهِ اللَّهُ يُرِدُ مَنْ

“Barangsiapa yang Allah kehendaki mendapatkan seluruh kebaikan, maka Allah akan memahamkan dia tentang agama.”

(HR. Bukhari no. 71 dan Muslim no. 1037).

ABSTRAK

Skripsi **Retorika Kyai Fachrur Rozi dalam Siaran “Ngaji Bareng Kyai” TVRI Jawa Tengah (Episode Ibadah Itu Nikmat)** ini merupakan penelitian yang mencoba menjabarkan tentang teknik dan komponen retorika yang disampaikan oleh Kyai Fachrur Rozi.

Saat ini penguasaan retorika yang baik dan benar tidaklah mudah. Seorang da'i harus dapat menyampaikan pesan dengan mudah diterima oleh mad'u, namun masih banyak para pendakwah yang kurang memperhatikan kaidah teknik dan komponen retorika yang ada. Retorika telah digunakan oleh kalangan da'i dalam mensyiarkan dakwahnya, salah satunya adalah Kyai Fachrur Rozi yang sering bercerita teladan masa kini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik dan komponen retorika dalam berdakwah. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dokumentasi video serta pisau analisis datanya adalah kaidah teknik dan komponen (bentuk penggunaan bahasa, susunan pesan, bentuk persuasif) dari retorika dakwah.

Setelah melakukan analisis dengan kaidah teknik dan komponen retorika dalam program acara Ngaji Bareng Kyai Fachrur Rozi “Ibadah Itu Nikmat” pada tanggal 2 Februari 2019 menghasilkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa Kyai Fachrur Rozi dalam menyampaikan pesan dakwahnya menggunakan teknik pemakaian bahasa sebagai seni untuk memahamkan isi dakwah (materi) kepada mad'u, hal ini terbukti menggunakan teori Gorys Keraf.

Kata Kunci: *Retorika, Dakwah bil Lisan, Kyai Fachrur Rozi, Siaran*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x

BAB I

PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Metodologi Penelitian	8
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	8
2. Definisi Konseptual dan Operasional.....	9
3. Sumber dan Jenis Data	10
4. Teknik Pengumpulan Data	10
5. Teknik Analisis Data	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	13

BAB II

KAJIAN TEORITIS RETORIKA DAN DAKWAH.....	15
A. Retorika	15
B. Dakwah	45
C. Program Siaran Televisi.....	55

BAB III

GAMBARAN UMUM PROGRAM “NGAJI BARENG KYAI” TVRI JAWA TENGAH dan PROFIL KYAI FACHRUR ROZI (EPISODE IBADAH ITU NIKMAT) 66

- A. Profil TVRI Jawa Tengah 66
 - 1. Sejarah TVRI Jawa Tengah..... 66
 - 2. Visi dan Misi TVRI Jawa Tengah 69
 - 3. Arti Logo, Motto dan Slogan TVRI Jawa Tengah 70
 - 4. Manajemen TVRI Jawa Tengah (Jajaran Direksi) 71
- B. Gambaran Umum Program Ngaji Bareng Kyai (Episode Ibadah Itu Nikmat)..... 71
- C. Profil Biografi Kyai Fachrur Rozi..... 74
- D. Deskriptif Retorika Kyai Fachrur Rozi 75

BAB IV

ANALISIS : TEKNIK DAN KOMPONEN RETORIKA KYAI FACHRUR ROZI DALAM SIARAN “NGAJI BARENG KYAI” TVRI JAWA TENGAH (EPISODE IBADAH ITU NIKMAT)..... 87

- A. Analisis Teknik Retorika Kyai Fachrur Rozi..... 87
- B. Analisis Komponen Retorika Kyai Fachrur Rozi 95

BAB V

PENUTUP..... 102

- A. Kesimpulan 102
- B. Saran..... 103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan salah satu kewajiban utama yang dilakukan umat Islam. Kegiatan dakwah kian hari semakin mendapatkan tantangan yang sangat kompleks dengan dihadapkannya masyarakat yang modern. Walaupun demikian, harus diperjuangkan tegaknya al-ma'ruf dan mencegah kemungkaran. Nabi Muhammad SAW berdakwah menyebarkan agama Islam sebagai agama paripurna berjalan dengan penuh tantangan dan rintangan supaya umatnya dapat hidup dengan tenang, damai dan terbebas dari kebodohan jahiliah.

Pada hakikatnya tugas pokok Rasulullah SAW adalah untuk berdakwah, menyampaikan ajaran yang dibawa oleh Allah yang mengutusnyanya. Tetapi setelah wafat, para sahabatlah yang menggantikannya. Dakwah ini merupakan aktivitas yang sangat penting untuk kemaslahatan umat, sehingga tidak hanya dibebankan kepada Rasul Allah dan para sahabatnya. Melainkan setiap umat manusia terutama muslim wajib untuk berdakwah. Sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَحَدِّ لَهُم بِالَّتِي
 هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ
 بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu 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. (QS. An-Nahl : 125). (Kementrian Agama RI, 2011)

Kegiatan dakwah sangat mudah ditemukan di berbagai tempat, terutama dalam masjid dalam bentuk pengajian rutin maupun dalam kegiatan Peringatan Hari Besar Islam bahkan kegiatan dakwah dilaksanakan secara akbar yang bertempat di lapangan terbuka (*tabligh akbar*). Namun pada kegiatan tersebut sering kali terdengar monoton, gaya bicara dan metode juga monoton. Maka, da'i sebagai pelaku dakwah perlu mengaplikasikan retorika dalam kegiatan dakwah sehingga akan lebih mudah tercapai dan lebih mudah tercapai dan pesan yang disampaikan akan lebih mudah dipahami oleh mad'u.

Berbagai cara yang dilakukan oleh seorang da'i (M.Munir, 2003 : 16-17), mulai dari pengajaran yang baik (*mau'idzoh hasanah*) yaitu ungkapan yang mengandung pesan membimbing, mendidik, mengajarkan, memberi peringatan, memberi kabar gembira dan kisah yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam kehidupan keseharian agar mendapatkan keselamatan di dunia dan akhirat. Selain itu, dakwah dengan cara debat yang baik yaitu menanggapi permasalahan hingga tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan pendengar dapat menerima pendapat melalui bukti yang kuat (*Al-Qur'an dan Hadits*). Hal demikian sudahlah sangat jelas, bahwa tugas seorang da'i sangatlah berat, harus memiliki ilmu pengetahuan yang luas dan mendalam, mampu menguasai segala bidang.

Retorika sangatlah penting untuk kehidupan keseharian hingga saat ini. (Zainul Maarif, 2015:5). Mayoritas manusia setiap hari pasti akan berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itu, setiap manusia harus sanggup berbicara dan bertindak dengan baik. Bahkan James A. Herrick (Profesor Komunikasi Guy Vanderjagt dan mantan ketua komunikasi di Hope College) menyebutkan bahwa manusia sebagai *rhetorical being* (pengada retorika).

Penyampaian pesan melalui seni retorika cenderung memakai pendekatan indoktrinasi dan keyakinan seorang da'i (Bustanuddin Agus, 2007:257). Pencapaian pesan komunikasi dapat tersampaikan dengan baik, selain harus dapat mengenali dirinya, seorang da'i harus memiliki kepercayaan (*credibility*), daya tarik (*attractive*) dan kekuatan (*power*) (Hafied Cangara, 2000:95). Retorika memberikan metode keterampilan menyampaikan guna memberikan pemahaman yang benar kepada kaum muslim. Dari sini dapat melihat komunikator itu bersifat membangun, mengendalikan, melepaskan diri, atau menarik diri. (H.A.W. Widjaja, 2000:91). Sebagai bukti da'i yang telah populer karena berhasil menggunakan retorika yang baik, yaitu Ustadzah Oki Setiana Dewi dan Ustadz Nur Maulana dalam siaran Islam Itu Indah Trans TV, Kyai Duri Azhari dalam siaran Ngaji Bareng Kyai TVRI Jawa Tengah, KH. Faturrohman dan Ustadz Adi Hidayat dalam media youtubenya hingga Ustadz Yusuf Mansur dalam siaran Wisata Hati ANTV.

Dakwah masa kini telah mulai mengalami perubahan. Dakwah dapat disiarkan secara langsung melalui media massa, baik di televisi, radio, tabloid, koran dan sebagainya. Salah satunya media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu televisi, yang dilengkapi dengan audio visual dan cepat menyebar informasi ke masyarakat luas. Pada tahun 2019, televisi masih menjadi media yang paling banyak dikonsumsi oleh millennial di Indonesia, yakni sebesar 89% (Andrea Lidwina, 2020). Dakwah melalui televisi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik dalam bentuk ceramah, sandiwara, film, maupun sinetron. Selain media televisi memiliki relevansi sosiologis dengan masyarakat Indonesia, di sisi lain mayoritas masyarakat Indonesia memeluk agama Islam. Sehingga media televisi memiliki peluang yang cukup besar sebagai media dakwah. Penayangan program dakwah di televisi yang berulang-ulang ini mengakibatkan masuk ke alam bawah sadar pemirsa dan menjadi pola dan gaya hidup pemirsa. Maka dari itu, seorang da'i harus memikirkan secara matang dalam pemilihan konten maupun membuat sebuah acara yang lebih variatif.

Dari sekian banyaknya pendakwah yang berdakwah di televisi, peneliti tertarik untuk mengambil subjek yakni Kyai Fachrur Rozi karena beliau seorang kyai yang dapat menyesuaikan diri dengan mad'u baik pria atau wanita, tua atau masih muda. Meskipun beliau adalah seorang dosen UIN Walisongo Semarang, beliau selalu aktif untuk terjun berdakwah di kalangan masyarakat. Kyai Fachrur Rozi sering kali berdakwah di siaran Ngaji Bareng Kyai di TVRI Jawa Tengah, yang kini mencapai 14 ribu subscriber di channel youtubenanya. Beliau mampu menyampaikan dakwah dengan materi yang padat berisi, lugas dan mampu bercerita yang humoris (*story telling*), sesuai dengan pemahaman dan pengamalan dalam kehidupan beragama dan bermasyarakat sehingga menimbulkan rasa keakraban antara da'i dan mad'u. Kemudian, mencari da'i yang lucu dan lugas di Semarang maka Kyai Fachrur Rozilah salah satunya.

Berangkat dari latar belakang ini, maka penelitian ini berjudul **“Retorika Kyai Fachrur Rozi Dalam Siaran “Ngaji Bareng Kyai” TVRI Jawa Tengah (Episode Ibadah Itu Nikmat)”**.

B. Rumusan Masalah

Berhubungan dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

“Bagaimana Teknik dan Apa Saja Komponen Retorika Kyai Fachrur Rozi dalam Siaran “Ngaji Bareng Kyai” TVRI Jawa Tengah (Episode Ibadah Itu Nikmat)?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah diatas, tujuan yang hendak dicapai peneliti yaitu: Menganalisis Teknik dan Komponen Retorika Kyai Fachrur Rozi Dalam Siaran “Ngaji Bareng Kyai” TVRI Jawa Tengah (Episode Ibadah Itu Nikmat).

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Dakwah, penerapan yang lebih ideal mengenai retorika dalam berdakwah, seperti halnya teknik dan komponen retorika yang dimiliki oleh Kyai Fachrur Rozi serta evaluasi teknik dan komponen retorika ke depan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran teknik dan komponen retorika para da'i/mubaligh kepada masyarakat umum dan pendengar dakwah (*mad'u*) sehingga dapat memilih cara berkomunikasi yang baik. Serta berguna untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, khususnya meningkatkan kualitas dalam bidang dakwah bil lisan.

E. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian skripsi ini, penulis mengambil beberapa skripsi yang telah ada sebagai telaah pustaka yang berguna sebagai rujukan bagi peneliti dalam merumuskan permasalahan, sebagai referensi tambahan dan menghindari asumsi plagiasi hasil karya ilmiah. Berdasarkan penelusuran yang telah peneliti lakukan, memang belum ada penelitian yang membahas secara khusus terkait retorika Kyai Fachrur Rozi dalam program siaran dakwah “Ngaji Bareng Kyai” TVRI Jawa Tengah, namun terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti susun ini. Adapun skripsi yang menjadi rujukan adalah sebagai berikut:

Pertama, Penelitian skripsi dari Lizza Arnofia Choirunnisa tahun 2017 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul “Retorika dalam Program Islam Itu Indah (Studi Komparatif Oki Setiana Dewi dan Nur Maulana)”. Penelitian ini menggali tentang kajian retorika

seruan (dakwah) antara Oki Setiana Dewi dan Nur Maulana pada periode Januari 2017 dengan ditinjau dari ketiga bentuk teori Aristoteles (*ethos*, *pathos* dan *logos*). Baik dari segi penguasaan retorika, materi, pengetahuan, latar belakang, pendidikan pemilihan kata/diksi serta kedua da'i ini memiliki jenis karakter yang berbeda dalam menyampaikan pesan ceramahnya. Penelitian skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif analisis komparatif yaitu suatu metode dengan membandingkan antara pendapat yang satu dengan yang lain. Metode pengumpulan data menggunakan dokumentasi. Penelitian ini memiliki persamaan tentang pembahasan retorika di stasiun televisi. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan analisis komparatif atau perbandingan antar subjek dakwah (da'i).

Kedua, Penelitian skripsi dari Akhmad Tarih Aziz tahun 2018 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul "*Retorika Dakwah Kyai Duri Azhari di TVRI Jawa Tengah*". Penelitian ini menggali tentang kajian retorika dakwah Kyai Duri Azhari dalam menyampaikan pesannya, yaitu dengan cara menempatkan suasana (suara yang tegas, raut muka yang serius dan gerakan tubuh yang mudah diterima para mad'u). Ceramah yang selalu diselingi dengan humor, memiliki gaya yang khas dengan kata-kata "*gitu maksudnya aku*". Kyai Duri Azhari menggunakan bahasa yang *ceplas-ceplos*, pantun bersajak AA AA dan tidak canggung serta didukung dengan memakai gerakan tangan, gerakan kepala dan terkadang berjalan. Penelitian skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif . Metode pengumpulan data menggunakan observasi, interview (wawancara) dan dokumentasi. Penelitian ini memiliki persamaan tentang pembahasan retorika di stasiun televisi TVRI Jawa Tengah. Sedangkan perbedaannya adalah lebih spesifik pada penerapan retorika dari tokoh da'i yang berbeda.

Ketiga, Penelitian skripsi dari Fatimatu Zahro tahun 2017 Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yang berjudul "*Retorika Dakwah KH. Faturrohman*". Penelitian ini menggali tentang kajian retorika dakwah

Kyai Haji Faturrohman dengan ditinjau dari ketiga bentuk teori Aristoteles (*ethos*, *pathos* dan *logos*). Dari sisi *ethos*, KH. Faturrohman da'i yang memiliki pengetahuan luas dan seorang yang dapat dipercaya. pengetahuan luas dapat diperhatikan dari sisi isi dakwah yang ia sampaikan. Sisi *pathos*, beliau mampu menyentuh sisi emosional pendengar dengan cara menyampaikan materi yang memotivasi. Sisi *logos*, beliau menyampaikan pesan dakwah disertai dengan contoh yang masuk akal. Penelitian skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, interview (wawancara) dan dokumentasi. Penelitian ini memiliki persamaan tentang pembahasan retorika. Sedangkan perbedaannya adalah lebih spesifik pada penerapan retorika dari tokoh da'i yang berbeda.

Keempat, Penelitian skripsi dari Masrun Billah tahun 2018 Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul "*Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat dalam Ceramah "Keluarga Yang Dirindukan Rasulullah SAW" Pada Media Youtube*". Penelitian ini menggali tentang kajian retorika Ustad Adi Hidayat dengan menggunakan variasi gaya bahasa, sangat memperhatikan nada suara sehingga mad'u dapat merasakan emosi yang dibangun, banyak menggunakan gaya tubuh non verbal dari sisi pakaian, kontak mata, mimik wajah dan gerakan tangan. Penelitian skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif . Metode pengumpulan data menggunakan kajian kepustakaan, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini memiliki persamaan tentang pembahasan retorika. Sedangkan perbedaannya adalah lebih spesifik pada penerapan retorika dari tokoh da'i yang berbeda dan penelitian ini pada media youtube.

Kelima, Penelitian skripsi dari Fuat Rejeki Jumadi tahun 2017 Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang berjudul "*Teknik Tausiyah Ustadz Yusuf Mansur dalam Acara Wisata Hati ANTV*". Penelitian ini menggali tentang kajian teknik tausiyah Ustadz Yusuf Mansur dalam acara Wisata Hati ANTV dilakukan secara tidak langsung tanpa tatap muka dengan audiens karena melalui televisi, penyampaian isi

atau materi dakwah dilakukan secara serentak dan bertahap. Beliau menggunakan dua komponen komunikasi, yaitu dari segi komunikasi konten (isi materi) yang spesifik dari setiap episodenya dan komunikasi konteks (penyampaian materi) dengan menggunakan bahasa tubuh, intonasi, humoris, menggunakan visualisasi. Penggunaan teknik tausiyah yang menarik, sehingga lebih mudah membuat para jama'ah yang ada di rumah lebih berkesan dan memaknai materi yang disampaikan. Penelitian skripsi ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan kajian dokumentasi. Penelitian ini memiliki persamaan tentang pembahasan retorika. Sedangkan perbedaannya adalah lebih spesifik pada penerapan retorika dari tokoh da'i yang berbeda.

Dari beberapa judul di atas terdapat keterkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai retorika. Namun dalam penelitian ini penelitian lebih spesifik pada penerapan teknik dan komponen retorika yang dimiliki Kyai Fachrur Rozi dan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

F. Metodologi Penelitian

Suatu penelitian dapat berhasil dengan baik atau tidak tergantung dari data yang diperolehkannya. Keabsahan suatu penelitian ditentukan oleh metodologi penelitian. (Hariwijaya dan Triton, 2008:51). Metodologi penelitian adalah ajaran mengenai metode-metode yang digunakan dalam proses penelitian. Adapun dalam penelitian ini, penulis membagi metodologi penelitian dalam beberapa isi yaitu:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang bersifat alamiah, yang lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2017: 9). Maka dari itu, penulis memilih jenis penelitian kualitatif karena pada judul lebih

menekankan pemahaman makna retorika yang dimiliki oleh Kyai Fachrur Rozi dalam siaran “Ngaji Bareng Kyai” di TVRI Jawa Tengah.

Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan berfokus pada pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Dalam proses pengumpulan data lebih menitikberatkan pada observasi lapangan dan suasana alamiah (Dewi Sadilah, 2015 : 19).

Menurut (Mahi M. Hikmat, 2011: 44) dengan pendekatan deskriptif dapat membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga berkehendak mengadakan akumulasi data besar.

2. Definisi Konseptual dan Operasional

Definisi konseptual bertujuan untuk menentukan fokus penelitian dari judul penelitian ini yaitu Retorika Kyai Fachrur Rozi dalam siaran “Ngaji Bareng Kyai” di TVRI Jawa Tengah.

Retorika dakwah adalah seni berbicara untuk mempengaruhi masyarakat dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan mudah dicerna sehingga mad'u mudah menerima pesan dakwah. Sedangkan dakwah adalah aktivitas untuk mengajak, menyeru kepada jalan yang benar untuk menjalankan dan menjauhkan semua perintah Allah.

Pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki (humoris, semangat, alat peraga), sikap (fisik, ekspresi muka, pakaian, pelafalan), pengetahuan umum, sistem sosial dan kebudayaan. Unsur pesan dalam berkomunikasi, dapat melalui pesan *linguistik* (kebahasaan) dan *non verbal* (gerakan isyarat, bahasa tubuh, intonasi, dsb). Volume, tekanan, tempo suara yang dimiliki serta penggunaan bahasa yang dapat dipahami secara umum, logika yang sederhana, jiwa semangat yang tinggi.

Setiap da'i yang baik akan memiliki ciri khas atau gaya sendiri dan bersifat realtif tetap. Ciri khas tersebut mendapatkan perhatian yang serius

oleh komunikasikan, sehingga da'i dapat memperbaiki dan memperbanyak variasi guna menjauhkan kebosanan dan dugaan yang kurang baik dari komunikasikan.

Dengan ini penulis hanya membatasi kajian retorika yang digunakan oleh Kyai Fachrur Rozi di TVRI Jawa Tengah.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan obyek atau lokasi dimana peneliti memperoleh data penelitian. Terdapat dua sumber yaitu :

a. Data primer

Dalam penelitian ini adalah dokumen pribadi ceramah pada siaran Ngaji Bareng Kyai bersumber dari youtube "Ibadah Itu Nikmat" pada tanggal 2 Februari 2019.

b. Data sekunder

Data yang diperoleh lewat pihak lain, yaitu diperoleh dari buku-buku yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan, referensi biografi Kyai Fachrur Rozi yang dilakukan dengan cara wawancara.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau video siaran "Ngaji Bareng Kyai" di TVRI Semarang. (Sugiyono, 2017 : 240). Sehingga untuk memperlancar proses dokumentasi, penulis mencari informasi mengenai Kyai Fachrur Rozi melalui video youtube.

b. Wawancara/Interview

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari

seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2008: 180). Metode wawancara digunakan sebagai pelengkap teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam (Sugiyono, 2017: 231). Peneliti melakukan wawancara dengan Kyai Fachrur Rozi sebagai referensi biografi.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

Menurut Stainback, mengemukakan bahwa, analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi kualitatif (Sugiyono, 2017 : 244).

Analisis data di lapangan model Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display dan conclusion drawing/ verification.

Langkah-langkah analisis ditunjukkan pada skema berikut:

a. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting , dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan

gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan kualitatif (Sugiyono, 2017: 247).

b. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data maka akan mudah memahami apa yang terjadi, melanjutkan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2017: 249).

c. Conclusion Drawing (Verifikasi)

Langkah ketiga dalam proses analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2017: 252).

Dalam hal ini peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu analisis yang digunakan dalam penelitian untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan bagaimana penerapan retorika Kyai Fachrur Rozi dalam siaran “Ngaji Bareng Kyai” di TVRI Jawa Tengah guna mendapatkan hasil penelitian yang sangat maksimal untuk dikembangkan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis sesuai dengan ketentuan yang ada dan berlaku. Adapun bentuk penulisan skripsi ini terbagi dalam tiga bagian, yaitu bagian awal (halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, kata pengantar, pesembahan, motto, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran), bagian utama sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian sebagai kerangka berpikir serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN TEORITIS RETORIKA DAN DAKWAH

Pada bab ini memaparkan mengenai beberapa kajian teoritis yang berisikan tentang retorika dan dakwah. Pertama, kajian tentang retorika (pengertian retorika, tujuan retorika, unsur-unsur retorika, jenis-jenis retorika, sejarah perkembangan retorika, komponen retorika, teknik retorika dan faktor penunjang retorika). Kedua, kajian tentang dakwah (pengertian dakwah, tujuan dakwah, unsur-unsur dakwah, sasaran dakwah). Ketiga, kajian tentang program siaran dakwah di televisi.

BAB III GAMBARAN UMUM PROGRAM “NGAJI BARENG KYAI” TVRI JAWA TENGAH dan PROFIL KYAI FACHRUR ROZI

Pada bab ini memaparkan gambaran objek umum mengenai profil TVRI Jawa Tengah mengenai sejarah, visi dan misi, logo, motto, slogan dan manajemen TVRI Jawa Tengah dan program “Ngaji Bareng Kyai” TVRI Jawa Tengah, kemudian profil biografi da’i dan deskriptif retorika da’i, yaitu Kyai Fachrur Rozi.

BAB IV ANALISIS : TEKNIK DAN KOMPONEN RETORIKA KYAI FACHRUR ROZI DALAM SIARAN “NGAJI BARENG KYAI” TVRI JAWA TENGAH

Pada bab ini memaparkan sinopsis “Ngaji Bareng Kyai” dan analisis data yang didapatkan melakukan interview (wawancara) dan dokumentasi. Menganalisis retorika Kyai Fachrur Rozi dalam teknik dan komponen retorika (susunan pesan, penggunaan bahasa dan penggunaan persuasif).

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memaparkan kesimpulan yang menjadi jawaban lapangan dari permasalahan, saran-saran serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

Bagian akhir terdiri atas daftar pustaka, lampiran dan biodata peneliti.

BAB II

KAJIAN TEORITIS RETORIKA DAN DAKWAH

A. Retorika

1. Pengertian Retorika

Secara etimologi, kata “retorika” berasal dari bahasa Yunani, yaitu *rhetorikos* yang berarti kecakapan berpidato. Dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *farrul Khitabah*. Sedangkan dalam bahasa Inggris dikenal istilah *the speech of art*. Secara terminologi, retorika merupakan seni berpidato dan berargumentasi menggunakan tata bahasa yang baik, lancar dan benar untuk mempengaruhi pendengar, juga mengajak seseorang yang bersifat menggugah. Retorika merupakan ilmu seni berbicara untuk mengungkapkan isi jiwa (Asep Muhyiddin, 2014 : 126). Istilah retorika sering disamakan dengan istilah pidato.

Menurut Aristoteles, retorika merupakan seni untuk membawakan dan menyampaikan pengetahuan yang telah ada secara meyakinkan. Suatu kemampuan berbicara dengan menemukan sarana guna meyakinkan orang lain.

Plato secara umum memberikan definisi retorika sebagai suatu seni manipulative yang bersifat transaksional dengan menggunakan lambang untuk mengidentifikasi pembicara dengan pendengar melalui pidato. Retorika mengajarkan tindak dan usaha yang efektif dalam persiapan, penetaan dan penampilan tutur guna membina saling pengertian, kerja sama dan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat.

Gorys Keraf menyatakan bahwa retorika sangat terkait dengan teknik pemakaian bahasa sebagai seni yang didasarkan pada pengetahuan yang terusun baik. Jadi, ada dua aspek yang perlu diketahui seseorang dalam retorika. Pertama pengetahuan mengenai bahasa dan penggunaan

bahasa dengan baik. Kedua, pengetahuan tentang objek tertentu yang akan disampaikan dengan bahasa. Oleh karena itu, retorika harus dipelajari dalam rangka ingin menggunakan bahasa yang sebaik-baiknya dengan tujuan tertentu (Keraf, 2007: 1).

Nurgiyantoro menyatakan bahwa retorika adalah cara penggunaan bahasa untuk memperoleh efek estetik. Hal ini dapat diperoleh dengan kreativitas penguasaan bahasa, yaitu cara pengarang menyiasati bahasa sebagai sarana untuk mengungkapkan gagasannya (Nurgiyantoro: 2007, 396).

Menurut Hafied Cangara (2000 : 34) menyatakan bahwa retorika biasa dinamakan dengan komunikasi publik. Suatu proses komunikasi yang mana pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar. Penyampaian pesan berlangsung secara kontinu.

2. Tujuan Retorika

Retorika bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan melalui pidato dengan meyakinkan atau bujukan kepada pendengar, menunjukkan kebenaran melalui logika. (Bambang S. Ma'arif, 2010 :117). Nabi Muhammad SAW dalam menyampaikan dakwahnya menggunakan retorika, sehingga dapat mengantarkan umatnya kepada *tauhidullah* dan kepercayaan kepada hari akhir hingga dapat melahirkan tindakan baik. Tujuan retorika untuk persuasi, dengan artian yakinnya pendengar akan kebenaran gagasan hal yang dibicarakan oleh pembicara.

Aristoteles menjelaskan bahwa orang yang memiliki kemampuan retorika akan sangat mudah dalam membenarkan, memerintah, mendorong dan mempertahankan (Nogarsyah, 2002 :38).

Kepandaian berbicara merupakan instrument utama yang mempengaruhi massa (Suryanto, 2015 : 471). Sebagai seorang pemimpin haruslah mampu mempergunakan bahasa sehingga mengungkapkan masalah dan pikiran yang jelas. Oleh karena itu, retorika membawa

keuntungan bagi pribadi bersangkutan dalam bidang kemampuan pribadi dalam mempergunakan bahasa, keberhasilan pribadi dalam karyanya, tugas dan jabatan yang meyakinkan orang lain dan kehidupan pada umumnya sebagaimana orang semakin terbuka pada diri sendiri dan orang lain.

Secara massa, Tasmara (1987 : 156) menyatakan bahwa retorika bertujuan untuk : *to inform* (memberikan penerangan dan pengertian kepada massa), *to confise* (meyakinkan), *to inspire* (timbul inspirasi), *to entertain* (menghibur) dan *to ectuate* (mengarahkan untuk bertindak).

Paul Nelson, Ccoot Titsworth dan Judy Pearson dalam bukunya *Public Speaking : A Guide for the Engaged Communicator* (2007 : 55) menyatakan bahwa retorika memiliki tujuan secara umum dan khusus, secara umum retorika bertujuan untuk: memberikan informasi guna meningkatkan tingkat pemahaman atau pengetahuan *audience*, membujuk dan mempengaruhi guna mengubah perasaan *audience*, mempresentasikan suatu acara. Adapun tujuan khusus yaitu tujuan yang dimiliki oleh masing-masing *audience*.

Roudhonah (2007:52) menyatakan bahwa retorika memiliki tujuan untuk : *mass information* (memberi dan menerima informasi kepada khalayak), *mass education* (memberi pendidikan guna meningkatkan pengetahuan), *mass persuasion* (mempengaruhi guna memberi dukungan), *mass intertainment* (menghibur kepada khalayak).

Selain tujuan retorika yang telah disebutkan, adapun tujuan lain yaitu untuk membimbing komunikator dalam mengambil keputusan yang tepat, memahami masalah kejiwaan manusia pada umumnya, menemukan ulasan yang baik, mempertahankan diri dari kebenaran dengan alasan yang logis.

Mempelajari retorika akan bermanfaat untuk diri sendiri (David Pranata, 2016:6), seperti mampu menstrukturkan pemikiran dengan lebih jelas, mampu meningkatkan rasa percaya diri, meningkatkan kredibilitas sehingga masyarakat mulai memandang sebagai seorang ahli di bidangnya, mempercepat karir, menjadikan sarana untuk berbagi dan profesi.

3. Unsur - Unsur Retorika

Amirulloh Syarbini (2014 : 7) menjelaskan bahwa retorika merupakan jenis komunikasi publik, maka setiap proses komunikasi melibatkan unsur-unsur berikut ini:

a. Pembicara Publik

Manusia yang melakukan kegiatan berbicara di hadapan orang banyak. Dalam masyarakat Indonesia, biasa dikenal dengan sebutan da'i, motivator, inspirator, presenter. Menurut Bayu Krisna (2008 : 4), seorang pembicara publik haruslah memiliki persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu : kekuatan volume suara, ekspresi suara, bahasa tubuh, kemampuan mengelola pikiran. Pembicara yang cerdas adalah yang memperhatikan reaksi yang muncul dari komunikan.

Mengusai ilmu retorika dan keterampilan dalam mempergunakan bahasa yang tepat dapat meningkatkan kemampuan pembicara. Berikut keuntungannya :

- 1) Rasa tertekan, tegang, takut dan cemas akan berkurang atau lenyap.
- 2) Kesadaran dan kepercayaan semakin bertambah.
- 3) Artikulasi dalam mengucapkan kata-kata menjadi lebih jelas.
- 4) Dapat memperluas perbendaharaan kata.
- 5) Dapat menjadi lebih terampil dan cekatan dalam mengemukakan dan mempertahankan ide atau pendapat.

b. Materi

Pesan yang disampaikan oleh pembicara publik kepada *audience* (masyarakat). Pesan dapat dibangun oleh adanya isi dan lambang. Isi adalah buah pikiran yang disampaikan, sedangkan lambang adalah bahasa yang indah dalam bentuk untaian kata.

Kejelasan, kearutan dan ketepatan suatu pesan dapat dicapai jika pembicara memiliki kosokata yang memadai. Pilihan kata yang tepat dan

keselarasan kalimat yang efektif akan membuat pesan memiliki seni yang baik, indah dan efektif.

c. *Audience*

Obyek atau komunikan yang dituju oleh pembicara publik yang berkumpul menjadi satu atau kolektif dan berbagai sudut latar belakang. Menurut Fraser Born, golongan komunikan terbagi menjadi tiga yaitu golongan intelek (dapat menghargai orang lain), golongan praktisi (menyukai hal praktek daripada teori) dan golongan non intelek (memperhatikan yang menjadi kebutuhannya). Sehingga, pembicara harus mempertimbangkan *audience* yang dihadapi.

d. Metode

Cara yang digunakan pembicara publik dalam kegiatan beretorika. Berbagai cara yang dapat digunakan, yaitu: ceramah, dialog, diskusi, presentasi, game, musik, film dan sebagainya.

e. Media

Saluran yang digunakan dalam beretorika. Seorang pembicara publik dapat berupa saluran langsung tatap muka dan dapat pula menggunakan saluran bermedia yang meliputi: media *auditif*, yaitu semua media yang pesan komunikasinya disampaikan dan diterima mengandalkan kepada kemampuan suara dan pendengaran, media *visual*, yaitu media yang disampaikan menggunakan indera penglihatan, media *audio-visual*, yaitu media yang menggabungkan unsur pendengaran, penglihatan dan penampilan.

f. Tujuan

Hasil akhir yang ingin dicapai dari aktivitas retorika. Dalam hal ini dapat dirumuskan dalam bentuk tujuan yang bersifat sangat spesifik hingga tujuan yang sangat umum.

Tujuan utama dari retorika adalah memindahkan ide kepada orang lain dengan suatu penjelasan, meyakinkan orang lain untuk mengikuti ide

pembicara, mendorong untuk melakukannya dan meminimalisir *audience* tidak membantah dengan pesan yang disampaikan pembicara.

4. Unsur Pendukung Retorika

Suatu ungkapan yang baik secara retorik haruslah didukung oleh unsur bahasa, etika dan nilai moral, nalar yang baik dan benar serta pengetahuan yang memadai (I Nengah Marta, 2014 : 4). Keempat unsur ini merupakan pendukung utama retorika.

a. Bahasa

Bahasa sangat berhubungan dengan penyajian pesan dalam berkomunikasi. Wujud fisik retorika adalah penggunaan bahasa. Sehingga komunikator melakukan pemilihan unsur bahasa yang dipandang paling persuasif, dalam bentuk istilah, kata, ungkapan, gaya bahasa, kalimat, dan lain sebagainya. Meskipun terdapat kebebasan dalam memilih unsur bahasa, mengatur susunan bahasa, mengatur cara penyajian dan memilih gaya pengungkapan. Bukan berarti komunikator tidak bertanggung jawab atas isi yang disampaikan. Maka dari itu diperlukan unsur pendukung yang kedua, etika dan nilai moral.

b. Etika dan Nilai Moral

Adanya etika dan nilai moral dalam retorika, menjadikan aktivitas komunikasi yang bertanggung jawab. Komunikator memperhatikan isi yang dibicarakan. Tiga syarat yang harus diperhatikan komunikator dalam menyampaikan pesan, yaitu bertanggung jawab atas pemilihan unsur persuasif dan menyadari kemungkinan kesalahan, berusaha mengetahui dan menyadari dengan jujur akan kerugian yang timbul akibat kecurangan serta toleran terhadap pendengar yang tidak setuju terhadap apa yang disampaikan.

c. Penalaran yang Baik dan Benar

Penalaran akan membuat suatu pesan memiliki kekuatan dan landasan. Diharapkan suatu pesan memiliki argumen yang logis, maka dalam retorika terkandung alasan yang menjadi bukti dan karakter komunikator sebagai penanda *psikologis*.

d. Pengetahuan yang Memadai

Komunikator memahami benar atas pesan yang diberikan, harus memiliki fakta yang relevan dan ide atau gagasan yang jelas. Suatu pemahaman atau pengetahuan merupakan hal esensi bagi komunikator. Keberhasilan retorika tergantung pada pengetahuan penutur terhadap komunikasi dengan segala aspek.

5. Sejarah Perkembangan Retorika

Secara historis, retorika berakar dari seni berbicara yang diajarkan oleh para sophist di tengah peradaban masyarakat Yunani Kuno (Daniel Rusyad, 2020 : 4). Pengambilan keputusan dibuat melalui diskusi publik dalam assembly yang dihadiri langsung oleh warga kota yang hendak menyampaikan gagasan. Namun sejak saat itu pula, para sophist mendapatkan penentangan dari Socrates dan Plato, filsuf yang menginspirasi peradaban dunia barat.

Plato berpandangan bahwa para sophist hanya mengajarkan manusia untuk berbicara, tanpa tujuan dan esensi pembicaraan yang jelas. Seseorang seharusnya belajar mengenai apa yang hendak dibicarakan. Tujuan retorika hanya akan menjadi kemenangan adu argumen, bukan mencari kebenaran.

Aristoteles membantah pandangan gurunya, Plato. Retorika tak ubahnya seperti dialektika. Manusia tidak bisa lepas dari kegiatan berpikir, memaknai dan mempersuasi. Sungguh absurd suatu pandangan bahwa seseorang tidak mampu bela diri dengan fisik lebih memalukan daripada

tidak mampu mempertahankan gagasan dan ide. Padahal, penggunaan akal pikiran dan berbicara adalah keterampilan khusus manusia yang membedakan mereka dari makhluk yang lain.

Pasca jatuhnya Yunani ke kekaisaran Romawi, retorika mengalami stagnasi. Retorika hanya dipandang sebagai teknik argumentasi untuk meyakinkan hakim di pengadilan. Bangsa Romawi dikenal luas dengan kekuatan hukum dan militer dimana pedang lebih dianggap efektif dari sekadar berbicara.

Abad ke lima dan enam, retorika tumbuh subur di negeri jazirah Arab. Tempat lahirnya pengkhotbah dan penyair ulung dengan keindahan syair diwariskan melalui tradisi oral. Penyair Arab diuntungkan dengan karakteristik bahasa Arab (gambaran Awar Jundiyy) yang memiliki kekayaan gaya dan frasa. Satu makna dapat disampaikan dalam berbagai ekspresi (majas, kinayah, dsb). Dengan demikian, retorika memiliki kedudukan yang mulia yang tidak dapat terpisahkan dengan agama. Nabi Muhammad SAW juga mengajarkan retorika yang terakam jelas dalam Al-Qur'an dan Hadits serta dalam prakteknya saat menyampaikan khotbah, musyawarah dan nasihat.

Retorika sebagai seni berbicara mulai abad kelima sebelum Masehi, ketika kaum Sofis harus melakukan demokrasi sehingga perlu adanya bujukan rakyat demi kemenangan dalam pemilihan. (Wahyu Ilahi, 2013 : 47). Zaman retorika dibedakan menjadi dua yaitu zaman klasik dan zaman modern.

Pada zaman klasik berawal ketika kaum Sofis berpendapat bahwa manusia adalah makhluk yang berpengetahuan dan berkemauan. Manusia memiliki penilaian sendiri terhadap baik buruknya sesuatu. Kebenaran suatu pendapat hanya terpakai apabila seseorang dapat memenangkan pendapat orang lain. Diantara tokoh-tokoh yang memegang peranan penting dalam perkembangan ilmu retorika zaman klasik, sebagai berikut:

a. Georgias (480 SM -370 SM)

Guru retorika yang pertama dalam sejarah manusia. Menurutnya, suatu kebenaran pendapat hanya dapat dinyatakan dan dibuktikan jika terjadi kemenangan dalam berbicara. Retorika bukan hanya ilmu pidato, namun meliputi pengetahuan, sastra, gramatika dan logika. Menekankan bahwa retorika adalah dimensi bahasa yang puitis dan teknik berbicara improptuserta mengajarkan teknik-teknik memanipulasi emosi pendengarnya.

b. Protagoras dan Socrates (469 SM -399 SM)

Kemahiran dalam berbicara bukan demi kemenangan, melainkan demi kebenaran. Teknik dialog mengikuti jalan deduksi, menarik kesimpulan untuk hal yang khusus setelah menyelidiki hal yang berlaku umum.

c. Isocrates (392 SM)

Seorang tokoh retorika yang mendirikan sekolah retorika berpidato politik yang dikenal sebagai “political essayist”. Retorika dapat meningkatkan kualitas masyarakat, tidak bisa dipisahkan dari politik dan sastra. Retorika menjadi pelajaran yang elit. Menekankan bahwa retorika adalah proses kreatif dalam penggunaan bahasa yang dapat menimbulkan keindahan dan seni bahasa, bukan kaidah bahasa. Diharapkan manusia mampu mengeluarkan pendapat dengan tepat.

d. Plato

Retorika sebagai metode pendidikan, sebagai sarana mencapai kedudukan dalam pemerintahan dan untuk mempengaruhi rakyat. Retorika bertujuan untuk memberikan menggunakan bahasa yang sempurna dan merupakan jalan memperoleh pengetahuan yang luas dan dalam, terutama bidang politik. Retorika sebagai sekumpulan teknik menjadi wawancara ilmiah. Retorika memegang peranan penting bagi persiapan untuk menjadi pemimpin.

e. Demosthenes (382 SM – 322 SM)

Seorang tokoh ahli pidato dan ahli politik yang berhasil mengembangkan gaya bicara yang jelas dan ringkas. Kemampuan meletakkan pidato pada akting. Retorika lebih menekankan pada aspek semangat yang berkobar, kecerdasan berpikir dan kelainan dari yang lain. Beliau memperhatikan cara penyampaian, menggabungkan antara narasi dan argumentasi.

f. Aristoteles

Seorang filosof retorika, retorika sebagai bagian dari filsafat. Tujuan retorika yang sebenarnya adalah membuktikan maksud pembicaraan atau menampakan pembuktiannya. Retorika akan benar jika diuji oleh dasar-dasar logika dan harus memiliki karakter yang singkat, jelas dan meyakinkan. Aristoteles menyebutkan tiga hal dalam meyakinkan dan mempengaruhi manusia, yaitu : etos (sanggup menunjukkan apabila memiliki pengetahuan yang luas), pathos (menyentuh hati, perasaan, emosi, harapan, kebencian khalayak), logos (mengajukan bukti, mendekati khalayak lewat otaknya).

g. Marcus Tullius Cicero (106 SM – 43 SM)

Cicero berpendapat bahwa retorika itu memiliki dua tujuan pokok, yaitu susio (anjuran) dan dissuasion (penolakan). Seorang orator harus meyakinkan khalayak dengan kebenaran dan kesusilaan. Praktek retorika meliputi : *invesitio* (pencarian tema dan bahan yang akan dibahas) dan *ordo collocatio* (penyusunan pidato dan memilih mana yang lebih penting dan kurang penting dengan memperhatikan pendahuluan, pemaparan, pembuktian, pertimbangan dan penutup).

Setelah bangsa Yunani dikuasai oleh bangsa Macedonia dan Romawi, berakhirilah masa kejayaan ilmu retorika Yunani. Ilmu retorika tinggal hanya kenangan sebagai ilmu yang dipelajari di sekolah-sekolah. Teori retorika Aristoteles menjadi sistematis dan komprehensif untuk dipelajari.

Namun, di sisi yang lain para ahli retorika setelahnya tidak menghasilkan karya yang bagus.

Zaman modern dimulai pada abad ke-17 di Eropa yang ditandai munculnya tokoh-tokoh orator kenamaan. Sedangkan pada abad ke-20 retorika telah mengambil manfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan modern khususnya ilmu perilaku (psikologi dan sosiologi). Istilah retorika pun mulai berubah nama menjadi “*Speech, Speech Communication, Oral Communication, ataupun Public Speaking*”. Adapun tokoh-tokoh retorika zaman modern, yaitu :

a. Olevor Cromwell (Abad 17)

Beretorika yang baik haruslah menyesuaikan diri dengan sikap lawan, tidak menyinggung persoalan, biarkan khalayak menarik kesimpulan sendiri, menunggu reaksi.

b. Hanry Bollingbroke

Jika kekuasaan politik hanya berdasarkan kekuatan fisik, maka retorika merupakan kekuatan mental.

c. Adolf Hilter

Tojoh yang berhasil memukau rakyat Jerman sehingga bersedia melakukan apapun. Resep dalam beretorika, yaitu : mengunggulkan diri sendiri, membusukan dan menakuti lawan kemudian menghancurkan. Hilter menyatakan retorika bahwa hakikat retorika adalah senjata psikis untuk memelihara massa dalam keadaan perbudakan psikis.

d. Sir Winston Churchill (Abad 20)

Seorang tokoh yang berhasil membangkitkan dan menggerakkan bangsa Inggris yang pada awalnya anti perang melawan Nazi Jerman.

e. Jean Jeures

Seorang mimbarwan asal Perancis, yang dapat membangkitkan perasaan humanis yang seolah-olah ingi memeluk setiap manusia.

f. James A. Winans

Seorang perintis psikologi modern dalam berpidato. Dalam bukunya *Public Speaking* menerangkan pentingnya membangkitkan emosi melalui motif psikologi. Berpidato yang bersifat percakapan dan teknik yang bersifat pidato merupakan pembahasan yang sangat berharga.

g. Charles Henry Woolbert

Retorika adalah “*Speech Communication*” sebagai ilmu tingkah laku sehingga proses penyusunan pidato adalah kegiatan seluruh organisme. Pidato merupakan ungkapan kepribadian. Logika adalah dasar utama persuasif.

h. William Noorwood Brigance

Seorang pakar retorika yang lebih meekankan pada faktor keinginan sebagai dasar persuasif. Persuasi memiliki empat unsur, yaitu: rebut perhatian pendengar, usahakan pendengar untuk mempercayai kemampuan dan karakter, pemikiran berdasarkan keinginan, mengembangkan setiap gagasan sesuai dengan sikap pendengar.

Sejak zaman Yunani hingga Romawi, retorika berkaitan dengan kenegarawan. Para orator pada umumnya terlibat dalam politik dengan dua cara, yaitu *talk it out* (berbicara hingga tuntas) dan *shoot it out* (menembak sampai habis). Retorika pada abad pertengahan (400-1400), dikenal abad kegelapan. Ketika agama kristen berkuasa, retorika dianggap sebagai kesenian jahiliah. Adanya anggapan, jika memeluk agama Kristen secara otomatis akan memiliki kemampuan untuk menyampaikan kebenaran.

Namun pada satu abad kemudian, di Timur muncul peradaban baru. Seorang Nabi Muhammad menyampaikan firman Tuhan “*Berilah mereka nasihat dan berbicaralah kepada mereka dengan pembicaraan yang menyentuh jiwa mereka*” (QS.An-Nisa’: 63) dengan memperteguhnya “*Sesungguhnya dalam kemampuan berbicara yang baik itu ada*

sihirnya”. Sehingga ucapan Nabi Muhammad ini dengan kata singkat mengandung makna padat. Hingga menyebabkan pendengar berguncang hatinya dan berlinang air mata. Beliau sangat memperhatikan orang dihadapinya dan menyesuaikan pesan dengan keadaan mereka. Para Ulama mengumpulkan khusus pidatonya dan menamainya *Madinat al-Balaghah* (Kota Balaghah). Ali bin Abi Thalib mewarisi ilmunya dalam berbicara, khotbahnya dikumpulkan dengan cermat oleh para pengikut dan menamainya *Nahj al-Balaghah* (Jalan Balaghah).

Kaum muslim menggantikan retorika dengan disiplin ilmu balaghah ini menjadi disiplin ilmu yang mulia dalam peradaban Islam. Warisan retorika Yunani mulai dicampakan di Eropa pada Abad Pertengahan. Namun, sangat sedikit yang berkontribusi disiplin ilmu balaghah pada retorika modern hingga hanya tersembunyi dalam pesantren dan lembaga pendidikan Islam tradisional.

Pertemuan antara orang Eropa dengan Islam menyimpan dan mengembangkan khazanah Yunani dalam perang salib sehingga menimbulkan Renaissance (Jalaludin Rakhmat, 2008: 11). Peter Ramus, seorang pemikir Renaissance yang menarik kembali minat kepada retorika telah membagi menjadi dua bagian yaitu *inventio* dan *dispositio* adalah bagian dari logika. Retorika hanyalah berkenaan dengan *elocutio* dan *pronuntiatio*.

Renaissance mengantarkan manusia kepada retorika modern (1214-1219). Roger Bacon telah menghubungkan Renaissance dengan retorika modern. Beliau memperkenalkan metode eksperimental dan pentingnya pengetahuan tentang proses psikologi dalam studi retorika dengan menggerakkan kemampuan rasio, imajinasi dan kemauan. Retorika modern memperkenalkan beberapa aliran.

Aliran *epistemologis* dan aliran *belles letters*. Kedua aliran ini memusatkan perhatian kepada persiapan pidato, penyusunan pesan dan penggunaan bahasa. Aliran *epistemologis* membahas “teori pengetahuan”, asal usul, sifat, metode dan batas pengetahuan manusia. Para pemikir

aliran ini berusaha mengkaji retorika klasik, sorotan perkembangan psikologi kognitif (proses mental). Sedangkan aliran *belles letters* (tulisan indah dalam Bahasa Perancis) sangat mengutamakan keindahan bahasa, estetis pesan, kadang mengabaikan segi informatif.

Aliran ketiga, *gerakan elokusionis* yang menekankan pada teknik penyampaian pidato. Gerakan aliran ini dikritik karena perhatian dan kesediaan yang berlebihan terhadap teknik. Komunikator menjadi tidak kembali berbicara dan bergerak secara spontan. Gerakan ini menjadi artifisial. Namun, kaum aliran ini telah berjaya dalam melakukan penelitian yang empiris sebelum merumuskan “resep-resep” penyampaian pidato.

Pada abad ke dua puluh. Retorika mengambil manfaat dari perkembangan ilmu pengetahuan modern, khususnya ilmu perilaku seperti psikologi dan sosiologi. Istilah retorika bergeser menjadi *speech, speech communication* atau *publik speaking*. Hingga dewasa ini retorika menjadi ajaran atau bahan penelitian secara ilmiah di lingkungan akademis.

Ilmu retorika diperkenalkan oleh tokoh-tokoh mutakhir (Jalaludin Rakhmat, 2008: 15). James A. Winans, perintis penggunaan psikologi modern dalam pidatonya. Baginya, tindakan ditentukan oleh perhatian, pentingnya membangkitkan emosi melalui motif psikologi seperti kepentingan pribadi, sosial dan kewajiban beragama. Charles Henry Woolbert, pendiri *the Speech Communication Association of America*. Baginya, proses penyusunan pidato merupakan kegiatan seluruh organisme dan logika adalah dasar utama persuasi. William Noorwood Brigance, baginya faktor keinginan sebagai dasar persuasi. Alan H. Monore, penulis buku *Principle and Types of Speech*. Baginya, pesan harus disusun berdasarkan proses berpikir manusia yang dikenal *motived sequence*.

6. Teknik Retorika

Teknik retorika lebih diarahkan pada teknik bernapas, mengucap, bina suara, membaca dan bercerita. (Hedrikus, 1991: 17).

Prinsip pidato (Hasanuddin, 1982 : 5) pada dasarnya, yaitu : memelihara kontak visual dan kontak mental dengan khalayak, menggunakan lambang audiktif yang kaya pada bahasa vokal dan berbicara pada seluruh kepribadian komunikator (mimik wajah, tangan dan tubuh).

Penampilan berbicara dibagi dalam dua hal, yaitu vokal dan fisik (Hasannudin, 1982 : 24).

a. Vokal

Berkaitan dengan volume suara (batas terkeras dan terendah suara dengan memperhatikan ruang dan jumlah komunikasi, artikulasi (pelafalan) dan pause (pemberhentian dengan menjaga ketenangan diri).

b. Fisik

Berkaitan dengan pose (sikap dan busana tubuh), mimik (perubahan raut muka), gestur (gerakan anggota tubuh yang tidak berlebihan) dan movement (perubahan posisi tempat yang wajar dan sopan).

Memiliki beberapa langkah dalam teknik retorika (Yusuf Zainal Abidin, 2013: 59), diantaranya:

a. *Exordium* (Pendahuluan)

Sebuah pengantar menuju pokok persoalan yang akan dibahas, upaya menyiapkan mental komunikasi dan membangkitkan perhatian dengan cara mengemukakan kutipan, mengajukan pertanyaan, menyajikan ilustrasi yang spesifik, fakta yang mengejutkan, menyajikan hal manusiawi, menyetengahkan pengalaman yang ganjil. Namun, ada beberapa hal yang perlu dihindari saat pendahuluan yaitu permintaan maaf dan lelucon yang berlebihan.

b. *Proteis* (Latar Belakang)

Mengemukakan hakikat pokok persoalan secara faktual atau kesejahteraan nilai dan berfungsi dalam kehidupan. Sehingga tampak jelas dengan kepentingan komunikasi.

c. *Argumentasi* (Isi)

Sebuah ulasan tentang topik yang disajikan secara teoritis dan kemudian memberikan kekuatan posisinya dengan bukti kebenaran.

d. *Conclusio* (Kesimpulan)

Sebuah penegasan hasil pertimbangan yang mengandung justifikasi (penengahan) atau pembenaran menurut penalaran orator atau pembawa naskah. Namun, ada beberapa hal yang perlu dihindari saat memberikan kesimpulan.

7. Jenis - Jenis Retorika

Pada awalnya retorika merupakan komunikasi dua arah untuk saling mempengaruhi secara persuasif dan timbal balik (Anwar Arifin, 2008 : 178). Sesuai dengan perkembangan, retorika memiliki tiga jenis yang memiliki masing-masing karakteristik (Richard West dan Lynn H, Turner, 2008 : 16), yaitu: retorika *forensik*, *epideiktik* dan *deliberatif*.

a. Retorika *Forensik*

Retorika di dalam ruang pengadilan dengan bertujuan untuk menimbulkan perasaan psikis komunikasi sehingga mengetahui mana yang bersalah dan tidak bersalah. Terjadi dalam pengadilan kasus O.J. Simpson di Amerika Serikat, dimana para pengacara berusaha menunjukkan moralitas dengan memutar sebuah kaset rekaman telepon 911.

b. Retorika *Epideiktik*

Retorika di dalam arena publik dengan tujuan untuk memuji, menghormati, menyalahkan, atau mempermalukan yang berfokus pada suatu isu sosial. Dalam prakteknya, retorika ini biasa dilakukan saat upacara pemakaman, dimana dalam upacara ini komunikator membicarakan hal-hal baik yang pernah dilakukan selama ini.

c. Retorika *Deliberative*

Retorika politis. Pembicara harus siap untuk mempertimbangkan topik yang relevan dengan khalayak dan yang berkaitan secara personal dengan dirinya sendiri. Hingga saat ini, retorika ini masih tetap digunakan dalam debat pemilu, kampanye pilpres, presentasi asuransi kesehatan, dsb.

Menurut Hedrikus (1991:16), retorika diklasifikasikan menjadi tiga jenis, diantaranya:

a. *Monologika*

Ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dimana hanya ada seseorang yang melakukan pembicaraan. Bentuk diantaranya adalah pidato, kata sambutan, kuliah, ceramah dan deklamasi.

b. *Dialogika*

Ilmu tentang seni berbicara secara dialog, dimana terdapat dua orang atau lebih dalam suatu proses pembicaraan. Bentuk diantaranya adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.

c. *Pembinaan Teknik Bicara*

Teknik berbicara merupakan syarat sebuah retorika. Sehingga teknik ini merupakan bagian penting dalam retorika. Suatu perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernapas, teknik mengucap, bina suara, teknik berbicara dan bercerita.

8. Bahasa Retorika Tulisan dan Retorika Lisan

Komunikasi dapat mempengaruhi struktur bahasa baik secara lisan maupun tulisan (I Nengah Marta, 2014 : 39), sehingga terdapat perbedaan diantara keduanya. Jika manusia berkomunikasi dengan cara menulis, maka beranggapan bahwa komunikasi tidak ada di hadapannya. Sehingga struktur bahasa lebih lengkap dan lebih jelas, kalimat dalam retorika tulisan lebih bersifat eksplisit. Retorika tulisan tidak dapat menggambarkan dengan sempurna tinggi rendahnya nada atau panjang pendeknya suara dalam retorika lisan. Retorika tulisan ini lebih menggunakan hubungan klausa (yang, sementara, dimana). Menggunakan frase yang berintikan kata benda sangat umum didapatkan. Dalam retorika tulisan, apalagi karya ilmiah lebih banyak menggunakan bentuk pasif.

Berbeda dengan retorika lisan. Retorika ini kurang lengkap strukturnya jika dibandingkan dengan retorika tulisan. Frase yang digunakan lebih sederhana, seperti kalimat “bapak ke kantor” bukan “bapak akan pergi ke kantor”, dalam artian kata “akan pergi” dihilangkan. Lebih sedikit subordinasi dan lebih banyak diperoleh kalimat aktif deklaratif dibandingkan kalimat pasif. Komunikator lebih sering menggunakan bahasa tubuh (pandangan, gerakan tangan). Lebih sering mengulangi kata yang sama, misalnya “saya melihat dia datang, saya melihat dia masuk dan saya melihat dia mengambil barang bawaanya”. Retorika lisan, komunikator mampu mengisi sela-sela percakapan dengan kata pengisi, misalnya “baik, tentu saja, saya kira”.

9. Strategi Penyusunan Retorika

Strategi yang ditemukan oleh Aristoteles terdapat lima langkah, yang dikenal dengan istilah “*The Five Canons of Rhetoric*”, diantaranya:

a. *Invention* (Penemuan Bahan)

Konstruksi atau pengembangan dari sebuah argumen yang relevan dengan tujuan komunikasi. Menurut Aristoteles, argumen harus dicari melalui rasio, moral dan afeksi (bagian yang sangat penting).

b. *Dispositio/ Arrangement* (Penyusunan Bahan/ Materi)

Penyusunan atau penataan ide yang akan disampaikan membantu komunikasi memahami hubungan antar ide dan menghindari kebingungan. Sehingga membuat pesan lebih persuasif dan argumen lebih kuat.

c. *Style/ Elocutio* (Gaya/ Pemilihan Bahasa yang Indah)

Penggunaan gaya dan bahasa yang efektif akan membuat pesan lebih mudah dipahami, menarik dan powerful. Sehingga dengan tidak menimbulkan pemahaman yang keliru dan salah.

d. *Memory* (Mengingat Materi)

Kemampuan mengingat sebuah ide dalam urutan pembicaraan. Pada zaman dahulu, mempelajari cara urutan mengingat ide dalam urutan dengan bahasa yang direncanakan. Pada masa kini, lebih menggunakan catatan atau manuskrip.

e. *Pronuntiatio/ Delivery* (Penyampaian)

Langkah terakhir dalam strategi retorika. Melibatkan antara vokal dan fisik dalam pembicaraan. Langkah ini sangat penting, karena lebih memperhatikan ide yang disampaikan dengan menarik dan powerful. Penyampaian sesuai dengan bobot dan tidak untuk membuat ide lemah tampil lebih kuat.

10. Komponen – Komponen Retorika

Para da'i dalam menyampaikan dakwahnya memerlukan senjata utama berupa retorika guna pesan dapat tersampaikan dengan baik. Sehingga para da'i perlu memahami komponen pokok dalam retorika.

Menurut Jalaluddin Rakhmat terdapat tiga komponen dalam retorika, yaitu susunan pesan, penggunaan bahasa dan penggunaan persuasif (Jalaluddin Rakhmat, 1992 : 79).

a. Susunan Pesan

Dalam retorika dikenal cara dan pola yang umumnya digunakan dalam penyusunan dan menyajika pidato/ceramah. Dua hal langkah dalam penyusunan pesan, yaitu komposisi pesan dan organisasi pesan.

1) Komposisi Pesan

- (a) Kesatuan, suasana pembicara yang tidak berubah-ubah.
- (b) Pertautan, perpindahan dari pokok yang satu ke pokok yang lain. Komposisi ini dapat dipelihara dengan tiga cara yaitu dengan ungkapan penyambung, paralisme (ungkapan yang sama untuk struktur kalimat sejenis) dan gema (mengulang gagasan utama menggunakan kata baru berupa sinonim, perulangan, kata ganti, dsb.)
- (c) Titik Berat, menunjukan sebuah pokok bahasan yang penting dengan hentian, perubahan nada atau isyarat, keterangan penjelas.

2) Organisasi Pesan

- (a) *Deduktif*, pesan yang disusun berdasarkan gagasan utama di titik awal kemudian dikembangkan dan perjelas dengan keterangan penunjang dan bukti. Penyusunan ini sering digunakan oleh para da'i, yang dapat memberikan pemahaman lebih detail

- (b) *Induktif*, pesan yang disusun berdasarkan perincian dan kemudian ditarik kesimpulan (inti), sehingga pesan dipengaruhi oleh konteks penyampaian.
- (c) *Kronologis*, pesan yang disusun berdasarkan waktu kejadian dengan menitikberatkan periode kasus peristiwa. Suatu pesan memiliki tahapan proses berdasarkan urutan waktu, lokasi maupun pelaku.
- (d) *Logis*, pesan yang disusun berdasarkan urutan sebab-akibat atau akibat-sebab. Suatu pesan yang dapat menggambarkan fenomena secara mendalam, terperinci dan detail guna mempermudah pemahaman komunikasi sekaligus memiliki nilai kemanfaatan.
- (e) *Spasial*, pesan yang disusun berdasarkan letak geografis, lokalitas setiap daerah. Penyusunan ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk mengetahui lokasi hingga letak geografis objek tertentu.
- (f) *Topikal*, pesan yang disusun berdasarkan topik pembicaraan. Urutan isi ceramah dianggap penting, berguna untuk memperoleh tanggapan langsung dari komunikasi, sekaligus dapat menarik perhatian untuk dipahami maksud pesan disampaikan.

b. Penggunaan Bahasa

Seorang da'i harus mampu merangkai kata dan menyusun bahasa yang indah, sempurna dan mudah dipahami. Dalam kaitannya, terdapat tiga hal yang termasuk ke dalam penggunaan bahasa yaitu langgam, humor dan gaya bahasa dakwah.

1) Langgam

Model atau cara seseorang dalam berbicara yang sukar ditirukan orang lain. Menurut (Barmawi Umari, 1984 : 14-16), langgam dibedakan menjadi tujuh : langgam agama (intonasi naik dan turun menunjukkan

penekanan hal yang penting, ritme cenderung lambat agar pesan dapat dipahami dengan jelas, biasa digunakan saat khutbah), langgam *agitator* (intonasi cenderung agak naik guna menguatkan argumen, ritme sedang, biasa digunakan saat menyampaikan pendapat ketika rapat), langgam *konservatif* (intonasi dan ritme variatif, biasa digunakan saat mengobrol terkesan akrab), langgam *diktatik* (intonasi dan ritme datar dan sedang, biasa digunakan saat dosen memberikan kuliah), langgam *sentimental* (intonasi rendah, ritme lambat, diucapkan dengan penuh perasaan guna mempengaruhi emosi), langgam *statistik* (intonasi sedang, ritme cepat, digunakan untuk menyampaikan data statistik), langgam *teater* (intonasi dan ritme variatif, penuh penghayatan untuk menyerupai tokoh dalam cerita).

2) Humor

Bumbu yang mampu menarik perhatian. Menurut Jalaluddin Rakhmat ada delapan macam : *exaggeration* (melebihkan sesuatu secara tidak proposional), *parodi* (peniruan suara dan gaya bicara seorang tokoh), *ironi* (kata-kata yang bertentangan dengan makna harfiah), *burlesque* (memperlakukan hal yang sebenarnya secara serius), perilaku aneh para tokoh, perilaku orang aneh/ diluar kebiasaan, belokan mendadak (meyakini bahwa pembicaraan yang terjadi adalah hal biasa yang kemudian dibelokan), *puns* (permainan kata-kata yang mempunyai roakan ganda/ mengulang kata yang mempunyai bunyi yang sama).

3) Gaya Bahasa Dakwah

Pemakaian ragam bahasa berupa seruan, penyiaran dan propaganda untuk meningkatkan amal ibadah bagi para pemeluk agama. Menurut Hasymy (1984: 230-265),

ada enam macam : *taklim dan tarbiyah* (pengajaran pendidikan sehingga mampu mengarahkan pada pemahaman akidah dan syari'ah), *tadzkir dan tanbih* (peringat dan penyegaran kembali), *targhib dan tabsyir* (menggemarkan amal sholeh dan menyampaikan berita gembira, usaha menampilkan berita pahala, fadhilah, keuntungan, keutamaan ibadah), *tarhib dan inzar* (menakuti dan menyampaikan berita dosa ketika bermaksiat), *qashash dan riwayat* (menampilkan kisah masa lalu, dengan harapan dapat mengambil hikmah), *amar dan nahi* (perintah dan larangan).

c. Penggunaan Persuasif

Kekuatan retorika dakwah terletak pada kekuatan persuasi. Suatu pesan ditata sesuai dengan kondisi komunikan dan menyentuh aspek *psikologis*. Ada lima himbauan pesan yang biasa digunakan dalam retorika, diantaranya:

1) **Himbauan Rasional**

Pendekatan logis atau penyajian bukti ilmiah dan masuk akal.

2) **Himbauan Emosional**

Pendekatan emosi sehingga komunikan lebih tertarik terhadap pesan yang disampaikan.

3) **Himbauan Takut**

Pendekatan dengan menakuti atau pesan yang mengancam dengan cara menggambarkan konsekuensi yang buruk sehingga menimbulkan ketegangan.

4) **Himbauan Ganjaran**

Pendekatan dengan rujukan yang menjanjikan dan diinginkan komunikan sehingga menimbulkan kegairahan.

5) **Himbauan *Motivasional***

Pendekatan dengan sentuhan kondisi intern dalam diri manusia seperti motif biologis (kebutuhan psikis dan materi).

11. **Faktor Penunjang Retorika**

Retorika memiliki beberapa faktor penunjang yang harus diperhatikan dan dipersiapkan guna mempengaruhi efektivitas komunikasi dengan mempertimbangkan beberapa aspek tertentu. Menurut Saifuddin Zuhri (2010 : 13) terdapat tiga aspek komunikasi retorik yaitu seorang komunikator menyampaikan kepada seorang pendengar sebagai kawan bicara atau pelanggan, memberikan argument terhadap isi pembicaraan, komunikator mendengar dan mempertimbangkan argumen dari pendengar.

Menurut Gorys Keraf (2007 : 1), ada dua aspek yang perlu dikuasai seseorang yang menekuni retorika, yaitu pengetahuan penggunaan bahasa dengan baik dan pengetahuan mengenai objek tertentu yang disampaikan dengan bahasa tersebut.

Dengan mempertimbangkan beberapa aspek tersebut, faktor penunjang retorika, sebagai berikut:

a. **Faktor pada Komunikator**

Pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki (humoris, semangat, alat peraga), sikap (fisik, ekspresi muka, pakaian, pelafalan), pengetahuan umum, sistem sosial dan kebudayaan.

Setiap komunikator berusaha mempengaruhi pihak lain (Moh. Ali Aziz, 2019 : 18), yaitu pemilihan bahasa tutur (kekayaan bahasa dan kemampuan menyusun dalam kalimat merupakan syarat mutlak bagi komunikator), pemakaian ulasan dan argumentasi (bukti yang dapat menopang isi pesan) dan penampilan tutur dengan gaya (sesuai dengan pribadi, tujuan, topik, kondisi komunikasi dan situasi kondisi yang ada).

b. Faktor pada Pesan dan Medium

Elemen, struktur dan isi pesan serta proses penyampaian. Unsur pesan dalam berkomunikasi, dapat melalui pesan *linguistik* (kebahasaan) dan *non verbal* (gerakan isyarat, bahasa tubuh, intonasi, dsb).

Komunikator harus merumuskan jenis pesan, cara penyusunan dan gaya bahasa yang tepat yang sesuai dengan latar belakang dan situasi kondisi komunikan. Keberhasilan suatu acara ditentukan oleh matangnya persiapan suatu pesan.

c. Faktor pada Jumlah Kuantitas Pendengar (Komunikan).

Dengan bertambahnya jumlah komunikan, maka akan semakin menggunakan volume yang lebih keras, tekanan suara tinggi, tempo yang lambat, bahasa yang dapat dipahami secara umum, logika yang sederhana, jiwa semangat yang tinggi.

Komunikan menjadi sasaran pokok pembicara, maka komunikator perlu mengetahui komunikan terikat oleh organisasi tertentu atau bebas, komunikan memiliki tingkat perhatian yang sama atau berbeda, komunikan memiliki informasi topik yang cukup atau belum, komunikan pernah mendengar uraian dengan topik yang sama atau belum, komunikan dapat menerima keseluruhan isi pesan atau sebagian bahkan menolak. Maka dari itu, komunikator harus melakukan survey terlebih dahulu.

12. Retorika Sebagai Ilmu

Pada umumnya menurut sejarah perkembangan, retorika hanya dikenal sebagai kecakapan berpidato. Retorika hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa lisan. Tokoh pertama yang menyatakan retorika sebagai ilmu adalah Aristoteles, dengan menyatakan bahwa retorika adalah

subjek dengan sistematiknya sendiri (Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina, 2020 : 39) yang memiliki ontologi, epistemologi dan aksiologi untuk membedakan disiplin (bidang ilmu) yang satu dengan yang lain.

a. Ontologi Retorika

Ontologi berarti objek, pokok persoalan, atau masalah yang dikaji. Aristoteles menekankan bahwa retorika adalah suatu pokok persoalan atau objek yang dapat digambarkan secara sistematis. Secara umum, manusia dan kegiatan berbicara merupakan objek, pokok persoalan atau masalah yang dikaji dalam retorika. Namun, persoalan ini sangat luas, dapat dibatasi dengan berikut ini:

1) Pandangan Retorika terhadap Manusia sebagai Persona Bicara

Manusia memiliki instink berbicara (daya jiwa untuk menguasai bahasa untuk berbicara yang dapat dibina menjadi kecakapan berbicara), manusia adalah makhluk pemakai simbol (menggunakan alat untuk mengungkapkan diri atau untuk merespon), manusia memiliki instink etis (tidak boleh mengabaikan kebenaran), manusia memiliki kemampuan kejiwaan (mampu untuk menganalisis persoalan dan menyampaikannya dengan bahasa yang dipandang tepat).

2) Pandangan Retorika terhadap Kegiatan Berbicara

Kegiatan yang merupakan wujud verbal dari tingkah laku manusia. Adanya dorongan dari dalam diri manusia untuk mewujudkan posisi yang didambakan, rasa ingin dihargai, diakui, dihormati (eksistensi diri), sehingga retorika memberikan tuntunan atau bimbingan dengan berusaha menyadarkan komunikator akan motif berbicara, membaca medan bicara, sarana bicara.

3) Pandangan Retorika terhadap Bahasa

Bagi retorika, bahasa merupakan simbol komunikasi, bahasa memiliki daya simbolik yang besar sehingga komunikator dapat melakukan abstraksi. Hal ini membuka penafsiran lebih dari satu, ambiguitas. Maka retorika memberikan bimbingan tentang memanfaatkan bahasa dengan memilih ragam bahasa, materi bahasa, gaya bahasa.

4) Pandangan Retorika terhadap Topik Pembicaraan

Topik pembicaraan adalah segala sesuatu yang diangkat oleh komunikator sebagai pokok pembicaraan. Namun mencari topik tidaklah mudah, sehingga retorika dapat membimbingnya. Pemilihan topik hendaknya disesuaikan dengan kondisi dan situasi peristiwa tempat. Menurut Aristoteles, dalam mendekati topik pembicaraan hendaknya menggunakan dua sudut pendekatan, pendekatan dari dalam topik (ulasan yang artistik dari hasil analisis perorangan) dan dari luar topik (ulasan nonartistik dari bukti fakta).

5) Pandangan Retorika terhadap Pembicaraan

Retorika mengingatkan supaya manusia tidak mengidentikan pembicaraan dengan gagasan. Jika disamakan, akan menutup hadirnya pembicaraan yang lain dengan gagasan yang sama dan menimbulkan penilaian tidak objektif.

Sebuah pembicaraan yang baik jika satu pihak mampu secara tepat mewadahi gagasan komunikator dan pihak lain dapat mengungkapkan gagasan kembali pada lawan bicara. Sehingga komunikator harus mempersiapkan, menata dan menampilkan pembicaraan seefektif mungkin.

b. Epistemologi Retorika

Setiap ilmu memiliki cara kerja atau metode dalam mengkaji objek. Ditinjau dari segi metode sebagai penanda, retorika mengembangkan metodenya dengan menemukan dan menyajikan kebenaran. Menurut Aristoteles, retorika memberikan metode yang dapat memudahkan dalam menemukan kebenaran di tengah masyarakat guna membina kehidupan yang lebih baik dan mengajarkan bagaimana bertindak secara bijaksana.

Retorika telah diakui sebagai seperangkat metode yang mempertajam kejelasan suatu gagasan. Tanpa metode tersebut, suatu gagasan akan menjadi lemah dan kehilangan daya. Bahkan dalam sejarah perkembangan, retorika mengenal aliran dan metode pengembangannya. Misalnya dalam aliran tradisonal, yang mengembangkan metode taksonomi dalam penggarapan pokok masalah. Aliran ini menyarankan pendekatan dari dua sudut dalam topik pembicaraan, dari dalam dan luar. Aliran ini mempertahankan tiga urutan penataan pembicaraan, yakni pendahuluan, inti dan penutup. Bahkan Cicero memperluasnya menjadi lima bagian, yakni penemuan, disposisi, elokusi, memori dan kesimpulan. Serta aliran ini mengembangkan metode pemilihan materi bahasa dan penyusunannya di atas prinsip-prinsip persuasi. Tanpa adanya suatu metode, akan muncul bualan, omong kosong atau demonstrasi pembicaraan.

c. Aksiologi Retorika

Manfaat sebuah ilmu erat hubungannya dengan tujuan dan fungsi dari ilmu itu dibangun dan ditegakkan. Pandangan bahwa persuasi sebagai tujuan retorika mengalami masa suram. Richard, ahli retorika mengatakan bahwa persuasi hanya cocok untuk masa lalu, sedangkan di masa saat ini manusia telah berpikir kritis dan sulit untuk dipersuasi. Pada dasarnya, retorika berfungsi untuk mempersiapkan

sarana yang baik. Jadi tujuan dan fungsi ini telah menopang kehadiran retorika sebagai ilmu tersendiri.

d. Retorika dan Disiplin Ilmu Lain

Kemampuan berbicara merupakan kemampuan yang diperlukan dalam pemerintahan, politik, hukum, perundang-undangan pengadilan dan sebagainya. Dalam hal ini menunjukkan bahwa retorika berkaitan dengan berbagai bidang ilmu seperti sosiologi, politik, psikologi, kebudayaan. Selain itu, terdapat bidang yang sangat dekat hubungan dan kaitannya dengan retorika, yakni logika, bahasa dan sastra.

1) Retorika dengan Logika

Sekitar abad ke-4 SM, Aristoteles telah menyatakan bahwa retorika dan dialektika (logika) adalah dua bidang ilmu yang saling memerlukan. Digunakan untuk memecahkan berbagai masalah kehidupan dan ilmu pengetahuan. Retorika memberikan anjuran untuk memiliki dasar-dasar kebenaran sehingga ulasan yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan. Retorika telah banyak menyarankan supaya komunikator menggunakan nalar, kejujuran dan kejernihan pikiran. Sehingga hal ini memperlihatkan bahwa retorika dan logika memfokuskan pada hal yang sama.

Meskipun demikian, sesungguhnya perbedaan yang mendasar bahwa logika mengajarkan prinsip dan metode yang membuat manusia membedakan alasan yang benar dan salah dengan pemikiran kritis reflektif dalam mengkaji segala sesuatu. Oleh karena itu, logika merupakan cabang ilmu dari filsafat. Logika juga mengajarkan pemakaian alasan yang logis dalam proses berpikir, berpijak pada pola berpikir. Sementara retorika berpijak pada pola berbicara. Namun berbicara yang dapat masuk akal. Sehingga antara logika dan retorika tampak tumpang tindih. Namun, dua bidang ilmu tersebut berbeda.

2) Retorika dengan Bahasa

Adanya anggapan bahwa retorika adalah bagian dari bahasa adalah hal yang keliru. Kecenderungan manusia untuk mengarang sering menonjolkan unsur bahasa daripada unsur retorika, membuat retorika kehilangan fungsi dan posisi secara wajar. Meskipun hal ini berbeda, keduanya saling berhubungan dan memerlukan. Sehubungan dengan ini, maka bahasa sebagai retorika dan retorika sebagai bahasa.

3) Retorika dan Sastra

Zaman pertengahan dan *renaissance*, retorika telah dikenal sebagai studi sastra. Pandangan umum bahwa hanya karya sastra yang memakai bahasa yang baik. Pembicara disarankan memakai bahasa yang digunakan para sastrawan. Maka anggapan ini tidak jelas lagi pemisah antara studi sastra sebagai ilmu dan studi retorika yang menggarap masalah kemampuan berbicara.

Ahli sastra menyadari bahwa studi sastra memiliki ruang lingkup yang jauh lebih luas daripada permasalahan bahasa. Retorika dianggap bagian kecil dari studi sastra, yang lebih dikenal dengan kritik sastra.

Pada abad ke-18, pengertian retorika yang disamakan dengan studi sastra (kritik sastra) terus dibina. Anggapan ini adalah menyimpang. Studi retorika memiliki kaidah tersendiri yang tidak dapat disamakan dengan studi sastra.

13. Pemahaman Retorika yang Keliru

Dalam sejarah perkembangan, adanya pemahaman yang keliru mengenai retorika. Retorika disamakan dengan gaya bahasa (hanya aspek teknis), karang-mengarang (harus menemukan hal kebenaran) dan kecakapan bersilat lidah (bimbingan yang efektif untuk menguraikan

kebenaran). Dengan prinsip retorika, diharapkan manusia dapat menghemat tenaga, waktu dalam pembicaraan.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab *da'wah* yang merupakan bentuk *mashdar* dari kata kerja (fi'il) *da'a, yad'u, da'watan* yang artinya seruan, ajakan, panggilan (Saerozi, 2013 : 9). Secara terminologis, dakwah merupakan suatu proses mengajak, menyeru dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya yang diupayakan dengan cara bijaksana.

Berikut ini beberapa pengertian dakwah menurut para ahli (Kassab, 2010 : 1-2), diantaranya:

Menurut Muhammad Al-Khidir Husein, dakwah adalah mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk, menyuruh kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka beruntung mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Menurut Syaikh al-Qaradhawi, dakwah adalah mengajak kepada Islam, mengikuti petunjuk-Nya, mengokohkan manhaj-Nya di muka bumi, beribadah kepada-Nya. Memohon pertolongan dan taat hanya kepada-Nya, melepaskan diri dari semua ketaaran selain-Nya, membenarkan apa yang dibenarkan-Nya, menyalahkan apa yang disalahkan-Nya, menyuruh kepada yang *ma'ruf*, mencegah yang *munkar* dan berjihad di jalan Allah.

2. Tujuan Dakwah

Tujuan menjadi dasar bagi penentuan sasaran dan strategi serta langkah operasional dakwah. Tujuan dilandaskan pada tindakan dalam rangka usaha kerja dakwah (Saerozi, 2013 : 26). Pada hakikatnya, kegiatan berdakwah bertujuan untuk perubahan yang positif dalam diri manusia sesuai dengan ajaran Al-Quran dan As-Sunah. Dakwah merupakan kegiatan peningkatan iman menurut syariat Islam.

Aktivitas dakwah dilakukan dengan senantiasa mengharapkan rida Allah SWT. Menurut Bambang S. Ma'arif (2010 : 29), secara sistematis dakwah memiliki tujuan, yaitu :

a. *Tazkiyatu 'I-Nafs*

Membersihkan jiwa masyarakat dari noda syirik dan pengaruh kepercayaan yang menyimpang dari akidah Islam.

b. **Mengembangkan Kemampuan Baca Tulis**

Masyarakat akan melek huruf, kemampuan nalar yang berkembang menuju terciptanya masyarakat madani.

c. **Membimbing Pengamalan Ibadah**

Ibadah menjadi landasan bagi perkembangan kehidupan masyarakat. Ibadah yang baik apabila disertai dengan ilmu, pemahaman dan penghayatan.

Segala permasalahan di kehidupan manusia, pada dasarnya berangkat dari kurangnya pemahaman agama (Abdul Wahid, 2019 : 20). Gerakan dakwah inilah akan memperkenalkan substansi ajaran Islam secara kontinu dan dinamis, sesuai dengan fitrah manusia yang senantiasa berpikir dan berpijak sesuai dengan ketentuan syariat Allah SWT demi menggapai keselamatan di dunia dan akhirat.

3. Unsur - Unsur Dakwah

Seperti halnya dengan retorika, Moh. Ali Aziz (2004:75) menjelaskan bahwa dakwah memiliki unsur – unsur yaitu komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah.

a. Da'i

Pelaku dakwah yang sering disebut *mubaligh* (pengertian secara sempit, menyampaikan ajaran). Seseorang yang lebih mengetahui kandungan dakwah dari sisi akidah, syari'ah, maupun akhlak. Serta mengetahui fenomena kehidupan, alam semesta sehingga dapat memberikan solusi dari berbagai masalah. Memiliki sikap supra natural, yang menjadikan keahlian khusus berhubungan kepada Allah SWT. Seorang pelaku dakwah haruslah memiliki sifat yang jujur dan bersabar. Pendakwah adalah pelaku aktif yang lebih mengetahui dan menguasai dalam beberapa hal yang disampaikan (Moh. Ali Aziz. 2016 : 10).

b. Mad'u

Sasaran atau penerima dakwah baik secara individu maupun kelompok, baik Islam maupun non Islam. Secara umum terbagi menjadi 3, yaitu : mukmin, kafir dan munafik. Penggolongan mad'u juga terdapat pada profesi, sosial, lembaga, usia, tingkat ekonomi, jenis kelamin dan yang memiliki kebutuhan khusus (tunasusila, tuna wisma, narapidana,dll). Terdapat penggolongan respon yaitu aktif, pasif dan antipati (tidak rela).

Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu golongan cerdik, awam dan diantara kedua golongan tersebut (M. Munir, 2003 : 23-24) :

- 1) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis dan cepat dapat menangkap persoalan.

2) Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.

3) Ada golongan yang tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan tersebut. Mereka ini dipanggil dengan mujadalah yakni dengan bertukar pikiran, guna mendorong supaya berpikir secara sehat, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

c. Maddah

Materi dakwah yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u berupa ajaran-ajaran berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist.

Endang Saifuddin Anshari membagi pokok-pokok ajaran Islam sebagai berikut:

1) Akidah

Iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada Kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasul Allah dan iman kepada qadla dan qadar

2) Syariah

Ibadah dalam arti khas (thaharah, shalat, as-sahum, zakat, haji) dan muamalah dalam arti luas (al-qanun al khas/hukum perdata dan al-qanun al-am/hukum publik).

3) Akhlak

Akhlak kepada al-khaliq dan makhluk (manusia dan non manusia).

Secara umum materi dakwah yang diisyaratkan : Kepada syariat Allah, berinfak fisabilillah, berjihad, masuk agama Islam, menerapkan hukum dari al-Kitab, melaksanakan shalat, ajaran da'i, mengingat untuk menyeru kepada agama Allah.

d. Wasilah

Media dakwah, alat yang digunakan untuk menyampaikan dakwah. Media berasal dari bahasa Latin *medius* secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata.

Para ahli komunikasi bersepakat bahwa media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang dapat meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi. Terdapat 5 macam media, yaitu:

1) Lisan

Media sederhana menggunakan lidah dan suara dan bertatap muka secara langsung, berbentuk pidato, ceramah, bimbingan, dsb.

2) Tulisan

Media yang ditulis atau ketikan oleh da'i dan dibaca oleh mad'u, berbentuk majalah, surat kabar, spanduk, dsb.

3) Lukisan

Media berbentuk gambar, karikatur, dsb.

4) Audio dan visual

Media yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan atau kedua-nya, berbentuk televisi, film, internet, radio, dsb.

5) Akhlak

Media dengan cara perbuatan nyata secara langsung yang mencerminkan ajaran Islam.

e. Thariqah

Metode dakwah, cara yang sistematis dan teratur dalam pelaksanaannya. Dalam Q.S. An-Nahl 125 memiliki 3 cara (M. Munir, 2006 : 34) yaitu :

1) *Bi al-Hikmah,*

Berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga didalam menjalankan ajaranajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

2) *Mau'izatul Hasanah,*

Berdakwah dengan memberikan nasihat- nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka. Metode ini memberikan nasihat dengan cara yang lembut dan menggugah hati sehingga dapat menerima nasihat dengan baik.

3) *Mujadalah Billati Hiya Ahsan,*

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.

Berdasarkan potensi manusia juga terdapat 3 cara, yaitu : dengan *bil yaad* (perbuatan yang tampak), *bil lisan* (komunikasi) dan *bil qolbi* (keyakinan).

Metode ceramah atau muhadlarah atau pidato ini telah digunakan oleh semua Rasul Allah (Moh. Ali Aziz, 2004 : 359) dalam menyampaikan ajaran Allah. Sampai sekarangpun masih merupakan metode yang paling sering digunakan oleh para pendakwah sekalipun alat komunikasi modern telah tersedia.

f. Atsr

Reaksi atau efek dari mad'u untuk mempengaruhi 3 aspek perubahan, yaitu : pengetahuan, sikap dan perilaku. Sehingga tujuan dakwah dicapai dengan maksimal.

4. Sasaran Dakwah

Sasaran dakwah merupakan objek tujuan dakwah . Umat manusia yang menjadi risalah Nabi Muhammad SAW. Berdasarkan sudut pandang iman terhadap Al-Qur'an (M.Ridho Syabibi, 2008 : 83) terdiri dari dua kelompok yaitu kalangan umat Islam (Ummah) dan kalangan non-muslim. Sehingga dakwah meliputi tingkatan keimanan yang rendah sampai yang tertinggi.

Adanya ideologi yang meyakini bahwa pengatur di alam dunia merupakan cermin pengatur di alam langit. Sehingga menunjukkan bahwa batasan mad'u mencakup seluruh alam, bukan hanya manusia saja.

Seseorang dapat berada pada posisi da'i atau mad'u tergantung kualitasnya. Sebagaimana memosisikan imam sholat sebagai posisi eksklusif (da'i). Dalam hakikatnya ajaran syari'ah harus selalu mengalami perkembangan sesuai perkembangan zaman. Apabila seseorang telah mencapai derajat keutamaannya dengan kebaikan jiwanya. Sehingga sasaran dakwah diharapkan dapat dibimbing agar dapat mencapai kesempurnaannya.

Mengenal sasaran dakwah berarti melakukan analisis terhadap kondisi mad'u (analisis sosial). Sehingga mengetahui realitas objektivitas mad'u, baik faktor geografis, antropologis, psikologis dan agama. Berupaya mencari jalan strategi yang humanis untuk mengajak dan membina mad'u agar mampu mengikuti ajaran dan memiliki loyalitas serta semangat dalam melakukan perjuangan dakwah bersama.

5. Efek Dakwah dan Tahapan Perubahan Perilaku

Tipologi manusia memiliki keyakinan dan perilaku yang tidak berubah (Moh. Ali Aziz, 2004 : 381). Adapula tipologi manusia yang lain, dengan berubahnya pengetahuan (kognitif), tentang pokok keimanan, namun tidak sampai meyakini dalam hati (kognitif), apalagi sampai berubahnya tingkah laku (psikomotorik).

Usaha da'i untuk mempengaruhi pendapat, pandangan, sikap maupun tingkah laku dapat ditempuh dengan cara "koersif", yaitu dengan cara paksaan, bila diperlukan dapat disertai dengan teror yang dapat menekan batin dan menimbulkan ketakutan. Adapula dengan cara "persuasif", yaitu dengan cara mempengaruhi jiwa seseorang, sehingga sadar dan menerima serta melakukan suatu tindakan.

Dakwah dengan cara "persuasif" memerlukan persiapan yang sungguh-sungguh, karena didasarkan pada segi psikologis manusia. Sehingga cara ini dilakukan oleh komunikator yang benar-benar memiliki pengetahuan dan keahlian. Jika cara ini dilakukan dengan metode ceramah, maka komunikator (da'i) dapat menggunakan alat psikologis, agar menghasilkan kesan yang mendalam, yaitu:

a. *Docere*

Meyakinkan komunikan (mad'u) dengan menerangkan, menjelaskan dan membuktikan kebenaran isi pesan dakwah.

b. *Permovere*

Menggerakkan perasaan komunikan (mad'u) dengan kekuatan perasaan da'i, penuh semangat, kata yang tegas dan kuat guna menggambarkan pesan berdasarkan imajinasi mad'u.

c. *Conciliare*

Menarik perhatian mad'u terhadap isi ceramah dengan menunjukkan pentingnya masalah, mad'u memiliki kepentingan langsung, sopan santun, cara bicara, menghias pokok pembicaraan dengan tidak menyinggung perasaan.

d. *Frappier Toujour*

Memberikan pesan yang mengulang dan tegas pengertian. Sehingga, meresaplah pemahaman atau pengertian ke dalam mad'u.

Setelah manusia menerima pesan dari komunikator (da'i), manusia mengalami tiga tahap perubahan perilaku, yaitu:

a. Akal

Pikiran manusia adalah pijakan pertama untuk bertindak. Se jauh mana keyakinan akal terhadap sesuatu, berarti sejauh itu pula pengaruh pada perasaan. Kawasan akal bawah sadar akan berpijak inti untuk segala perbuatan spontanitas yang terlaksana tanpa adanya proses berpikir.

b. Hati

Meskipun pemikiran berfungsi sebagai pijakan inti perbuatan. Manusia selalu memperoleh dari hati dengan reaksi positif (senang) maupun negatif (sedih) atas perbuatan yang dilakukan.

c. Hawa Nafsu

Allah menciptakan hawa nafsu dalam diri manusia, agar memiliki kecenderungan pada kesenangan. Jika seseorang dapat memerangi hal ini dan bertekad untuk melakukan kebajikan, maka dapat melakukan perubahan dirinya ke arah kebenaran.

Dakwah selalu diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan (efek). Yaitu dari aspek pengetahuan, sikap dan perilaku mad'u.

a. Efek Kognitif

Perubahan pada transmisi pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan atau informasi. Hal ini dapat terjadi, karena mad'u mengubah cara berpikirnya mengenai ajaran agama sesuai dengan pemahaman yang sebenarnya setelah melewati proses berpikir.

b. Efek Efektif

Perubahan pada perasaan, meliputi emosi, sikap dan nilai. Hal ini dapat terjadi, karena mad'u membuat keputusan untuk menerima atau menolak atas pesan yang disampaikan.

c. Efek Behavioral

Perubahan pada perilaku nyata, meliputi pola, tindakan, kegiatan atau kebiasaan. Hal ini dapat terjadi, karena pemahaman melalui tanggapan dan pengamatan dari perasaan positif akan cenderung berbuat baik dan apabila perasaan negatif akan cenderung berbuat negatif. Perbuatan dan perilaku adalah perwujudan dari pikiran dan perasaan.

6. Hambatan Berdakwah

Sebagaimana bentuk komunikasi yang lain, berdakwah memiliki hambatan yang dapat memperkecil hasil atau menggagalkan ajakan dakwah (Moh. Ali Aziz, 2019 : 31), Hambatan dapat bersifat objektif, yaitu gangguan yang tidak disengaja disebabkan oleh pihak lain dengan keadaan tidak menguntungkan (cuaca, waktu tidak tepat, penggunaan media dan sebagainya) maupun bersifat subjektif (oleh komunikan). Hambatan dakwah yaitu:

a. Faktor Suara

Dakwah akan terganggu akibat suara ramai atau suara keras yang lain. Gangguan suara ini dapat berupa kesengajaan (sabotase, sentimen) atau tidak disengaja (jeritan kecelakaan, pesawat melintas, dsb). Termasuk gangguan pada teknis pengaturan pengeras suara.

b. Faktor Semantik

Bisa jadi karena perbedaan bahasa atau istilah antara da'i dengan mad'u yang belum dipahami, sehingga menimbulkan kesalahpahaman.

c. Faktor Prasangka

Diantara da'i dan mad'u haruslah saling percaya. Jika mad'u telah berprasangka karena ras, golongan, aliran, agama, afiliasi politik dan sebagainya. Maka hal ini tidak dapat memberikan penilaian yang objektif, rasional dan logis, namun hanya emosi dan sentimen yang negatif. Faktor ini berakibat tidak diterimanya pesan dakwah secara penuh dan wajar.

d. Faktor Motivasi dan Kepentingan

Kepentingan manusia akan mendorong untuk berbuat dan bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Dakwah jika tidak disesuaikan dengan motivasi dan kepentingan tidak akan memperoleh perhatian.

C. Program Siaran Televisi

1. Pengertian Program Siaran

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programe* yang berarti acara atau rencana. Mengacu pada Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menyebutkan kata “program” dengan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disampaikan dalam berbagai bentuk.

Program siaran dapat didefinisikan satu bagian atau segmen dari isi siaran media secara keseluruhan (Hidajanto dan Andi, 2011 : 149). Masing-masing program siaran menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung pada jenis programnya (hiburan, berita, informasi, iptek, dsb). Pada stasiun tertentu jadwal program telah dirancang satu bulanan atau semesteran. Namun, ada juga yang menerapkan secara dinamis, disesuaikan dengan situasi, seperti terjadinya

keadaan darurat (*stop press, breaking news*). Sehingga beberapa program yang terjadwal sebelumnya dapat bergeser waktu tayang.

2. Jenis dan Karakteristik Program Siaran

Dalam era persaingan program yang kian marak, suatu program siaran berlomba untuk menjadikan program sebagai program yang diminati masyarakat (Rusman Latief dan Yusiati Utud, 2015 : 5). Secara umum program siaran dibedakan menjadi dua jenis program, yaitu program hiburan (*entertainment*) dan informasi (berita).

Program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan, unsur jurnalistik hanya sebagai pendukung. Karakteristik program hiburan, yaitu: bersifat imajinatif, fiksional, artistik, dramatif, improvisasi yang tidak terbatas, abstrak, berlandaskan pada norma, waktu yang tidak terbatas, mengutamakan kesenangan. Beberapa stasiun televisi, program hiburan ini memisahkan antara drama (unsur cerita khayalan) dan non drama (kondisi realitas yang dikemas secara kreatif).

Program informasi yaitu program yang sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, pendekatan produksi menekankan pada kaidah jurnalistik. Karakteristik program informasi, yaitu: bersifat faktual, non-fiksional, informatif, efektif, improvisasi yang terbatas, nyata, berlandaskan pada etika, waktu yang terbatas, mengutamakan kepercayaan.

3. Tujuan Program Siaran

Tujuan penayangan program stasiun publik dan stasiun swasta akan berbeda. Stasiun publik tidak berorientasi pada mencari keuntungan, namun juga bertujuan memberikan ruang kepada masyarakat untuk berekspresi dan berkreasi. Sedangkan stasiun swasta selain menyediakan wadah juga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Secara umum, terdapat lima tujuan penayangan program stasiun swasta:

a. Mendapatkan Banyak Penonton

Semakin besar penonton akan semakin besar mendapatkan peluang mendapatkan *rating*. Maka akan semakin tinggi pula pendapatan dan keuntungan.

b. Target Penonton Tertentu

Setiap program siaran memiliki target penonton yang berbeda. Dalam hal ini akan mempermudah pengiklan/ sponsor untuk meraih segmen pemirsa.

c. Prestise

Tidak selalu mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi juga meningkatkan unsur kewibawaan suatu stasiun. Membuat program siaran digunakan untuk menolong sesama (penggalangan dana untuk masyarakat).

d. Penghargaan

Program yang telah mencapai tingkat “excellence” akan mendapatkan anugerah penghargaan. Persiapan dari awal yang tidak terpisahkan dari tujuan menaikkan “status” penyiaran.

e. Kepentingan Publik

Dalam UU Nomor 32 Tahun 2002 (Web Komisi Penyiaran Indonesia, 2020) tentang penyiaran disebutkan, penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integritas nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia. Maka dari itu beberapa program stasiun menyajikan program sosial, yang memberikan pelayanan tontonan yang terbaik kepada penonton.

4. Strategi Format Program Siaran

Siasat perencanaan dasar program guna menarik perhatian masyarakat. Rusman dan Yusiatie (2015 : 65) menyebutkan bahwa strategi format terdapat empat unsur memproduksi dan menayangkan program, yaitu:

a. Membangun *Image*

Stasiun harus menayangkan tagline atau motto nya.

b. Merebut Penonton

Melakukan promo *on air* atau membuat jenis program yang sama dengan stasiun lain di hari dan jam sama (*head to head*).

c. Menjual Program

Dibebankan kepada sutradara untuk memproduksi program.

d. Merayu Penonton

Stasiun melakukan kegiatan *public relation* atau mengadakan *testimony* dan *goody bag*.

5. Pengertian dan Sejarah Televisi

Televisi berasal dari kata “tele” yang berarti tampak dan “vision” yang berarti jauh. Maka televisi yaitu suatu alat untuk “melihat dari jarak jauh”. Menurut Effendy (2000: 21) yang dimaksud dengan televisi yaitu media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunitator yang melembaga, pesan bersifat umum, sasaran menimbulkan keserampakan dan komunikasi bersifat heterogen. Tayangan televisi bersifat hiburan, informasi dan pendidikan.

Suatu media pasti memiliki kelebihan dan kekurangan. Begitu pula dengan media televisi yang semakin diminati oleh masyarakat (Adi Badjuri, 2010: 40), kelebihan televisi yaitu terletak pada kekuatan menguasai jarak dan ruang, mampu menyentuh mad'u yang heterogen dan dalasxzm jumlah yang besar, mampu menampung berbagai varian metode dakwah, bersifat audio visual, terkait erat dengan media lain. Adapun

kekurangan televisi yaitu relatif biaya yang mahal, pembuatan iklan yang cukup lama, adanya tuduhan kepada da'i atas penjualan ayat-ayat Qur'an dan keikhlasan yang terkadang masih diragukan.

Pada prinsipnya, televisi ditemukan oleh Paul Nipkow asal Jerman pada tahun 1884 (Morissan, 2008 : 6). Namun pada tahun 1928 Vladimir Zworykin asal Amerika Serikat baru menemukan tabung kamera (*inoconoscope*) yang bisa menangkap dan mengirim gambar ke kotak (televisi). Pesawat televisi pertama kali berhasil diciptakan oleh Zworykin dengan bantuan Philo Farnsworth yang dipertunjukkan kepada publik pada pertemuan World's Fair tahun 1939.

Televisi sempat diberhentikan perkembangannya saat Perang Dunia ke-2. Setelah perang usai, kemajuan teknologi televisi berkembang pesat. Kamera televisi tidak lagi membutuhkan terlalu banyak cahaya, layar televisi menjadi lebih besar, terdapat lebih banyak program yang ditayangkan.

Program televisi pada awalnya ditayangkan dalam siaran langsung (live), seperti pertunjukan Opera di New York menjadi program unggulan. Dikarenakan kaset penyimpan suara dan gambar (*videotape*) baru ditemukan pada tahun 1956 oleh Ampex Corporation.

Pesawat televisi berwarna mulai diperkenalkan kepada publik pada tahun 1950-an. Siaran ini pertama kali oleh stasiun televisi NBC pada tahun 1960 selama tiga jam setiap hari.

Siaran televisi di Indonesia mulai ditayangkan oleh TVRI secara langsung pada saat upacara hari ulang tahun kemerdekaan RI ke-17 pada tahun 1962 dan masih dalam tahap percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 pukul 14.30 WIB saat upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno.

Sebagai media pemerintah, tahun 1974 TVRI diubah menjadi salah satu bagian dari organisasi dan tata kerja Departemen Penerangan (Direktorat) yang bertanggung jawab langsung pada Direktur Jendral Radio, Televisi dan Film. Tahun 1975, dikeluarkannya Surat Keputusan

Menteri Penerangan No.35 Bahan Siaran/KEP/Menpan/1975 yang berisi tentang TVRI memiliki status ganda yaitu sebagai Yayasan Televisi RI dan Direktorat Televisi. yang memiliki manajemen birokrasi.

Pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantra untuk membuka stasiun RCTI. Saat gerakan reformasi (1998), kebutuhan informasi masyarakat Indonesia semakin menambah sehingga mengalami perkembangan industri media massa. Menjelang tahun 2000, hampir secara serentak lima televisi swasta (Metro, Trans, TV 7, Lativi dan Global) serta beberapa televisi daerah, bahkan munculnya televisi berlangganan dari dalam atau luar negeri.

Setelah Undang-Undang tentang penyiaran pada tahun 2002 disahkan, jumlah televisi baru diperkirakan akan semakin bertambah, khususnya televisi daerah. Televisi terbagi dalam empat kategori yaitu: televisi publik, swasta, berlangganan dan komunitas.

Televisi menjadi salah satu media bagi para pemasang iklan di Indonesia. Sehingga, televisi merupakan industri yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Bahkan media lainpun seperti majalah, koran dan radio memiliki banyak kesempatan untuk beriklan di televisi.

6. Karakteristik Televisi

Televisi merupakan stimulasi alat indra, yang tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan tertentu (Rema Karyanti S., 2005: 137-139). Tidak ada satu media yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi sehingga saling bergantung. Kelebihan dan kekurangan media tidak menjadi persoalan, karena dalam persoalannya televisi didukung oleh media lain yaitu cetak dan radio. Pada prinsipnya suatu media memberikan suatu informasi kepada masyarakat dengan sebutan "*well informed*".

Berikut karakteristik yang dimiliki televisi, menurut Rema Karyanti (2005: 138) terdapat tiga karakteristik:

a. *Audio visual*

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar (audio) dan dilihat (visual). Gambar dan ucapan kata saling berkesesuaian secara harmonis.

b. *Berpikir dalam Gambar*

Adanya tahapan yang dilakukan saat proses berpikir dalam gambar, yaitu visualisasi dan penggambaran. Visualisasi dengan menerjemahkan suatu kata yang mengandung sebuah gagasan yang menjadi gambar secara individual. Penggambaran adalah suatu tindakan merangkai gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitas mengandung makna tertentu.

c. *Pengoperasian Lebih Kompleks*

Peralatan yang digunakan lebih banyak dan rumit. Harus dioperasikan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Adapun menurut Sutisno (1993: 3), karakteristik televisi yaitu memiliki jangkauan lebih luas, dapat segera menyentuh rangsang penglihatan dan pendegaran, menghadirkan sebuah semua objek, dapat menyajikan pengalaman secara langsung kepada masyarakat, dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu, mampu menyajikan beberapa unsur (warna, gerakan, bunyi, proses) dengan baik, dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain (film, foto, gambar), dapat menyimpan berbagai informasi dengan cepat, mudah untuk ditonton, membangkitkan perasaan intim atau media personal.

Selain kelebihan yang dimiliki, televisi mengandung kekurangan. Televisi merupakan media yang seringkali bersifat satu arah yang tidak menerima timbal balik secara cepat, layar pesawat sempit sehingga tidak dapat memberikan peluasan penonton, bingkai cahaya (*flash*) dan kedip cahaya (*ficker*) dapat merusak mata, kualitas gambar lebih rendah dibandingkan layar lebar.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi ini, penyampaian dakwah tidak hanya dilakukan dengan bertatap muka secara langsung kepada

mad'u. Pemanfaatan media televisi menjadi peluang da'i yang efektif dan dapat dilakukan dengan berbagai cara ,baik dalam bentuk ceramah, sandiwara, film maupun sinetron.

Aktivitas dakwah di media televisi haruslah dibungkus dalam kemasan yang menarik, sesuai kemajuan dan perkembangan masyarakat. Dakwah harus tampil secara aktual (memecahkan masalah yang masih hangat di masyarakat), faktual (nyata) dan kontekstual (relevan). Sehingga dakwah menggunakan media televisi melahirkan umat yang unggul (*khairu ummah*).

Mengingat bahwa Indonesia yang heterogen, maka *kemasan* program dakwah di media televisi harus mengacu pada aspek kehidupan psikologis dan sosiologis mad'u. Dai bersama tim kreatif televisi memerlukan pendekatan dan metode khusus yang mengkomodir aspirasi dan problem mad'u.

Pada umumnya masyarakat modern bersifat hedonistik-materialistik (Safrodin Halimi, 2008 : 117), seringkali mencari hiburan sebagai penyeimbang terhadap padatnya aktivitas keseharian. Akhirnya, pola dakwah yang mengandung unsur *intertainment* mendapatkan perhatian masyarakat. Inilah sebabnya, di media televisi banyak dijumpai tayangan ceramah yang cukup menghibur. Tipikal seorang da'i mencoba mengemas model dakwahnya dengan hiburan, seperti alunan musik Islami atau lagu religius.

Di sudut lain, masyarakat desa lebih menyukai model dakwah berbentuk majlis ta'lim dan dzikir yang massif di tempat tertentu dengan da'i dari kalangan tasawuf. Model dakwah ini biasanya dilakukan dengan pembacaan Al-Qur'an, *muraqabah* bersama, pembacaan *nadzam maulid*, seperti dalam program dakwah Ustadz Arifin Ilham.

Fenomena dakwah-tainment menimbulkan pergeseran tata nilai dakwah. Karena pada awalnya dakwah dilakukan dalam majelis yang sangat serius dan nuansa "tandzir" (pemberi peringatan) yang lebih dominan, dalam hal ini dakwah-tainment dilakukan dalam nuansa humor

dan beraroma “*tabsyir*” (pemberi kabar gembira). Idealitas Al-Qur’an menegaskan perlunya komposisi yang seimbang antara aspek *tandzir* dan *tabsyir* dalam berdakwah.

Pengaruh media televisi untuk masyarakat dapat ditimbulkan secara langsung maupun tidak langsung. Abdul Wahid (2019 : 56) menjelaskan bahwa suatu pengaruh (efek) dalam pandangan sosiologi komunikasi ada dua, yaitu :

a. Efek Media yang Terencana

Efek ini dapat direncanakan dan terjadi dalam waktu cepat yaitu seperti propaganda, kampanye media, pemingkalian berita, *agenda-setting*. Efek ini juga dapat dilakukan dalam waktu yang lama, yaitu merencanakan terjadinya sebuah difusi dalam objek pembangunan masyarakat.

b. Efek Media yang Tidak Terencana

Efek ini juga berlangsung dalam dua tipologi, yaitu dalam waktu cepat dan lama. Efek ini terjadi dalam waktu cepat, apabila terjadi pemberitaan yang tiba-tiba mengagetkan masyarakat.

Menurut M,Alfandi dalam jurnal *Perkembangan Dakwah Islam melalui Media Televisi di Indonesia* (2010) menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan program dakwah melalui televisi. TVRI memiliki beberapa metode dan teknik dakwah yang dipergunakan, yaitu :

a. Metode Ceramah

Suatu cara penyajian materi dakwah oleh da’i kepada mad’u dengan menggunakan lisan. Metode ini adalah metode yang paling sering dipergunakan oleh para da’i termasuk juga oleh para utusan Allah dalam menyampaikan wahyu. Biasanya program televisi menggunakan metode ini termasuk dalam program talk show. Ada berbagai teknik berdakwah di era TVRI, yaitu teknik uraian (teknik penyampaian materi dakwah secara sendirian tanpa ilustrasi gambar

lain yang bergantian) dan teknik wawancara (teknik penyampaian materi dakwah yang dilakukan oleh dua orang, yang satu bertindak sebagai pewawancara dan yang satu sebagai narasumber).

b. Metode Sisipan / Selipan

Suatu cara penyajian materi dakwah dengan disisipkan/diselipkan pada acara televisi (umum) yang lain. Biasanya dimasukan dalam program seni pertunjukan, dapat melalui seni musik, seni tradisional (wayang ketoprak, lenong, dsb), seni drama maupun film.

Lain halnya dengan televisi swasta, ada beberapa perkembangan dari metode TVRI sejalan dengan perkembangan industri pertelevisian di Indonesia. Adapun beberapa metode dan teknik dakwah yang dipergunakan oleh televisi swasta :

a. Metode Ceramah

Pada dasarnya sama dengan yang pernah dilakukan era TVRI.

b. Metode Berita

Suatu sajian laporan berupa fakta dan kejadian yang berhubungan dengan dunia ke-Islaman yang memiliki nilai *unusual*, *faktual*, *esensial* dan disiarkan secara periodik.

c. Metode Infiltrasi

Metode ini lebih variatif dari metode era TVRI, dikarenakan memiliki ragam acara yang lebih banyak. Namun, program yang dibuat lebih banyak untuk hiburan bagi pemirsanya dan mempertimbangkan faktor komersialnya (nilai keuntungan). Selain menyiarkan seni budaya, beberapa televisi menyiarkan seni pameran ke-Islaman dan terdapat program sinetron.

Setiap media massa memiliki strategi komunikasi masing-masing sesuai dengan situasi interaksi yang berlangsung dengan khalayak (Asep Saeful Muhtadi, 2012 : 77). Pesan yang disampaikan melewati media televisi harus disusun dalam rumusan yang mudah diterima, bahasa dan logika yang sederhana sehingga mudah dicerna sesaat ketika pesan

tersebut diterima. Daya persuasi media televisi relatif rendah, maka pesan persuasifnya ditujukan dengan perasaan. Misalnya, sebuah siaran ceramah dilakukan saat setelah subuh, maka sebaiknya menggunakan bahasa dan retorika yang dapat menyentuh perasaan pendengar. Berbeda halnya dengan media cetak, pesan persuasifnya ditujukan pada rasio atau pikiran.

Komunikator media elektronik (televisi) dituntut lebih berhati-hati dalam menyampaikan pesan, karena selain sifat komunikasi yang berlangsung satu arah, namun juga karena secara mental khalayak hanya menerima pesan sepiantas.

Selain dituntut lebih berhati-hati dalam menyampaikan pesan, seorang da'i yang akan tampil di media televisi haruslah memperhatikan gaya siaran. Menurut Aep Kusnawan (2004: 75), gaya siaran yang digunakan yaitu da'i menyesuaikan diri dengan karakteristik kamera serta peralatan studio yang lain, semestinya tidak mempergunakan naskah dan dapat dibantu dengan *idiot board* atau pointers dalam kartu besar di hadapannya, menggunakan bahasa tubuh dan busana yang serasi, mampu menampilkan diri yang menyenangkan, suara yang menarik serta rait muka yang serasi.

Disamping da'i memiliki kemampuan yang baik, tidak kalah pentingnya dengan peran pemandu acara sehingga acara berjalan dengan lancar, yaitu dapat menyediakan waktu untuk mempersiapkan pokok bahasan, pendekatan dengan da'i secara psikologis, bertindak cepat dan bijaksana bila terjadi kendala, bekerja sama dengan da'i dan crew bertugas, pandai dan lincah dalam membuat kalimat pertanyaan yang membangun, memotivasi, hal yang belum dimengerti, disiplin keilmuan, eksplorasi da'i agar lebih keluar dan tajam dalam menjawab pertanyaan mad'u.

BAB III

GAMBARAN UMUM PROGRAM “NGAJI BARENG KYAI” TVRI JAWA TENGAH dan PROFIL KYAI FACHRUR ROZI (EPISODE IBADAH ITU NIKMAT)

A. Profil TVRI Jawa Tengah

1. Sejarah TVRI Jawa Tengah

Televisi Republik Indonesia (TVRI) Jawa Tengah merupakan stasiun televisi daerah yang didirikan oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI) untuk wilayah Provinsi Jawa Tengah. TVRI Jawa Tengah didirikan pada tanggal 29 Mei 1996 dengan nama TVRI Semarang. TVRI Jawa Tengah berkantor di Jl. Pucang Gading Batusari, Mranggen, Demak. TVRI ini dikelola melalui Yayasan Televisi RI yang disingkat Yayasan TVRI berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI No. 215 tahun 1963, Yayasan TVRI langsung dipegang dengan Ketua Umum Presiden.

Lembaga penyiaran publik TVRI Jawa Tengah semula statusnya adalah TVRI Stasiun Produksi Keliling (SPK) Semarang yang diresmikan pada tanggal 12 Juli 1982, berdasarkan surat keputusan Direktorat Jenderal Radio Televisi dan Film Departemen Penerangan Republik Indonesia Nomor: 07/KEP/DIRJEN/RTF/1982.

Perintisan berdirinya SPK sendiri telah dimulai sejak tahun 1970 sebagai TVRI perwakilan Jawa Tengah yang kegiatannya masih dibantu oleh TVRI Stasiun Yogyakarta dan TVRI Stasiun Pusat Jakarta.

Kegiatan operasional TVRI SPK Semarang didukung oleh 1 unit mobil OB VAN dan 18 orang personal. Kegiatan pertama dimulai bulan Agustus 1982 dengan meliput acara olahraga tenis lapangan Green Sand di Surakarta. Gedung kantor masih bergabung dengan TVRI Transmisi Gombel. Pada tahun 1984, gedung kantor pindah di Jalan Sultan Agung No. 180 Semarang dan sejak bulan April 1987, menempati kantor di Jalan Roro Jonggrang VII Manyaran.

Wacana untuk mendirikan stasiun penyiaran di Jawa Tengah telah muncul pada masa kepemimpinan Gubernur Soepardjo Roestam, tetapi baru terealisasi pada masa kepemimpinan Gubernur Soewardi.

Sebagai stasiun produksi penyiaran baru, TVRI Semarang menempati gedung kantor dan studio di Pucang Gading wilayah Desa Batusari, Kecamatan Mranggen, Kabupaten Demak. Uji coba penyiaran dilaksanakan selama bulan Maret 1995 dan siaran perdana dilaksanakan pada tanggal 1 April 1995.

TVRI Stasiun Semarang diresmikan sebagai stasiun produksi penyiaran oleh Presiden Soeharto pada tanggal 29 Mei 1996. Tanggal 29 Mei itulah yang diambil sebagai momentum hari lahirnya TVRI Stasiun Jawa Tengah. Dalam perjalanannya, tata organisasi TVRI Jawa Tengah yang semula bernaung di bawah Direktorat Televisi Departemen Penerangan Republik Indonesia, berubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) sesuai peraturan pemerintah nomor 36 tahun 2000 tanggal 7 Juni 2000.

Perubahan terjadi kembali ketika muncul Peraturan Pemerintah nomor 9 tahun 2002, dimana bentuk Perusahaan Jawatan berubah menjadi PT. TVRI (Persero) sejak tanggal 17 April 2002

Berdasarkan Undang-Undang No. 32 tahun 2002 dan Peraturan Pemerintah No. 13 tahun 2005 tadi, maka berubah lagi PT.TVRI Menjadi Lembaga Penyiaran Publik yang memiliki tugas yang bersifat independent, netral dan tidak komersial (UU.No. 32/2002, PP 13.2005).

Pelaksanaan undang-undang ditindaklanjuti dengan ditetapkannya Peraturan Pemerintah RI No: 11 Tahun 2005 tanggal 18 Maret 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran Lembaga Penyiaran Publik dan Peraturan Pemerintah Nomor: 13 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia.

Selama terbentuknya Lembaga Penyiaran Publik (LPP) TVRI Jawa Tengah yang terus mengalami perkembangan, TVRI Jawa Tengah telah di

pimpin oleh 1 orang kordinator perwakilan, 1 orang manager dan 13 orang kepala stasiun

- a) Tahun 1970 – 1982 : TVRI Perwakilan Jawa Tengah, koordinator perwakilan, Drs. Bmo. Prayoga
- b) Tahun 1982 – 1993 : TVRI SPK Semarang
- c) Tahun 1982 – 1987 : Kepala Stasiun, M. Soedjoed
- d) Tahun 1987 – 1989 : Kepala Stasiun, Drs. Pramudiono
- e) Tahun 1989 – 1992 : Kepala Stasiun, R. Sutadi
- f) Tahun 1992 – 1993 : Kepala Stasiun, Maulana
- g) Tahun 1993 – 1996 : Peralihan TVRI SPK Semarang ke TVRI Stasiun Produksi dan Penyiaran, Kepala Stasiun, Nurjirwan R. Utjin
- h) Tahun 1996 – 1999 : Kepala Stasiun Drs. Pudjatmmo
- i) Tahun 1999 – 2001 : Kepala Stasiun Yudo Herbeno, SH
- j) Tahun 2001 – 2003 : Perusahaan Jawatan TVRI, Manajer,
Drs. M. Effendi Anwar, MM
- k) Tahun 2003 – 2007 : Perseroan Terbatas TVRI
Kepala Stasiun, Drs. Tri Wiyono Somahardja, MM
- Tahun 2007 – Sekarang : Lembaga Penyiaran Publik TVRI
- l) Tahun 2007 – 2012 : Kepala Stasiun, Dr. H. Farhat Syukri, SE, M.Si
- m) Tahun 2012 – 2016 : Kepala Stasiun, Kemas A. Tolib,ST
- n) Tahun 2016 – 31 Juli 2018 : Kepala Stasiun,
Ir. Muhammad Rusli Sumara, M.I.
Kom.
- o) 1 Agustus – 5 Oktober 2018 : PLT. Kepala Stasiun,
I Ketut Leneng, SH.
- p) 5 Oktober 2018 – Sekarang : Kepala Stasiun,
Tellman W. Roringpandey, SE. MAP.

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) TVRI Jawa Tengah selalu mengalami perkembangan, sesuai dengan visi sebagai televisi masyarakat Jawa Tengah dan mengemban misi sebagai media komunikasi. Selain itu

juga meningkatkan kerjasama dengan mitra kerja dengan prinsip kesejahteraan dan saling menguntungkan, juga membentuk lingkungan kerja yang sehat, harmonis dan profesional bagi karyawan dan mitra kerja.

2. Visi dan Misi TVRI Jawa Tengah

Visi Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (TVRI) Jawa Tengah adalah menjadi lembaga penyiaran kelas dunia yang memotivasi dan memberdayakan, melalui program informasi, pendidikan dan hiburan yang menguatkan persatuan dan keberagaman guna meningkatkan martabat bangsa.

Misi Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (TVRI) Jawa Tengah adalah :

- a) Menyelenggara program siaran yang terpercaya, memotivasi dan memberdayakan yang menguatkan kesatuan dan keberagaman guna meningkatkan martabat bangsa.
- b) Mengelola sumber daya keuangan dengan tata kelola yang transparan, akuntabel dan kredibel, secara professional, modern, serta terukur kemanfaatannya.
- c) Menyelenggarakan penyiaran berbasis digital konvergensi dalam bentuk layanan multiplatform dengan menggunakan teknologi terkini yang dikelola secara modern dan tepat guna, serta dapat diakses secara global.
- d) Menyelenggarakan tata kelola sumber daya manusia yang berkualitas, kompeten, kreatif dan beretika secara transparan berbasis meritokrasi, serta mencerminkan keberagaman.
- e) Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan beserta tata kerjanya yang ramping dan dinamis, serta pengelolaan asset secara optimal dan tepat guna berdasarkan peraturan perundang-undangan.
- f) Mengoptimalkan pemanfaatan aset, meningkatkan pendapatan siaran iklan dan usaha lain terkait penyelenggaraan penyiaran, serta pengembangan bisnis sesuai peraturan perundang-undangan.

3. Arti Logo, Motto dan Slogan TVRI Jawa Tengah



Logo TVRI Jawa Tengah (Sumber : Dok. TVRI Jawa Tengah)

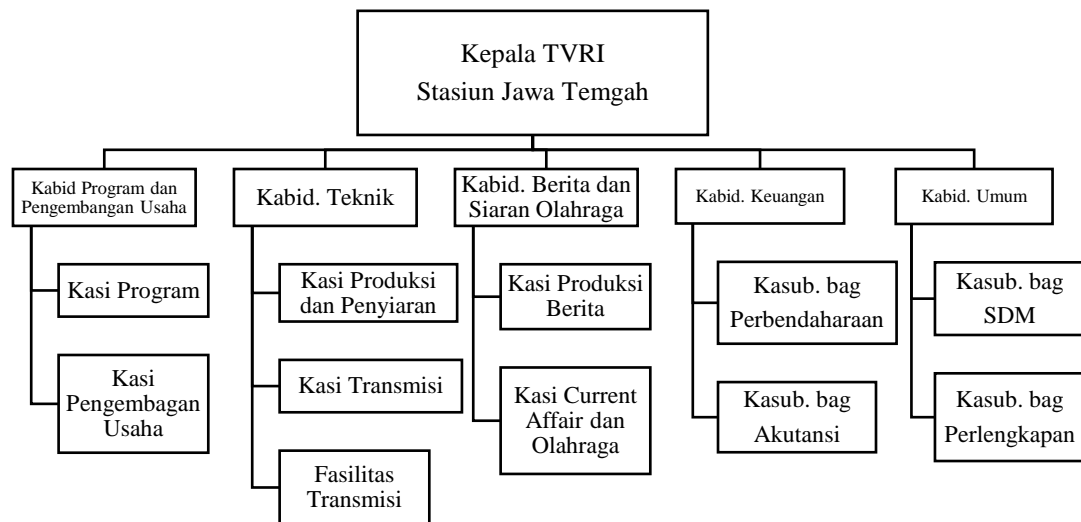
Makna Logo (tvri.go.id), yaitu:

- a) Satu bulatan berwarna biru dengan tulisan RI (Republik Indonesia) yang sangat menonjol di dalamnya, yang memberi kesan bahwa LPP TVRI kini *goes to the world*, sesuai dengan visinya.
- b) Warna *trusted blue* menjelaskan ketegasan, simple dan elegan.
- c) Warna putih menjelaskan fleksibilitas, mudah beradaptasi dengan perubahan.
- d) Tulisan “TV” yang berarti medium pemersatu bangsa.
- e) Tulisan “RI” yang berarti nama harum bangsa Indonesia di muka dunia.
- f) Tulisan “Jawa Tengah” yang berarti letak wilayah siaran.

Logo ini mengalami perubahan sejak tanggal 29 Maret 2019 yang digelar dengan tajuk acara LPP TVRI Rebranding on air pada hari yang sama. Perubahan logo dan makna di dalamnya diharapkan TVRI dapat diakui kembali baik nasional maupun internasional dan sebagai media yang menyatukan bangsa Indonesia yang Bhineka Tunggal Ika.

Motto Televisi Republik Indonesia (TVRI) Jawa Tengah adalah “TVRI, Media Pemersatu Bangsa!”, sehingga memberikan semangat baru bagi TVRI serta juga dapat memberikan konten-konten positif yang lebih baik demi kemajuan dan persatuan bangsa. Adapun slogan yang dimiliki yaitu *Nguri-uri Seni Budhaya Jawi Tengah* (Melestarikan Seni Budaya Jawa Tengah).

4. Manajemen TVRI Jawa Tengah (Jajaran Direksi)



B. Gambaran Umum Program Ngaji Bareng Kyai

Televisi Republik Indonesia (TVRI) Jawa Tengah pada awalnya belum memiliki banyak program seperti sekarang ini, hanya sekadar syuting di luar. Program “Ngaji Bareng Kyai” merupakan sebuah program yang diproduksi oleh stasiun televisi TVRI Jawa Tengah yang diproduksi oleh Bapak Sofyan Rahman yang merupakan produser lingkup keagamaan di TVRI Jawa Tengah, baik agama Katolik di minggu pertama, agama Budha di minggu kedua, agama Hindu di minggu ketiga dan agama Islam di minggu keempat. Sebelum adanya program ini, ada program “Pencerahan Hati” dengan narasumber ustadzah Anis, akan tetapi beliau telah wafat. Program “Ngaji Bareng Kyai” dipimpin oleh seorang produser bernama Bapak Sofyan Rahman, sesudah Bapak Nur Alit. Program

Selama perjalanan waktu, program ini mengalami kemajuan yang sangat pesat yang dibawakan oleh tiga host (pembawa acara), yaitu Anis, Abrori Shobarnas, Atif Nabila. Narasumber yang dihadirkan adalah KH. Fachrur Rozi, KH. Duri Azhari, KH. Mustaghfirin dan KH. Habib Chasbullah. Kajian dakwah ini diiringi dengan grup Qasidah Amiraria Semarang. Stasiun TVRI Jawa Tengah telah terjangkau ke seluruh wilayah Jawa Tengah di media sosial seperti Instagram, Facebook dan YouTube.

Kendala yang sering muncul dari program ini adalah tidak dapat bersiaran secara langsung, harus ditunda minggu depan dikarenakan dari TVRI Pusat Jakarta wajib relay dengan berita.

Pihak TVRI Jawa Tengah mengundang Kyai Fachrur Rozi sebagai narasumber dalam program “Ngaji Bareng Kyai” sekitar tahun 2018, dengan alasan karena selain banyak orang yang telah mengenalinya, beliau bagus dalam penyampaian dakwah, mudah dipahami oleh para jama’ah, gaya ceramah tidak monoton, banyak para jama’ah yang antusias untuk mengaji dan mengantri mengikuti pengajian hingga dari pihak TVRI Jawa Tengah pernah menolak jama’ah untuk bersabar menunggu antrian. Beliau termasuk kyai yang netral dan pembahasannya tidak terlalu ekstrem. Tema pengajian yang ditentukan dari Kyai sendiri, sehingga pihak tim kreatif tidak mencari tema tersebut. Hal terpenting dari tema tersebut adalah jangan sampai menyinggung organisasi lain, agama lain dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Program “Ngaji Bareng Kyai” diproduksi dalam rangka siar agama Islam. Tujuan utama program ini adalah membangun pemahaman arti kehidupan dari pendekatan agama dan sebagai wadah untuk menyampaikan siraman rohani dari pendakwah kepada masyarakat. Dengan demikian, program ini berusaha menyajikan agama sebaik-baiknya dan dapat diterima oleh masyarakat luas. Sehingga, program ini memiliki nilai yang positif sebagai televisi yang bisa ikut serta dalam merubah tatanan kehidupan masyarakat yang lebih baik.

Selama program “Ngaji Bareng Kyai” berlangsung memiliki penanggung jawab, yaitu kepala bidang program dan pengembangan usaha serta kepala seksi siaran dan produser acara. Durasi penayangan program ini selama 60 menit (sudah termasuk iklan acara, spot dan bridging). Penonton (audiens) adalah Ibu-Ibu, namun penonton ini adalah sasaran setiap isi program siaran dan sifatnya umum. Supaya lebih efektif dalam penerimaan pesan, akan dikelompokan atau disegmentasikan sehingga penonton diharapkan memberikan umpan balik, setelah mengikuti program

siaran sehingga dapat menjadi bahan penyempurnaan. Selain itu, penonton berfungsi untuk menentukan eksistensi stasiun penyiaran dengan jumlah yang banyak akan mempengaruhi minat para usahawan guna memasang iklan pada program tersebut.

Visi dan misi dari program “Ngaji Bareng Kyai” adalah sebagai media dakwah. Suatu rangkaian kegiatan atau proses dalam rangka mencapai suatu tujuan untuk memberikan pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah. Sebab tanpa tujuan yang jelas, seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia. Sehingga, tujuan dari program ini adalah sebagai suatu seni atau gaya yang digunakan seseorang dalam penyampaian materi. Begitu pula dengan seorang da’i yang berperan sangat penting atas materi yang disampaikan.

Selama ini produser program “Ngaji Bareng Kyai” selalu berhubungan dengan Kyai Fachrur Rozi melalui via telepon. Terdapat hambatan selama program ini berlangsung, karena narasumber 1 jam sebelum *on air* sudah ada di studio TVRI Jawa Tengah dan narasumber pernah terlambat, produser langsung menghubungi Pengarah Siaran (Pengendali Program)

Penentuan dan persyaratan audiens untuk mengikuti program siaran ini adalah langsung menghubungi nomor TVRI Jawa Tengah (biasa sudah tertera saat program berlangsung), syarat paling utama untuk mengikuti pengajian adalah harusnya memiliki seragam, supaya enak dipandang oleh kamera. Rincian dan tanggungjawab tim produksi program siaran terhadap audiens akan dijelaskan sebelum siaran TVRI Jawa Tengah mengadakan meeting produksi. (Hasil wawancara online dengan Bapak Sofyan Rahman, produser “Ngaji Bareng Kyai”, tanggal 22 Juli 2020)

C. Profil Biografi Kyai Fachrur Rozi

Kyai yang biasa disapa dengan Kyai Fachrur ini memiliki nama lengkap Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag. Beliau terlahir dari keluarga sederhana, lahir di Semarang, 1 Mei 1969. Bertempat tinggal di Perumahan Pondok Hijau, Blok C.10, Ngaliyan, Semarang.

Kyai Fachrur Rozi telah menyelesaikan kuliahnya di Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang (S1, lulus tahun 1993) dan IAIN Yogyakarta (S2, lulus tahun 1999). Saat ini beliau menjadi ketua Pimpinan Daerah Muhammadiyah (PDM) Kota Semarang. Selain berdakwah, beliau merupakan Dosen di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Berkat do'a ibunya, beliau menjadi manusia yang baik di hadapan Allah SWT dan baik di hadapan manusia. Orang tuanya berharap dan berdo'a agar anaknya menjadi manusia yang bermanfaat. Sejak Tsanawiyah aktif mengurus pengajian di masjid, beliau menjadi bilal/muadzin sholat Jum'at. Sehingga, beliau sudah terlatih untuk percaya diri berdiri di depan banyak orang (jama'ah). Pertama kali berdakwah menjadi khotib pada tahun 1987, ketika kelas 2 PGAN Semarang. Selanjutnya beliau sering mengisi kajian mahasiswa, hingga ke masyarakat.

Selama perjalanan waktu, beliau sering berdakwah di hadapan masyarakat dengan mayoritas jama'ahnya lebih banyak dari kantor instansi pemerintahan dan swasta. Selain itu, masyarakat kota dan desa menjadi sasaran dakwahnya. Tujuan dakwah ini adalah menjadi risalah Islam sesuai dengan kemampuan sekaligus dapat memperbaiki dirinya. Dengan menasihati orang lain, hakikatnya sedang menasihati dirinya sendiri. Bahkan Kyai Fachrur Rozi berpesan kepada calon-calon da'i masa depan untuk menjadi da'i yang mengajak bukan mendepak, merangkul bukan memukul, memotivasi bukan mengintimidasi, mencuci bukan mencaci, membela bukan menhina. (Hasil wawancara online dengan Kyai Fachrur Rozi, 23 Juli 2020).

D. Deskriptif Retorika Kyai Fachrur Rozi

Kyai Fachrur Rozi ketika berdakwah membutuhkan teknik retorika. Dakwah yang baik adalah dakwah yang memiliki strategi dakwah dengan menggembirakan, berusaha membuat pendengar senang dengan pengajian dan ajaran Islam yang disampaikan. Penerapan teknik retorika yang dimiliki yaitu mampu menggabungkan olah vokal, olah visual dan kontak serta mempertimbangkan materi dengan situasi dan kondisi (kemampuan, pengetahuan) pendengar, sehingga penggunaan gaya humoris disesuaikan dengan keadaan yang ada.

Setelah melakukan wawancara online (survey) dengan responden, menghasilkan bahwa Kyai Fachrur Rozi dalam menyampaikan dakwahnya menyejukan dan sering disisipi dengan guyonan (Hans), lucu dan menghibur (Radhitia Wicaksana), bahasa yang ringan dan pembawaannya sangat segar karena diberi komedi, tetapi masih sering menggunakan konsep dakwah yang menoton (Zumaroh Tur Riskiyah), lucu dan materi mudah diterima dari beberapa kalangan (Wahyu Aqil Muhammad), penyampaian ringan karena diselingi humor sehingga tidak bosan (Nauva Al Aziz U.R), dakwah yang kocak (Cahyo), dakwah yang dibawakan seru karena kelucuannya dan ringan bahasanya (Adienda Syahna G.), dakwah yang humoris, singkat dan padat (Muhammad Wahyu Riyadi).

Secara gambaran umum melihat video yang ditayangkan program acara Ngaji Bareng Kyai Fachrur Rozi “Ibadah Itu Nikmat” pada tanggal 2 Februari 2019, Kyai Fachrur Rozi memiliki persiapan dalam menyiapkan materi dari segi pemahaman dan strategi. Beliau sangat lancar dalam menyampaikan dakwahnya.

Video Dakwah “Ibadah Itu Nikmat” pada tanggal 2 Februari 2019.

Video dakwah Kyai Fachrur Rozi yang berjudul “Ibadah Itu Nikmat” berdurasi 57:15. Lokasi berada dalam studio menyampaikan dakwahnya dengan santai bersama host, duduk di kursi kecil dengan meja di atasnya terdapat vas bunga, sebuah gelas berisi air putih dan tak lupa sebuah micropon, di belakang terdapat grup Qasidah Amiraria, dan Jamaah Ibu-Ibu tepat berkumpul di depan Kyai Fachrur Rozi.

Kyai Fachrur Rozi merupakan kyai yang cukup sederhana, karena dapat dilihat dari cara berpakaian, Kyai Fachrur Rozi memakai baju koko putih dipadukan dengan peci hitam, hal ini membuat Kyai Fachrur Rozi sangat terlihat berkhairisma dan berwibawa dan pergerakan badan yang alami. Kyai Fachrur Rozi ketika menyampaikan nada pesan dengan ekspresi raut muka tegas, senyum, sedih dan kadang bercanda sesuai dengan makna, kondisi dan situasi saat mengucapkan. Kyai Fachrur Rozi menjalin hubungan dengan melihat secara langsung (menyapukan pandangan) kepada para jama’ah. Dalam hal ini berguna untuk memelihara kontak mental dan visual kepada para jama’ah. Ketika melihat jama’ah ada yang mengantuk, beliau memasukan bahan ceramah yang membuat humor sehingga menarik perhatian untuk mendengarkan kembali.

Dalam berceramah diiringi oleh instrument sedih yang semakin membuat para penonton yang melihat semakin haru dan merasuk ke dalam hati.

Pembukaan

Pembukaan yang dilakukan oleh Kyai Fachrur Rozi dengan pembawaan penuh hikmah dan penuh kelembutan. Mengawali dengan mengucapkan salam, memuji syukur terhadap Allah, membaca sholawat kepada Nabi Muhammad, mengucapkan syahadat. Kemudian menyampaikan penghormatan kepada jama’ah yang hadir dan mendo’akannya pada acara tersebut. Pada tahap awal beliau menyampaikan ceramah dengan memberikan sebuah pertanyaan yang

nantinya akan dibahas. Dengan ciri khas kelucuan yang terjadi dalam fenomena sosial. Saat memulai berceramah, beliau menggunakan ekspresi raut muka yang tegas dan senyum.

Berikut ini terdapat foto yang menggambarkan Kyai Fachrur Rozi, penjelasan saat mengawali ceramahnya dengan menggunakan opening atau muqoddimah (menit ke 03 : 59 sampai 06 : 46) dari langkah- langkah yang telah disebutkan.



Menit ke 03:59

*Assalamualaikum Warohmatullohi Wabarokatuh
Alhamdulillah,shollatu wassalamu'alla Rosullillah
Lahaula walla quwwata illa billah, amma ba'du.
Ibu-ibu yang dirahmati Allah SWT, juga para pemirsa TVRI yang berbahagia.
Alhamdulillah, pada siang hari ini kita bisa silaturahmi, bertemu kembali
dalam keadaan sehat wal 'afiat. Allahumma..Aamiin.
Sehat semua? Alhamdulillah. Sehat itu nikmat, leres bu gih?
Sholawat salam kita sampaikan kepada Rosulullah Muhammad SAW.
Siang ini kita akan bicara tadi sudah disebut Mas Rifqi sangat indah,
ibadah itu nikmat. Jadi Sholat Subuh itu biar rasane enak, piye?
Biar puasa itu terasa nyaman, gimana? Dan seterusnya dan seterusnya.
Termasuk sodaqah itu biar enak gimana?
Selama ini kan ada orang, lihat kotak amal teratapan? Iya kaget?
Lihat kotak amal kok, Ya Allah ana kotak ikk!
Soyo pengajian pindah mburi! Tekan mburi, Ya Allah ana meneh ikk!
Sampai tanya temennya, Bu, kotakya berapa? Oh tiga ok pak! Lha kok tiga?
Satu depan satu belakang, yang satu ngoyak jenenengan.
Lha, ada perasaan seperti itu. Nah, makanya bisa dicek.
Kalau ada kotak amal lewqt, kemudian buka dompet isinya
seratus ribu sama dua ribu. Kira-kira yang dimasukan mana? Ojo banter-
banter.
Otomatis kan? Nah, bagaimana kalau yang dimasukan seratus ribu itu tidak
beban?
Sebab, selama ini seratus ribu dengan dua ribu, yang masuk? Yang dua ribu.
Ada Bu yang masuk seratus ribu, ternyata ngantuk!*

Sampai rumah, gelane rak karuan. Astagfirullahal 'adzim! Amal istighfar, kan luar biasa. Nah, itu adalah contoh, kenapa kadang ibadah menjadi beban. Sesungguhnya Allah SWT telah mengingatkan kepada kita. Wa ma khalaqtul jinna wal insa illa liya'budun. Allah tidak menciptakan jin dan manusia kecuali hanya untuk beribadah. Ketika membaca ayat ini, menerjemahkan ayat ini, atau mendengar ayat ini. Ana sing komentar lho. Mosok urip ibadah tok? Kapan nyambut gawene? Kapan seneng-senenge? Dan sebagainya.. Kenapa? Karena selama ni orang yang menganggap ibadah itu ya sholat, puasa, zakat, haji. Sementara ibu-ibu umbah-umbah, isah-isah, ngadusi bocah, ngumbah gerabah Koyo ngono kuwi ora dianggep ibadah. Padahal semua itu adalah ibadah. Oleh karena itu, kita harus pahami dulu. Supaya nanti ibadah terasa nikmat, Kita harus tahu, sebenarnya ibadah itu apa?



Cuplikan menit ke 05:23, “Kalau ada kotak amal lewat, kemudian buka dompet isinya seratus ribu sama dua ribu. Kira-kira yang dimasukan mana? Ojo banter-banter”. Dari cuplikan tersebut bermakna candaan, maka beraut muka dengan bercanda.



Cuplikan menit ke 04:33, “Siang ini kita akan bicara tadi sudah disebut Mas Rifki sangat indah, ibadah itu nikmat”. Gerakan membuka telapak tangan sering digunakan untuk membangun kepercayaan publik.



Cuplikan video menit ke 06:27. *“Selama ini orang yang menganggap ibadah itu ya sholat, puasa, zakat, haji”*. Gerakan menghitung digunakan untuk menyebutkan beberapa poin penting.



Gestur tangan seperti karate digunakan untuk menegaskan suatu hal yang penting. Dibuktikan pada cuplikan video menit ke 25:51. *“Maka ridholah!”*.



Gerakan tangan meniru dengan kehidupan sehari-hari sering digunakan, dibuktikan dengan gerakan mendorong dalam cuplikan video menit ke 26:04. *“Mohon maaf, suaminya ketika sudah sepuh. Dorong pakai kursi roda, kalau gak ridho, budrek lho Bu!”*.



Cuplikan video menit ke 04:50, Kyai Fachrur Rozi memberikan contoh dalam kehidupan menggunakan bahasa Jawa, *“Selama ini kan ada orang lihat kotak amal tratanan to? Iya kaget, lihat kotak amal kok Ya Allah ana kotak ik. Sampai pengajian pindah mburi, tekan mburi Ya Allah ana meneh ik”*.



Kyai Fachrur Rozi ketika membacakan ayat Al-Qur'an beliau menegaskan suaranya, dibuktikan dalam video menit ke 06:00. *“Sesungguhnya Allah SWT mengingatkan kepada kita, Wa ma kholaqtul jinna wal insa illa liya'budun. Allah tidak menciptakan jin dan manusia kecuali hanya untuk beribadah”*.

Isi

Isi materi ceramah merupakan hal yang sangat penting dan harus dikuasai oleh da'i supaya ketika sudah di depan mad'u tidak mengalami hambatan saat berceramah. Tema yang ditentukan oleh Kyai Fachrur Rozi sendiri yang sedang menjadi solusi perbincangan di masyarakat. Berikut

ini Kyai Fachrur Rozi saat menyampaikan isi ceramah (menit ke 06:47 sampai 41:25).



Menit Ke: 06:55

Para guru kita, para ulama kita, para masyayikh kita itu memberikan pengertian ibadah sangat indah. Ma ukhtiyat ibtigho'a lil wajlillah.

Ma, apa saja. Ukhtiyat, yang dikerjakan, yang dilakukan.

Ibtigho'an, dalam rangka mengharap, Lil wajlillah, ridho Allah SWT.

Semua yang dikerjakan dalam rangka mencari ridho Allah namanya Ibadah.

Wadholafan lisawabihi fil akhirah dan mengharap balasan besok di akhirat.

Jadi dunia mengharap ridhonya Allah, di akhirat mengharap surganya Allah SWT.

Aamiin..Allahumma aamiin. (Dilanjutkan dengan contoh kehidupan sehari-hari).



Menit ke 18:41

Ibu-Ibu yang dirahmati oleh Allah SWT. Kalau misalnya kita menghadapi situasi seperti itu

Suami menjengkelke, atau kemudian anak-anak marake budrek.

Padahal jarene mbiyen jaluk dhuwe anak, nek wis dhuwe anak malah stress.

Iya kan ada lho, sebelum masuk kesitu kan memang ada orang yang hobbynya mengeluh.

Ada orang yang sejak sekolah sampai menyekolahkan anak mengeluh itu ada.

Karena persoalannya disini nanti kuncinya.

Gimana mbak sekolahnya? Pusing pak, gak lulus lulus.

Setelah lulus, selamat ya mbak! Selamat piye nganggur kok pak.

Setelah kerja, selamat ya mbak! Ramburjaji kok pak.

Nah terus mengeluh begitu to, ngeluh terus. Nanti bayarane akeh, capek kok pak.

Setelah nikah, anaknya berapa? Belum kok pak. Mengeluh terus.

Setelah punya anak kembar, selamat mbak! Ya Allah capek pak, anak saya bertengkar terus.

Ibu-Ibu maaf, sering cerita gitu to. Anakku tukaran terus itu fitnah. Setahu saya, gak ada

anak tukaran terus. Mesti nganggo dolan, mangan, jajan, turu. Tukaran terus pora lemes.

Nah, kira-kira begitu to? Ngeluh terus. (Cerita keluhan)

Ibu-Ibu Sekalian, semua orang mungkin pernah mengeluh. Maka kata kuncinya adalah

ar-ridho bi qodho illah, ridho dengan Allah berikan kepada kita.

Sebab apa? Ridho tidak ridho, yang terjadi tetep ketentuan Allah.

(Dilanjutkan dengan contoh kehidupan sehari-hari).

Tanya Jawab

Pada segmen ke tiga yaitu sesi tanya jawab dari *mad'u* kepada penceramah mengenai sesuatu yang belum dipahami dari isi ceramah yang telah disampaikan yang dipandu oleh MC. Ada juga penanya melalui via telepon yang dilakukan oleh seseorang di luar studio. Ketika sesi tanya jawab, Kyai Fachrur Rozi menatap kepalanya kepada penanya dan menundukan kepalanya ketika ada pertanyaan dari penelpon, yang berarti memperhatikan pertanyaan yang masuk (menit ke 41:27 sampai 55:16).



Menit ke 42:04

Penanya Ibu Mujiyah dari Az-Zahra, Kaliwingu, Kendal.

Pertanyaan yang satu, waktu menjalankan sholat sunnah, sholat dhuha pagi.

Itukan ada yang menjalankan sampai delapan rakaat, dua belas rakaat, sampai empat rakaat. Saya baru menjalankan dua rakaat. Cucu saya ternyata minta minum, tetapi saya sudah melaksanakan salam. Saya ambilkan minum di kulkas, berarti saya sudah menggeserkan tempat saya sholat. Itu batal atau tidak? Apa nanti saya bisa menambahkan rakaat berikutnya pak kyai?

Yang kedua, waktu saya menjalankan sholat berjama'ah di masjid. Ketika qomat, sebaiknya iktiqaf terlebih dahulu atau langsung berdiri?

Maaf kyai, yang ketiga supaya sesuai dengan anjuran Rosulullah senang yang ganjil.

Saya sudah tidak memiliki suami, adanya anak dan cucu. Gaji saya supaya bermanfaat, kalau ingin mengeluarkan sedekah harus bilang anak dan cucu atau diam?



Menit ke 45:00

Penelpon Bapak Candra.

Saya akan bertanya mengenai zakat. Kita sering membagikan kepada orang-orang yang kita nilai membutuhkan dan ternyata mereka kadang malah . Itu bagaimana menurut agama? Yang kedua, zakat mal itu biasanya untuk kaum petani pendapatnya musiman dalam setahun dua atau tiga kali, dalam kehidupan sehari-hari pendapatan dibagi-bagi hingga sampai panen berikutnya. Di saat itu, para petani sering kali tutup lubang gali lubang. Sehingga saat panen, sekiranya harus mengeluarkan zakat. Namun untuk nutup hutang yang sisanya sedikit atau kadang tidak nutup. Bagaimana dalam ajaran agama Islam dalam zakat mal pertanian?



Menit ke 47:54

Penanya perwakilan dari Majelis Taklim Khairunnissa, Ngaliyan, Semarang.

Dalam kehidupan suami istri, seakan-akan istri mengalah, menerima keadaan suami. Istri harus sabar, ridho, padahal dalam hal ini manusia ada keterbatasannya. Banyak atau beberapa istri sampai jatuh sakit karena seakan-akan suami medzolim istri. Bagaimana kita harus bersikap?



Menit ke 44:28, Kyai Fachrur Rozi memperhatikan penanya.



Menit ke 45:21, Kyai Fachrur Rozi memperhatikan penelpon.

Penutup

Apabila ceramah dianggap selesai dan penyampaian penutupan acara disampaikan oleh MC dengan mengucapkan terimakasih kepada da'i, mad'u yang ada di studio dan luar studio (menit ke 55:17 sampai 57:15).



Kyai Fachrur Rozi sering menampilkan ekspresi raut muka yang penuh penghayatan, “Jadikan semua hidup ini adalah ibadah, insya Allah hidup menjadi nikmat. Sehingga semua ibadah adalah nikmat. Aamiin ya rabbal ‘alamiin”. Kemudian di penghujung acara ditutup dengan iringan lagu sholawat (Grup Rebana Amiraira Semarang).



Menit ke 55:55



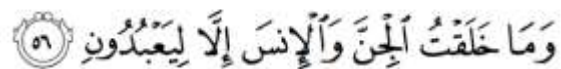
Menit ke 56:31

BAB IV

ANALISIS : TEKNIK DAN KOMPONEN RETORIKA KYAI FACHRUR ROZI DALAM SIARAN “NGAJI BARENG KYAI” TVRI JAWA TENGAH (EPISODE IBADAH ITU NIKMAT)

A. Analisis Teknik Retorika Kyai Fachrur Rozi

Episode “Ibadah Itu Nikmat” pada tanggal 2 Februari 2019.



“Dan tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku (saja)” (QS. Adz-Dzaariyaat: 56), cuplikan video menit ke 05:58.

Syaikhul Islam mengatakan, “Ibadah adalah melakukan ketaatan kepada Allah yaitu dengan melaksanakan perintah Allah yang disampaikan melalui lisan para rasul.” Beliau juga menjelaskan, “Ibadah adalah istilah yang meliputi segala sesuatu yang dicintai Allah dan diridhai-Nya, berupa ucapan maupun perbuatan, yang tampak maupun yang tersembunyi.”

Ibnul Qayyim mengatakan, “Ibadah berporos pada lima belas patokan. Barangsiapa dapat menyempurnakan itu semua maka dia telah menyempurnakan tingkatan-tingkatan penghambaan (ubudiyah). Keterangannya ialah sebagai berikut : Ibadah terbagi menjadi ibadah hati, lisan, dan anggota badan. Sedangkan hukum-hukum yang berlaku dalam kerangka ubudiyah itu terbagi lima : wajib, mustahab/sunnah, haram, makruh, dan mubah. Masing-masing hukum ini berlaku meliputi isi hati, ucapan lisan, dan perbuatan anggota badan.”

Al-Qurthubi mengatakan, “Makna asal dari ibadah adalah perendahan diri dan ketundukan. Berbagai tugas/beban syari’at yang diberikan kepada manusia (mukallaf) dinamai dengan ibadah; dikarenakan mereka harus melaksanakannya dengan penuh ketundukan kepada Allah ta’ala. Makna ayat tersebut (QS. Adz-Dzariyat : 56) adalah Allah ta’ala memberitakan bahwa tidaklah Dia menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Nya. Inilah hikmah penciptaan mereka.” Saya katakan (Syaiikh

Abdurrahman), “Itulah hikmah yang dikenal dengan nama hikmah syar’iyah diniyah.”

Al-’Imad Ibnu Katsir mengatakan, “Makna beribadah kepada-Nya yaitu menaati-Nya dengan cara melakukan apa yang diperintahkan dan meninggalkan apa yang dilarang. Itulah hakikat ajaran agama Islam. Sebab makna Islam adalah menyerahkan diri kepada Allah ta’ala yang mengandung puncak ketundukan, perendahan diri, dan kepatuhan.” Selesai ucapan Ibnu Katsir.

Ibnu Katsir juga memaparkan tatkala menafsirkan ayat ini (QS. Adz-Dzariyat : 56), “Makna ayat tersebut; sesungguhnya Allah ta’ala menciptakan makhluk untuk beribadah kepada-Nya semata tanpa ada sekutu bagi-Nya. Barangsiapa yang taat kepada-Nya akan Allah balas dengan balasan yang sempurna. Sedangkan barangsiapa yang durhaka kepada-Nya niscaya Allah akan menyiksanya dengan siksaan yang sangat keras. Allah pun mengabarkan bahwa diri-Nya sama sekali tidak membutuhkan mereka. Bahkan mereka itulah yang senantiasa membutuhkan-Nya di setiap kondisi. Allah adalah pencipta dan pemberi rezeki bagi mereka.” “Tafsiran ini didukung oleh makna firman Allah ta’ala, “Apakah manusia itu mengira dia dibiarkan begitu saja dalam keadaan sia-sia.” (QS. Al-Qiyamah : 36). Asy-Syafi’i menjelaskan tafsiran ‘sia-sia’ yaitu, “(Apakah mereka Ku-biarkan) Tanpa diperintah dan tanpa dilarang?!”...

Ali bin Abi Thalib radhiyallahu’anhu mengatakan mengenai ayat ini, “Maknanya adalah tujuan-Ku (menciptakan mereka) adalah agar mereka Ku-perintahkan beribadah kepada-Ku.” Sedangkan Mujahid mengatakan, “Tujuan-Ku (menciptakan mereka) adalah untuk Aku perintah dan Aku larang.” Tafsiran serupa ini juga dipilih oleh Az-Zajjaj dan Syaikhul Islam.

Dengan memperhatikan keterangan beliau di atas, dapat disimpulkan bahwa :

Pertama; Ibadah adalah tujuan hidup kita.

Kedua; Hakikat ibadah itu adalah melaksanakan apa yang Allah cintai dan ridhai dengan penuh ketundukan dan perendahan diri kepada Allah.

Ketiga; Ibadah akan terwujud dengan cara melaksanakan perintah Allah dan meninggalkan larangan-Nya.

Dengan demikian orang yang benar-benar mengerti kehidupan adalah yang mengisi waktunya dengan berbagai macam bentuk ketaatan; baik dengan melaksanakan perintah maupun menjauhi larangan. Sebab dengan cara itulah tujuan hidupnya akan terwujud. Semoga Allah memberikan taufik dan pertolongan-Nya kepada kita untuk menjadi hamba-Nya yang sejati; yang tunduk dan patuh kepada Rabb penguasa jagad raya, bukan menjadi budak hawa nafsu dan ambisi-ambisi dunia.

Wa shallallahu ‘ala nabiyina Muhammadin wa ‘ala alihi wa shahbihi wa sallam. Walhamdulillah Rabbil ‘alamin. (muslim.or.id)

Berikut hasil analisa teknik retorika Kyai Fachrur Rozi pada segmen 2 dan 3.

Kutipan Naskah Dakwah pada Segmen 2

“Ibu-Ibu yang dirahmati oleh Allah SWT, kalau misalnya kita menghadapi situasi seperti itu, suami njengkelke, anak-anak marake budrek, padahal jarene mbiyen jaluk nduwe anak, nek wis dhuwe anak malah stress. Iya kan ada lho, sebelum masuk kesitu kan memang ada orang yang hobbynya mengeluh. Ada orang yang sejak sekolah sampai menyekolahkan anak mengeluh itu ada. Karena persoalannya disini nanti kuncinya. Gimana mbak sekolahnya? Pusing pak, gak lulus lulus. Setelah lulus, selamat ya mbak! Selamat piye nganggur kok pak. Setelah kerja, selamat ya mbak! Ramburjaji kok pak. Nah terus mengeluh begitu to, ngeluh terus. Nanti bayarane akeh, capek kok pak. Setelah nikah, anaknya berapa? Belum kok pak. Mengeluh terus. Setelah punya anak kembar, selamat mbak! Ya Allah capek pak, anak saya bertengkar terus. Ibu-Ibu maaf, sering cerita gitu to. Anakku tukaran terus itu fitnah. Setahu saya, gak ada anak tukaran terus. Mesti nganggo dolan, mangan, jajan, turu. Tukaran terus pora lemes. Nah, kira-kira begitu to? Ngeluh terus. (Cerita keluhan)

Ibu-Ibu Sekalian, semua orang mungkin pernah mengeluh. Maka kata kuncinya adalah ar-ridho bi qodho illah, ridho dengan Allah berikan kepada kita. Sebab apa? Ridho tidak ridho, yang terjadi tetep ketentuan Allah. Sholat sing paling gampang, Allahu Akbar, aamiin. Sudah buru-buru mampir masjid malah ternyata bacaannya panjang. Bismillahirrahmanirrahiim, yaasiin. Yang dibelakang, Ya Allah yaasiin ik, ribut, ngerti ora usah rene Ya Allah. Tapi apa yang terjadi? Ridho ya imamnya baca yaasin, tidak ridho baca yaasiin. Kecuali makmum nekat, ganti boss. Nyatanya gak berani. Maksud saya adalah, ibu-ibu punya

suami tadi kan, dalam tanda petik “nyebelin”. Ridho suami ya itu, tidak ridho suaminya ya tetep itu. Daripada dibahas terus, tetep kuwi. Disyukuri aja ya kan. Ya, mohon maaf. Ridho ya itu, Tidak Ridho ya itu. Sama, anak-anak Ya Allah anakku lanang kabeh, sok mben nek tuwo melu sopo? Pernah ada keluhan itu ya bu ya? Pernah dengar kan ? Anak ku lanang kabeh, sok mben nek tuwo melu sopo? Dalam bayangan dia, saya tanya, lho Bu. Kalau anak laki-laki kenapa si Bu? Ya Allah pak, kalau anake wedok, sok mben tuwo kan rodo penak. Dadi siji karo anak wedok kuwi penak. Mantu wedok ki ngeri kok pak, berarti mbiyen dadi mantu yo ngeri. Ridho ya begitu, tidak ridho ya begitu. Maaf, kalau dituruti semua, suami istri pernah nyebelin, kalau ada suami ngguyu terus kuwi malah loro. Ya mesti ada njengkelkene, ada bikin nangisnya. Malah mungkin ada bikin nangisnya, orang sering tanya, ustadz istrinya pernah nangis? Oh pernah, istri saya pernah nangis. Tetapi saya bisa ngatasi. Saya pakai kerudungnya, lalu njoget nang ngarepe, ngguyu dhewe ya, karena kalau kita bisa ridho pada Allah. Naik mobil, naik motor jalanan macet, ridho ya macet, tidak ridho ya tetep macet. Ridho itu bikin tenang, tidak ridho bikin jengkel tapi tetep macet. Kalau tidak Ridho, ya Allah suami nyetir, istri disebelahnya malah marah-marah. Suami sudah mancal kopling setengah rem malah kata suamiya, istrinya malah komentar, kandani ojo lewat kene kowe ngeyel kok. Lha ketoke kowe rak ngandani blass kok. Tak kiro ngerti dhewe. Kan kudhune iso mikir! Wis nyupir, dikon mikir. Ribut tapi tetep macet. Akhir suamine nyetir minggir, pintune dibuka. Mudun ra kowe! Kan njengkelke kan? Tidak ridho percuma, peristiwanya sama. Lampu merah, jengkel tidak mengubah warna menjadi hijau. Jengkel kepada suami, suaminya tidak berubah, kecuai berubah jadi artis kan enak. Ya, nggak berubah. Ya Allah, Allah ridhokan suami saya ini kerep njengkelke Ya Allah, mudah-mudahan menjadi ladang surga buatku Ya Allah. Mohon maaf, suaminnya yang sudah sepuh, mendorong pakai kursi roda, itu kalau gak ridho budrek lo Bu. Dorong sambil mikir kok, Ya Allah pak, mbiyen nom galak, tuwo nyurung. Tak golekke grojokan lak wess. Kalau ridho, Ya Allah ki mbiyen tahu gagah, ini yang membiayai anak-anakku Alhamdulillah, ini jalan yang harus aku lalui, mudah-mudahan ini menjadi ladang amal sholeh Bu. Dosaku dingapuro gusti Allah. Indah sekali. Apalagi kalau hanya tidak sampai seperti itu, insya Allah yang ringan-ringan kita kerjakan. Kalau kita Ridho kepada Allah SWT, nyaman kok Bu. Lampunya merah lagi, abang maneh, ada timernya malah dihitung, Ya Allah 100 ikk, 99, 98, 97, 96, jebul listrike mati. Stress lagi, Maaf istri kita, suami kita, anak kita kalau tahu digagas negatifnya, gak nyaman. 100 detik itu kalau dinikmati tinggal nyanyi, tinggal baca

sholawat, cepet berubah kok Bu, ijo. Tapi, dipanteng, dihitung, rasanya gak hijau-hijau. Padahal 100 detiknya, sama persis. Bapak-Bapak, Ibu-Ibu yang dirahmati Allah SWT, masak di rumah, dinikmati, reti-reti rampung. Pekerjaan dinikmati reti-reti rampung. Daripada diunek-uneki nyambut gawe, kumbahan sak mene akehe, rak biso diincipi blass, nangis saya, percuma kan? Tapi tetep ngumbahi, ya kan begitu. Maka, kuncinya ar-ridho bi qodho illah. Kenapa? ayatnya sangat indah, Bu. Wa 'asa- an takrahu- syaian wahuwa khairul lakum. Sangat bisa jadi, kamu benci kepada sesuatu, padahal itu baik bagimu. Wa 'asa- an tuhibbu- syaian wahuwa syarrul lakum. Dan sangat bisa jadi, kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Sangat mungkin engkau benci padahal itu baik, sangat mungkin engkau cinta padahal itu tidak baik. Wallahu ya'lamu wa antum la- ta'lamu-n, Allah tahu kesudahannya, dan kamu tidak tahu apa yang akan terjadi berikutnya. Jadi ridho, menikmati segala kuncinya itu. Ibadah itu mencari ridho Allah, caranya nggayuh, carane nggotek agar Allah ridho kepada kita maka kita ridho dulu kepada Allah. Rodiyallahu 'anhum waradu 'anhu. Mereka ridho kepada Allah, Allah juga ridho kepada mereka. Kalau kita ingin mendapatkan kenikmatan hidup ini, hidup adalah ibadah, ibadah menjadi nikmat, ridho kepada Allah SWT. Dinikmati, insya Allah. Dan kalau sudah ridho kepada Allah, Allah akan hadirkan yang namanya masrullah, rasa bahagia. Iya, kalau ridho itu Allah akan hadirkan rasa bahagia. Membuatkan minum untuk suami diniati ibadah, bahagia. Ibu wedang, keluarkannya teh dengan pisang goreng. Kenapa? Karena bahagia. Tapi kalau tidak ada niat ibadah, bu wedang, wedang meneh, ra biso nggawe dhewe po piye to? Kesel ngerti ra? Hanya soal minum, akhire yo nggaweke tapi karo mbatin, campuri uyah wae lak wis. Kalau bahagia, le nyuguhke enak, pak niko unjukane, kula rincangi, kula kancani, tapi kalau nggak bahagia, kemudian tidak bisa menikmati itu, perintahnya kae pak wedange ning mejo. Ra dienteke awas kowe, ngancam barang, ya tidak ada rasa bahagia. Begitulah orang yang rindu kepada Allah, Allah akan hadirkan rasa bahagia, sehingga bisa menikmati semuanya. Subuh niku, Allahu Akbar, Allahu Akbar, Alhamdulillah Subuh nikmat, tapi kalau tidak ada rasa bahagia, Tetapi kalau tidak ada rasa bahagia, Allahu Akbar, Allahu Akbar, adzan maneh. Ya Allah sing adzan kober-kobere, nyalahke tukiang adzan barang, ya begitu. Kalau orang ridho, itu begitu, kemudian menjadi bahagia dan kalau sudah bahagia apa saja menjadi indah. Nah yang terpenting disitu, bagaimana belajar untuk ridho kepada Allah. Karena itu tadi, anda tidak ridho ya wis ngene ki, anak lanang kabeh, ridho ya kuwi ora ridho ya wis kuwi. Termasuk maaf, nanti kalau ada mantu, jangan

sampai ada kalimat, Ya Allah ra kelingan mantu tak gebyur wingi, karena apa karena mungkin kita bangun pagi masak masih tidur, begitu ngliilr malah takon bu wis mateng? Kene batin, mateng-mateng apane, kemudian kalau tidak diridhoi, kalau bisa diridhoi kan indah, Alhamdulillah, mudah-mudahan anak saya bahagia bersama dia. Kemudian ngluntur do'a-do'a yang indah. Ibu-Ibu yang dirahmati oleh Allah ketika kemudian kita bisa ada rasa bahagia, itu artinya al-musabaqah fil akhirah, orang akan berbuat kebaikan-kebaikan. Kita sholat subuh kok bahagia, pasti pingin jamaah, betul ya bu ya, pengen tepat waktu. Shodaqoh kok bahagia, pingin yang banyak senadyan maaf dia bukan orang kaya, tapi dia bisa shodaqoh juga, kenapa? karena dia bahagia. Apa saja yang dilakukan dengan penuh bahagia melakukannya dengan bagus. Apapun, dengan istri dengan suami apalagi dengan Allah SWT. Lihat orang puasa, satu setengah bulan lagi kita masuk Ramadhan, orang kalau bahagia, itu Ya Allah nyepake buku meja isine warna-warna, ada teh, ada es teh, ada kolak, ada sirup, kopi, wis lengkap, padahal sak gelas wis leren, tapi semua kenapa? Karena semua bahagia, nyepake warna warna, maka nanti ketika orang mau datang Ramadhan kok hatinya bahagia, ini insya Allah nanti nyiapke dengan sebagus-bagusnya. Maka itu ibadah-ibadah yang saya sebut ibadah maghdah dan ibadah ghoiru maghdah."

Pada segmen 2 ini, Kyai Fachrur Rozi menceritakan secara kontekstual, banyak kisah yang terjadi dalam masyarakat. Mengkaji hal yang sangat menarik untuk kita simak. Dengan pembawaan lawakan, nada pesan yang bervariasi dan tetap memperhatikan situasi dan kondisi terkait materi yang disampaikan. Bagi siapapun yang suka mengeluh, turunlah QS. Al-Baqarah 216. Boleh jadi tidak menyenangkan sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. Turunnya ayat ini, berawal dari masa berperang, ketika itu dirasakan sangat berat, tetapi karena perintah berperang sudah datang untuk membela kesucian agama Islam dan meninggikan kalimatullah. Maka Allah menjelaskan bahwa tidak selamanya segala yang dirasakan berat dan sulit itu membawa penderitaan, tetapi mudah-mudahan justru membawa kebaikan.

Kutipan Naskah Dakwah pada Segmen 3

“Ketika kita beramal, berfastabiqul khoirot tadi bahagia melakukan yang terbaik. Memang berpotensi akan dilihat orang lain atau akan kelihatan, yang penting berusaha tidak memamerkan kepada orang lain, contohnya kadang-kadang sekarang mulai dipamerkan itu apa, tahajud, jam telu mbengi ndadak nulis ning wa, alhamdulillah sudah dua rakaat. Mestinya yang tersembunyi gak perlu disampaikan tapi yang kelihatan tidak perlu sembunyi-sembunyi, contohnya hadir di pengajian ini, mosok sembunyi-sembunyi disutting ora ono wonge kabeh kan kacau maneh, saya pingin ikhlas kok, ada yang tidak mungkin ditutupi, ada yang bisa ditutupi, ya kan puasa itu kalau tidak ditanya ra usah cerito lah. Nulis ning nggon internet, alhamdulillah berbuka puasa, koncone takon kok dengaren, malah dadi ramai kan? jadi ada perlu diperlihatkan. Ibaratnya seperti bangunan, berbuat kebaikan seperti bangunan kaya batu kali sebagai pondasi, datangnya paling awal, fungsinya luar biasa, tapi tempatnya paling bawah, nanti begitu bangunan jadi gak ada yang lihat, besi kolom besar-besar itu fungsinya untuk bawah ke atas, wah luar biasa, tapi begitu sudah jadi, gak kelihatan. Lampu hias, datangnya paling akhir, tidak ada lampu itu juga gak papa. Tapi setiap orang masuk yang dikomentari lampunya. Wah lampunya bagus ya, lampu hias datangnya paling akhir, tidak ada lampu itu juga gak papa. Tapi setiap orang masuk, dikomentari lampunya. Lampunya bagus ya, luar biasa. Besi kolom, pondasi ora ono sing nesu, ra usah muni ngono, ora ono aku ambruk. Kalau begitu, mohon maaf besi metu menunggul, wah kacau lagi kan? Tembok itu yang dipuji, wallpapernya atau catnya. Botone ora nesu kok, batu bata ki nek jengkel yo menunggul kok. Ora ono aku, ora biso. Nah disitu, kadang beribadah itu bagus luar biasa, tapi gak kelihatan. Seperti batu bata, seperti pondasi, tapi maaf sebetulnya amalnya ringan tapi kelihatan terus, ya seperti lampu hias itu. Lampu hias luar biasa, termasuk acara luar biasa ini kan, subhanallah itu. Kita yang datang rodo kerik-kerik ketok terus, sing nyuting kuwi ora ketok blass. Iya, nek jengkel melu mrene kan kacau. Itu namanya luar biasa. Fastabiqul khoirot itu kalau nampak biarkan nampak, mudah-mudahan tidak menjadi ria. Yang sembunyi biarkan sembunyi ndak usah ditampak-tampakan. Kalau setiap yang mapak berarti ria, kasihan imam sholat, kelihatan terus kok. Mosok imamnya, tolong tutup tabir, biar gak ria, ya gak bisa.”

Pada segmen 3 ini, Kyai Fachrur Rozi mencoba untuk menyindir masyarakat yang senang memperlihatkan ibadahnya di sosial media, dengan mengibaratkan benda mati sebagai pelaku.

Penulis mengamati video pada program acara Ngaji Bareng Kyai Fachrur Rozi di TVRI Jawa Tengah, cara berdakwah pada tayangan 2 Februari 2019 lebih sering menggunakan teknik pemakaian bahasa sebagai seni dengan didasarkan pada pengetahuan yang tersusun baik dengan contoh dalam keseharian sehingga menimbulkan perasaan psikis mad'u (retorika *forensik*). Dalam hal ini, beliau memakai teori Gorys Keraf sebagai ciri-ciri, beliau memiliki banyak pengetahuan contoh-contoh dalam keseharian dengan disusun bahasa yang baik, beliau memakai objek tertentu (benda mati).

Isi ceramah yang disampaikan berisi tentang banyak hal, diantaranya adalah tentang agama, yaitu berkenaan dengan masalah ibadah, amaliah syar'iyah dan tidak lupa pula tentang permasalahan yang sering ditemukan di kehidupan sehari-hari. Semua itu disajikan dengan bahasa yang mudah diterima oleh pendengar. Sehingga ceramah itu menjadi lebih menarik dan sanggup diterima oleh masyarakat awam maupun yang berpendidikan.



Pada segmen pertama diawali dengan rebana, kemudian Mc membuka dengan teks line yaitu “Ngaji Bareng Kyai, Ibadah Itu Nikmat”, menit ke 11:21. Setelah itu Mc membuka pemaparan dan memperkenalkan narasumber kemudian menjelaskan tema yang akan disampaikan.

Pada segmen ke dua dan ke tiga, Kyai Fachrur Rozi menjelaskan materi tentang tema yang akan disampaikan dengan nada tegas dan meresapi isi kandungan dari ayat yang disampaikan, kemudian Kyai Fachrur Rozi menjelaskan fenomena yang terjadi pada zaman ini (suka mengeluh, memperlihatkan ibadah di media sosial).

Pada segmen ke empat diisi dengan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan oleh para jamaah. Selain pertanyaan dari jamaah yang hadir pada acara ngaji bareng Kyai Fachrur Rozi, para penonton yang berada di luar studio juga diperbolehkan bertanya dengan cara menelpon.

Pada segmen yang ke lima yaitu kesimpulan, dimana Kyai Fachrur Rozi menyimpulkan tentang isi materi yang disampaikan sehingga para jamaah mudah mengingat apa yang disampaikan, kemudian acara ngaji bareng Kyai Frachrur Rozi ditutup oleh Mc, setelah itu diringi lagu musik rebana.

Adapun perbedaan antara Kyai Fachrur Rozi dengan kyai yang lain dalam berceramah adalah adanya keserasian dengan (pendengar) mad'u. Kyai Fachrur Rozi mengajak pendengarnya untuk ikut berpikir pada pengetahuan yang dimilikinya dalam keseharian sehingga menimbulkan perasaan psikis mad'u keagamaan pendengar (mad'u) dan tentunya diselingi humor guna mencairkan suasana.

B. Analisis Komponen Retorika Kyai Fachrur Rozi

1. Analisis Susunan Pesan

a) Komposisi Pesan

Dalam kajian teoritis telah dijelaskan, bahwa komposisi pesan memiliki beberapa bentuk, yaitu kesatuan, pertautan dan titik berat.

Dalam sisi kesatuan, pesan yang disampaikan sudah baik. Suasana Kyai Fachrur Rozi dari awal hingga akhir tidak berubah-ubah. Karena, isi materi yang disampaikan telah disiapkan dan direncanakan dengan matang sebelumnya. Dilihat dari tujuan materi yang disampaikan, memiliki kesatuan untuk menghibur dan menyampaikan risalah Islam sehingga mengajak manusia ke jalan Allah ridhoi. Tidak adanya unsur untuk mengajak kepada kelompok atau golongan tertentu. Sifat pembicaraan yang informal, tidak menoton.

Dalam sisi pertautan, isi pesan yang disampaikan menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan dan memiliki kata yang dapat menyambungkan antar kalimat. Berikut tiga cara beliau memelihara pertautan dalam menyampaikan pesan:

a. *Ungkapan penyambung*, dibuktikan dengan kalimat “*oleh karena itu, harus kita pahami dulu*” dalam cuplikan video menit ke 06:39, karena kalimat tersebut menyambungkan kalimat sebelum dan sesudah.

b. Pararelisme, dibuktikan dengan kalimat “*di dunia mencari ridhonya Allah, semuanya*” dalam cuplikan video menit ke 07:32, karena kalimat tersebut dapat diberikan contoh dalam kehidupan harian.

c. Gema, dibuktikan dengan kalimat “*yang terpenting disitu itu, bagaimana belajar untuk ridho kepda Allah*” dalam cuplikan video menit ke 31:27, karena kalimat tersebut merupakan gagasan dalam kalimat terdahulu diulang kembali pada kalimat baru.

Dalam pertautan antar segmen satu dengan segmen yang lain sudah menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan. Pada segmen ke dua dan tiga materi sebelumnya dipandu oleh MC (Rifqi Aulia Erlangga) sehingga adanya kesatuan dari segmen sebelumnya. Dapat dilihat gambar berikut ini, sebelum Kyai Fachrur Rozi menyampaikan materi, adanya obrolan bersama MC terlebih dahulu



Menit ke 18:41 (Segmen 2)



Menit ke 36:58 (Segmen 3)

b) Organisasi Pesan

Dari kriteria organisasi pesan yang telah disebutkan dalam kajian teoritis. Ceramah Kyai Fachrur Rozi merupakan ceramah yang berbentuk:

a. Induktif, Kyai Fachrur Rozi memberikan titik berat pada kesimpulan diakhir ceramahnya. Sehingga pesan dapat dipengaruhi oleh konteks penyampaian.

b. Kronologis, Kyai Fachrur Rozi memberikan contoh dengan tahapan proses berdasarkan urutan waktu. Dibuktikan dengan cuplikan video menit ke 19:00. “*Ada orang yang sejak sekolah sampai menyekolahkan anak mengeluh itu ada. Karena persoalannya disini nanti kuncinya. Gimana*

mbak sekolahnya? Pusing pak, gak lulus lulus. Setelah lulus, selamat ya mbak! Selamat piye nganggur kok pak. Setelah kerja, selamat ya mbak! Ramburjaji kok pak. Nah terus mengeluh begitu to, ngeluh terus. Nanti bayarane akeh, capek kok pak. Setelah nikah, anaknya berapa? Belum kok pak. Mengeluh terus”.

c. **Logis**, Kyai Fachrur Rozi memberikan pesan yang disusun berdasarkan urutan sebab ke akibatnya untuk bersyukur dan berdoa kepada Allah. Dibuktikan dengan cuplikan video menit ke 25:41. *“Jengkel sama suami, suaminya nggak berubah. Kecuali berubah menjadi artis, uenaken. Ya nggak berubah, suami kita tetap itu. Maka ridholah, Ya Allah takdirkan suami saya ini, kerep jengkelke Ya Allah. Mudah-mudahan menjadi ladang surga buatku Ya Allah”.*

Peneliti tidak menemukan bentuk *deduktif, spasial dan topikal* dalam video ini.

2. Analisis Penggunaan Bahasa

a) Langgam

Dalam kajian teoritis telah dijelaskan, bahwa langgam adalah model atau cara seseorang dalam berbicara yang sukar ditirukan orang lain. Kyai Fachrur Rozi dalam berceramah dapat menggunakan beberapa bentuk langgam, namun juga langgam tidak dapat digunakan dalam situasi dan kondisi tertentu. Dengan ketentuan, Kyai Fachrur Rozi memiliki intonasi yang naik turun (*variatif*), ritme yang cenderung lambat, obrolan guyonan yang terkesan menjadi akrab dengan jama'ah. Berikut ini macam-macam bentuk langgam yang digunakan beliau:

1.) Langgam agama, yaitu intonasi naik dan turun menunjukkan penekanan hal yang penting, ritme cenderung lambat agar pesan dapat dipahami dengan jelas, biasa digunakan saat khutbah. Langgam ini dapat digunakan Kyai Fachrur Rozi, karena sesuai dengan ketentuan. Langgam ini digunakan saat memulai ceramahnya dan diakhir ceramah.

2.) **Langgam konservatif**, yaitu intonasi dan *ritme variatif*, biasa digunakan saat mengobrol terkesan akrab. Langgam ini dapat digunakan Kyai Fachrur Rozi, karena sesuai dengan ketentuan. Langgam ini digunakan untuk memberikan materi ceramah kepada jama'ah sehingga tidak terkesan monoton.

3.) **Langgam teater**, yaitu intonasi dan *ritme variatif*, penuh penghayatan untuk menyerupai tokoh dalam cerita. Langgam ini dapat digunakan Kyai Fachrur Rozi, karena sesuai dengan ketentuan. Langgam ini digunakan saat memberikan contoh kehidupan sehari-hari dengan lelucon.

Bentuk langgam *agitator*, *diktatik*, *sentimental*, *statistik* tidak digunakan. Karena intonasi, *ritme* dan fungsi tidak sesuai dengan ketentuan.

b) Humor

Dalam kajian teoritis telah dijelaskan, bahwa humor adalah bumbu yang mampu menarik perhatian. Seperti dengan langgam, Kyai Fachrur Rozi dalam berceramah dapat menggunakan beberapa bentuk humor, dengan ketentuan yang ada. Berikut ini bentuk humor yang dipakai:

1.) **Exaggeration**, yaitu melebihkan sesuatu secara tidak proposional. Bentuk humor ini digunakan oleh Kyai Fachrur Rozi, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 10:25. "*Sampai anaknya bingung hadap tembok, bok tembok*". Hal ini merupakan sesuatu yang dilebihkan, karena tidak mungkin anak tersebut berbicara kepada tembok sebagai benda mati.

2.) **Parodi**, yaitu peniruan suara dan gaya bicara seorang tokoh. Bentuk humor ini digunakan oleh Kyai Fachrur Rozi, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 09:10. "*Ditanya, pak hajinya nggak ditulis pak? Jawabannya malah mantep. Wah tak tulis ora iso karaoke aku*". Hal ini merupakan tiruan suara seorang bapak yang telah haji dua kali.

3.) Perilaku aneh para tokoh, yaitu meyakini bahwa pembicaraan yang terjadi adalah hal biasa yang kemudian dibelokan. Bentuk humor ini digunakan oleh Kyai Fachrur Rozi, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 04:50. “*Selama ini kan ada orang lihat kotak amal tratanan to?*”. Hal ini adalah hal yang biasa dilakukan oleh manusia, tetapi dibelokan menjadi aneh. Karena, hal demikian tidak dianjurkan oleh agama.

4.) Puns, yaitu permainan kata-kata yang mempunyai roakan ganda/mengulang kata yang mempunyai bunyi yang sama. Bentuk humor ini digunakan oleh Kyai Fachrur Rozi, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 11:33. “*Pekerjaan ibu-ibu luar biasa, sejak terbitnya matahari sampai tenggelamnya mata suami*”. Hal ini adalah permainan kata-kata dengan bunyi yang sama berakhiran “i”.

Bentuk humor ini tidak digunakan, yaitu : *Ironi*, karena jika adanya kata-kata yang bertentangan akan menyulitkan pemahaman para jama’ah. Serta *Burlesque*, karena tidak ada perlakuan hal yang seenaknya dengan serius.

c) **Gaya Bahasa Dakwah**

Dalam kajian teoritis telah dijelaskan, bahwa gaya bahasa dakwah adalah pemakaian ragam bahasa untuk meningkatkan amal ibadah. Berikut ini macam-macam bentuk gaya bahasa dakwah yang digunakan:

1.) Taklim dan tarbiyah, Kyai Fachrur Rozi memberikan pemahaman akidah dan syari’ah, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 06:04. “*Allah tidak menciptakan jin dan manusia kecuali hanya untuk beribadah*”.

2.) Targhib dan tabsyir, Kyai Fachrur Rozi memberikan berita yang menyenangkan, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 13:42. “*Kalau ada penggambaran supaya kita mudah memahami. Supaya memahami besok orang akan berangkat dengan amalnya masing-masing, kemudian supaya kita dapat memahami. Kita mengharap semuanya, mudah-*

mudahan di dunia mendapatkan ridho Allah, di akhirat mengharapkan surga-Nya Allah SWT. Itulah sa'idun fiddunya sa'idun fiakhirah, nikmat di dunia, juga nikmat di akhirat ”.

3.) Qashash dan riwayat, Kyai Fachrur Rozi menampilkan kisah untuk sebagai hikmah, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 07:35. *“Parkir itu bisa menjadi ibadah. Orang parkir, orang tanya. Pak, parkir kok di pojok to pak? Jawabannya mantep, saya datang paling awal nanti pulang paling akhir. Setidaknya paling bareng sama temen-temen, biar tidak merepotkan kawan-kawan yang lainnya. Supaya jalannya longgar, saya tak pojok sekalian. Membuat lapang bagi saudaranya adalah ibadah”.*

4.) Amar dan nahi, Kyai Fachrur Rozi memberikan perintah, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 22:00. *“Maka kata kuncinya adalah ar-ridho bi qodho illah, ridho dengan Allah berikan kepada kita. Sebab apa? Ridho tidak ridho, yang terjadi tetep ketentuan Allah”.* Dan memberikan larangan, dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 38:41, *“Mestinya kan, yang tersembunyi ndak perlu disampaikan. Tapi kalau kelihatan, tidak perlu sembunyi-sembunyi”.*

Peneliti tidak menemukan bentuk *tadzkir* dan *tanbih* serta *tarhib* dan *inzar* dalam video ini.

Dalam sisi titik berat, pesan menitik beratkan atau menekankan hal-hal penting pada kesimpulan. *“Ibu-ibu yang dirahmati Allah, pemirsa TVRI yang berbahagia. Jadikan semua hidup ini adalah ibadah. Insya Allah hidup menjadi nikmat. Sehingga semua ibadah adalah nikmat. Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin”*, cuplikan video menit ke 55:18.

3. Analisis Bentuk Persuasif

Kyai Fachrur Rozi memberikan suatu yang menyentuh aspek psikologis jama'ah. Dari himbauan pesan yang telah disebutkan dalam kajian teoritis , ceramah Kyai Fachrur Rozi mengandung:

a. Himbauan rasional, Kyai Fachrur Rozi dapat menyajikan bukti ilmiah dan masuk akal melalui contoh kehidupan. Dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 09:58. *“Ibu-ibu maaf, gendong bocah kesel mboten bu? Kesel, sing ngomong rak kesel hurung nduwe anak berarti wi. Kesel itu, tapi diniati ibadah wah luar biasa itu”*. Dari contoh tersebut, sudah sangat jelas dan dapat diterima (masuk akal).

b. Himbauan emosional, Kyai Fachrur Rozi dapat mengungkapkan ceramahnya kepada para jama’ah dengan pendekatan emosi atau perasaan para jama’ah. Dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 12:07. *“Ibu-ibu yang hadir disini, ibadah ini. Kenapa? Karena kemudian kita bisa kumpul bareng, siaran bareng, indah sekali. Berbagi keindahan kepada masyarakat Jawa Tengah, wah indah sekali kan? Apalagi terus bapaknya ikut nonton,nyawang. Ya Allah bojoku ngarep dhewe kae, wah iku bahagia sekali. Itu ibadah yang luar biasa”*.

c. Himbauan ganjaran, Kyai Fachrur Rozi memberikan rujukan yang menjanjikan dan diinginkan para jama’ah sehingga menimbulkan kegairahan. Dibuktikan dalam cuplikan video menit ke 13:52. *“Kita mengharap semuanya mudah-mudahan di dunia mendapatkan ridho Allah, di akhirat mengharapkan surganya Allah SWT”*.

d. Himbauan motivasional, Kyai Fachrur Rozi memberikan sentuhan kondisi intern dalam diri manusia di akhir ceramahnya. *“Jadikan semua hidup ini adalah ibadah.Insya Allah hidup menjadi nikmat”* (cuplikan video menit ke 55:21)

. Sedangkan himbauan takut, peneliti tidak menemukan himbauan ini. Karena, ceramah ini bersifat memberikan pedoman dengan menghibur para jama’ah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Retorika sangatlah penting untuk kehidupan keseharian hingga saat ini. Mayoritas manusia setiap hari pasti akan berinteraksi dengan orang lain. Demikian juga dengan seorang da'i, retorika sangat diperlukan dalam kegiatan dakwah sehingga akan lebih mudah tercapai dan pesan yang disampaikan akan lebih mudah tercapai dan mudah dipahami oleh mad'u.

Penulis mengamati video pada program acara Ngaji Bareng Kyai Fachrur Rozi di TVRI Jawa Tengah (Episode Ibadah Itu Nikmat), cara berdakwah pada tayangan 2 Februari 2019 lebih sering menggunakan teknik pemakaian bahasa sebagai seni dengan didasarkan pada pengetahuan yang tersusun baik dengan contoh dalam keseharian sehingga menimbulkan perasaan psikis mad'u.

Adapun perbedaan antara Kyai Fachrur Rozi dengan kyai yang lain dalam berceramah adalah adanya keserasian dengan (pendengar) mad'u, mengajak pendengarnya untuk ikut berpikir pada pengetahuan yang dimilikinya dalam keseharian sehingga menimbulkan perasaan psikis. Kyai Fachrur Rozi sangat memperhatikan penggunaan bahasa, susunan pesan dan bentuk persuasi kepada mad'u.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan, peneliti mengajukan beberapa saran yang disampaikan yaitu:

1. Kepada Kyai Fachrur Rozi selaku narasumber program siaran “Ngaji Bareng Kyai” di TVRI Jawa Tengah, diharapkan mampu menyampaikan isi pesan dakwah diselingi dengan nada tangis serta ditambahi dengan sumber ayat Al-Qur’an dan Hadits sehingga para pendengar mempunyai dasar hukum yang kuat. Karena sering kali dalam isi pesannya terlalu banyak humor dan cerita.

2. Kepada pihak TVRI khususnya pengelola program siaran “Ngaji Bareng Kyai” diharapkan tetap semangat, mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas siaran tersebut. Baik dari segi metode, strategi maupun waktu siaran.

3. Kepada peneliti selanjutnya, khususnya yang akan meneliti tentang retorika. Diharapkan mampu mempertajam analisa, sehingga dapat memberikan skripsi yang lebih baik dan membuat kesimpulan yang baik dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Kitab

Kementrian Agama RI. 2011. *Al- Qur'an*. Jakarta: PT. Adhi Aksara Abadi Indonesia.

Sumber Buku

A. Hasymy. 1984. *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.

A.H. Hasanuddin. 1982. *Retorika Dakwah dan Publistik Kepemimpinan*. Surabaya: Usaha Nasional.

Abidin, Yusuf Zainal. 2013. *Pengantar Retorika*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Agus, Bustanuddin. 2007. *Agama dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Akram, Kassab Syaikh. 2010. *Metode Dakwah Yusuf Al-Qaradhawi*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.

Arifin, Anwar. 2008. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Arsjad, Maidar G. dan Mukti U.S. 1991. *Pembinaan Kemampuan Berbicara Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga

Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group.

Aziz, Moh. Ali. 2016. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.

Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Cangara, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Djama, Hidajanto dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar- Dasar Penyiaran Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.

Effendy, Onong. 2000. *Ilmu Teori dan Filsat Komunikasi*. Bandung: PT. Rosda Karya

Halimi, Safrodin. 2008. *Etika Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an*. Semarang : Walisongo Press.

- Hariwijaya dan Triton. 2008. *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*. Yogyakarta : Tugu Publisher.
- Hedrikus, Dori Wuwur. 1991. *Retorika : Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ilahi, Wahyu. 2013. *Menjadi Public Speaker Muslim yang Andal*. Surakarta: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Karyanti, Rema. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekaman Media.
- Keraf, Gorys. 2007. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Krisna, Bayu. 2008. *Mendulang Rupiah Lewat Kemampuan Bicara*. Jakarta: Tangga Pustaka.
- Kusnawan, Aep, et. al. 2004. *Komunikasi dan Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film dan Media Digital*. Bandung: Benang Merah Press.
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Indonesia (Kreatif, Produktif, Public Relations dan Iklan)*. Jakarta: Kencana.
- M. Munir. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta : Prenada Media.
- Maarif, Zainul. 2015. *Retorika Metode Komunikasi Publik*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Marta, I Nengah. 2014. *Retorika: Edisi 2*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Moh. Ali Aziz. 2004 *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Moh. Ali Aziz. 2019. *Public Speaking: Gaya dan Teknik Pidato Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Morrisan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : Kencana
- Muhtadi, Asep Saeful. 2012. *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan dan Aplikasi)*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Muhyiddin, Asep. 2014. *Kajian Dakwah Multiperspektif: Teori, Metodologi, Problem dan Aplikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Munir, M. dan Wahyu Ilaihi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.

- Nelson, Paul, Coot Titsworth dan Judy Pearson. 2007. *Public Speaking : A Guide for the Engaged Communicator*. China: McGraw-Hill Companies.
- Nogarsyah. 2002. *Buku Pintar Dakwah*. Jakarta: Intimedia & Ladang Pustaka.I
- Nurgiyantoro, Burhan. 2007. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pranata, David. 2016. *Speak with Power: Expanded Version*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1992. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta.
- Rusyd, Daniel. 2020. *Tradisi Retorika : Kerangka Teoritis Penelitian Ilmu Komunikasi Kajian Retorika*. abQarie Books
- S. Ma'arif, Bambang. 2010. *Komunikasi Dakwah : Paradigma untuk Aksi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Sadilah, Dewi. 2015. *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Saerozi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Ombak.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyarini, Dhanik dan Anna Gustina. 2020. *Buku Ajar Retorika*. Banten : CV. AA. Rizky.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sutisno P.C.S. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta: PT. Grasindo
- Syabibi, M. Ridho. 2008. *Metodelogi Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis Ikhwan Al-Safa'*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syarbini, Amirulloh. 2014. *Jago Public Speaking dan Pintar Writing*. Bandung: Alfabeta.
- Tasmara, Toto. 1987. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Tim Penyusun Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2018. *Panduan Penyusunan Skripsi*.

- Umari, Barmawi. 1984. *Azaz-Azaz Ilmu Dakwah*. Solo : CV. Ramadhani.
- Wahid, Abdul. 2019. *Gagasan Dakwah : Pendekatan Komunikasi Antar Budaya*. Jakarta : Kencana.
- West, Richard West dan Lynn H, Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Widjaja, H.A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Zuhri, Saifuddin. 2010. *Public Speaking*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sumber Jurnal Ilmiah

- Aziz, Akhmad Tarih. 2018. *Retorika Dakwah Kyai Duri Azhari di TVRI Jawa Tengah*. Skripsi. FDK. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Billah, Masrun. 2018. *Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat dalam Ceramah "Keluarga Yang Dirindukan Rasulullah SAW" Pada Media Youtube*. Skripsi. FDK. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Choirunnisa, Lizza Arnofia. 2017. *Retorika dalam Program Islam Itu Indah (Studi Komparatif Oki Setiana Dewi dan Nur Maulana)*. Skripsi. FDK. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Jumadi, Fuat Rejeki. 2017. *Teknik Tausiyah Ustadz Yusuf Mansur dalam Acara Wisata Hati ANTV*. Skripsi. FDK. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- M. Alfandi. (2010, Mei). *Perkembangan Dakwah Islam melalui Media Televisi di Indonesia* dalam <http://fandyain.blogspot.com/2010/05/perkembangan-dakwah-islam-melalui-media.html> (04 Februari 2020)
- Zahro, Fatimatu . 2017. *Retorika Dakwah KH. Faturrohman*. Skripsi. FDK. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Sumber Situs Internet

- Lidwina, Andrea. *Konsumsi Media oleh Milenial di Indonesia (2019)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/16/televisi-media-paling-banyak-dikonsumsi-milenial-indonesia>. (17 Januari 2020)
- Web Komisi Penyiaran Indonesia, UU No.32 Tahun 2002, <http://kpi.go.id/index.php/id/undang-undang>. (27 Januari 2020)
- <http://www.tvri.go.id> (22 Juni 2020)
- <https://muslim.or.id> (11 Oktober 2020)

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

PERTANYAAN KEPADA KYAI FACHRUR ROZI

1. Bagaimana latar belakang keluarga Kyai ?
2. Dimana tempat tinggal kyai Fachrur Rozi ?
3. Dimana tempat tinggal dan berapa tanggal lahir Kyai Fachrur Rozi ?
4. Bagaimana riwayat pendidikan Kyai Fachrur Rozi ?
5. Apakah Kyai Fachrur Rozi mempunyai pondok atau yayasan ?
6. Jika mempunyai pondok atau yayasan, bagaimana sejarah berdirinya ?
7. Bagaimana latar belakang dan kapan Kyai Fachrur Rozi memulai dakwahnya ?
8. Mayoritas siapa saja yang menjadi jama'ah atau pendengar, dari masyarakat awam atau dari yang berpendidikan ?
9. Apa tujuan pribadi Kyai Fachrur Rozi dalam berdakwah ?
10. Bagaimana persiapan Kyai Fachrur Rozi sebelum berdakwah ?
11. Menurut Kyai Fachrur Rozi, apa pengertian dakwah ?
12. Menurut kyai, dakwah yang baik itu seperti apa ?
13. Bagaimana strategi yang paling mudah atau paling sering digunakan dalam mengajak jama'ah ?
14. Apakah retorika sangat penting dalam berdakwah ?
15. Menurut kyai, bagaimana penerapan retorika yang efektif ?
16. Menurut kyai, penggunaan gaya humoris dalam berdakwah penting atau tidak ?
17. Apa yang menyebabkan kegagalan dalam berdakwah ?
18. Bagaimana hubungan dakwah dengan retorika, menurut kyai ?
19. Apa saja aktivitas sehari-hari selain berdakwah ?
20. Apa nasihat atau pesan kepada calon-calon da'i masa depan ?

PERTANYAAN KEPADA PRODUSER “NGAJI BARENG KYAI”

TVRI JAWA TENGAH

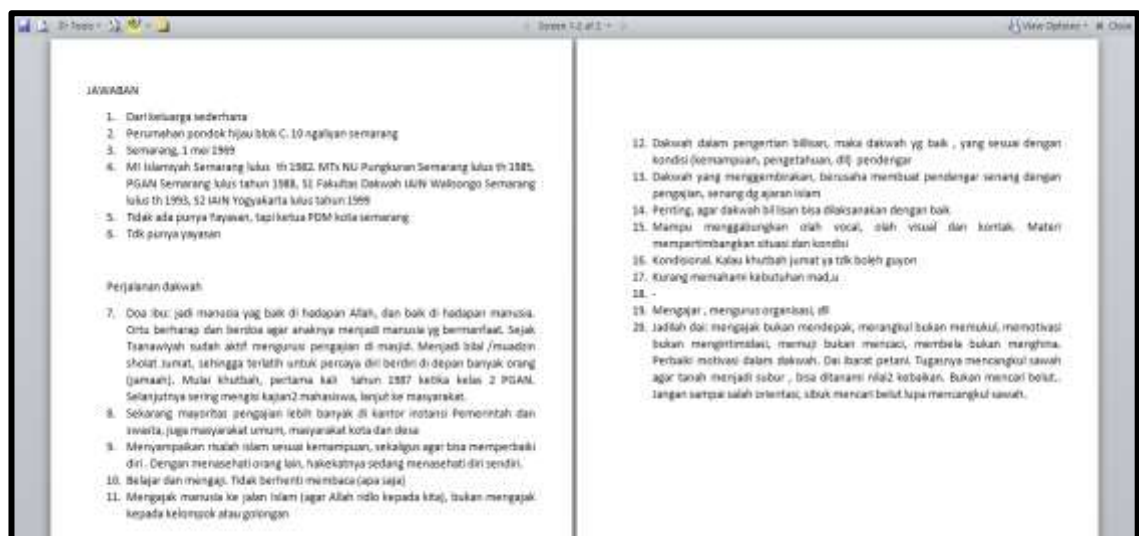
1. Apa saja program siaran religi di TVRI ?
2. Bagaimana gambaran umum program siaran “Ngaji Bareng Kyai” ?
3. Program siaran “Ngaji Bareng Kyai” termasuk dalam kategori apa ?
4. Bagaimana format strategi program siaran “Ngaji Bareng Kyai” ?
5. Berapa durasi waktu penayangan siaran “Ngaji Bareng Kyai” ?
6. Siapa saja target audiens “Ngaji Bareng Kyai” ?
7. Siapa penanggungjawab program siaran ini ?

8. Apa visi dan misi program siaran ini ?
9. Apa tujuan dan manfaat program siaran ini ?
10. Kapan pertama kali mulai mengundang kyai Fachrur Rozi ?
11. Mengapa memilih narasumber Kyai Fachrur Rozi ?
12. Bagaimana model dakwah yang dilakukan Kyai Fachrur Rozi ?
13. Tema yang diangkat ditentukan oleh TVRI atau mengikuti tema Kyai Fachrur Rozi ?
14. Apakah ada hambatan saat program siaran ini berlangsung ?
15. Bagaimana solusi mengatasi hambatan tersebut ?
16. Apa ada penentuan dan persyaratan audiens untuk mengikuti program siaran ini ?
17. Bagaimana rincian dan tanggungjawab tim produksi program siaran ini ?

PERTANYAAN KEPADA JAMA'AH

1. Siapakah Kyai Fachrur Rozi menurut anda ?
2. Apakah sebelumnya pernah bertemu dengan Kyai Fachrur Rozi ?
3. Bagaimana menurut anda mengenai dakwah Kyai Fachrur Rozi ?
4. Apakah anda menyukai cara penyampaian dakwahnya ?
5. Apakah anda cepat paham atas pesan yang disampaikan kyai Fachrur Rozi ?
6. Bagaimana kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Kyai Fachrur Rozi ?

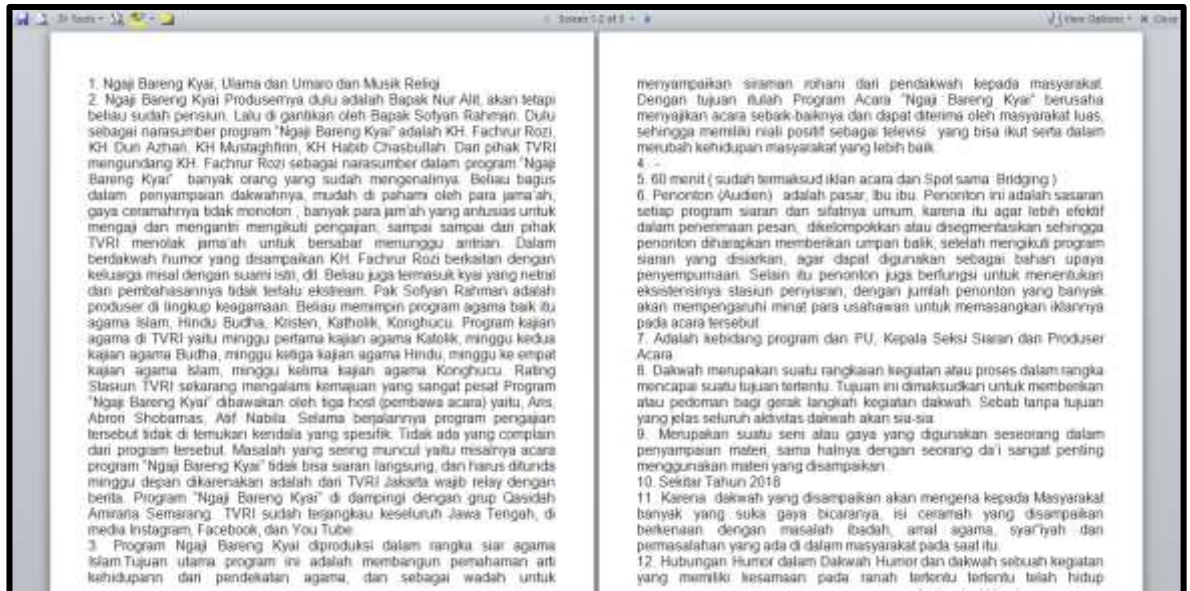
JAWABAN KYAI FACHRUR ROZI (23 Juli 2020)



JAWABAN PRODUSER “NGAJI BARENG KYAI”

TVRI JAWA TENGAH

(22 Juli 2020)



JAWABAN RESPONDEN (JAMA'AH)

No	Submi Time	J. Nama	J. Ura	J. No. telp/pono	J. Email	J. Pendidikan Terakhir	J. Nama instansi (perusahaan/ organisasi)	J. Agama	J. Hal-hal yang berkaitan dengan kajian		
1	23 Mei 2020 - 12:04 PM	Angga Jati Dwilagita	24	Jati-Lati	081202756033	SI	Angga Jati@gmail.com	SI	PT Global Quality Indonesia	Islam	Barang
2	23 Mei 2020 - 12:06 PM	Bambang Hari Purandari	24	Jati-Lati	081202111331	DD	bang44@gmail.com	DD	PT KOBAMA SDAANAG	Islam	Barang
3	23 Mei 2020 - 12:17 PM	Hani	23	Jati-Lati	081202128024	SLTA/kelelahan	hanipung12@gmail.com	SLTA/kelelahan	UMH ALLODINDO	Islam	Barang
4	23 Mei 2020 - 12:38 PM	Suhma Indra Helmana	24	Jati-Lati	081900942390	SI	suhma.helmana12@gmail.com	SI	Umma	Islam	Barang
5	23 Mei 2020 - 01:03 PM	Radhika Witasari	23	Jati-Lati	081640873050	DD	radhikaw@gmail.com	DD	Palmas	Islam	Barang
6	23 Mei 2020 - 01:07 PM	Miftah	17 th	Jati-Lati	081202112806	No answer	no answer	SD/teknik	MIR es-instansi	lainnya	Tidak
7	23 Mei 2020 - 01:43 PM	Surtinah Nur Rizqiyah	21 Tahun	Perampayan	081704877941	SI	surtinah1@gmail.com	SI	Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang	Islam	Barang
8	23 Mei 2020 - 01:49 PM	Reza	21	Perampayan	081994759964	SI	rezaanurrahman6@gmail.com	SI/kelelahan	UMH ALLODINDO CR6024	Islam	Barang
9	23 Mei 2020 - 02:05 PM	Mahyu Aji Muhanna	21	Jati-Lati	081393223030	SI	mahyua17@gmail.com	SI	Sekeloa Training	Islam	Barang
10	23 Mei 2020 - 02:27 PM	Naura Al Firdausy	22	Jati-Lati	081202173031	SI	nauraal17@gmail.com	SLTA/kelelahan	UMH ALLODINDO	Islam	Barang
11	23 Mei 2020 - 02:37 PM	Muhammad Fauzan	21	Jati-Lati	081740200801	SI	muhammadfauzan17@gmail.com	SLTA/kelelahan	UMH ALLODINDO SDAANAG	Islam	Barang
12	23 Mei 2020 - 04:07 PM	Bayu Anggoro	20	Jati-Lati	081788989367	SI	bayuanger1@gmail.com	SI	UMH ALLODINDO	Islam	Barang
13	23 Mei 2020 - 05:09 PM	Ayu Tri Hidayah	22	Perampayan	08170070000	SI	ayutrih1@gmail.com	SLTA/kelelahan	Umma	Islam	Barang
14	23 Mei 2020 - 05:58 PM	Dahya	20	Jati-Lati	08179335435	SI	dahya1417@gmail.com	SI	Magister manajemen universitas	Islam	Barang
15	23 Mei 2020 - 06:24 PM	Adinda Syahing	22	Perampayan	08184234111	SI	adindasyahing17@gmail.com	SLTA/kelelahan	um walisongo	Islam	Barang
16	23 Mei 2020 - 06:24 PM	Adinda Syahing	22	Perampayan	08184234111	SI	adindasyahing17@gmail.com	SLTA/kelelahan	um walisongo	Islam	Barang
17	23 Mei 2020 - 06:34 PM	Muhammad Wahyu	24	Jati-Lati	08198844353	SI	mahyua17@gmail.com	SI	UMH ALLODINDO	Islam	Barang
18	23 Mei 2020 - 01:49 PM	Shira Putri	23	Perampayan	0819 289 7340	SI	shiraputri1@gmail.com	SI/kelelahan	UMH Walisongo Semarang	Islam	Tidak
19	23 Mei 2020 - 06:10 PM	Muhammad Nur Hafid	21	Jati-Lati	081641893064	SI	muhammadn17@gmail.com	SLTA/kelelahan	lulus sekolah	Islam	Barang
20	23 Mei 2020 - 06:24 PM	Muhammad Nur Hafid	21	Perampayan	081886112387	SI	muhammadn17@gmail.com	SLTA/kelelahan	UMH Walisongo	Islam	Barang

10. Media sosial manakah yang paling di kunjungi?	21. Alasan untuk melihat/mendengarkan kajian secara langsung	22. Nama-nama buku	23. Alasan memilih untuk melihat
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	recharge	lat. Fach Name	Recharge
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mempertahankan kajian secara langsung	Utami Abdul Samad, Utami Ad-Hidayah	Tugas, Pembinaan, Cerita
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mendapatkan wawasan berbagai	UTAMI AGUS, SRIHADI, SUCI MATHA, UTAMI THALIKUD Dll.	Calakannya mengenai, mengapa dan dampak mengapa jama'ah ke arah yang lebih baik
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mendapatkan ilmu mengenai ilmu keagamaan	shahid basalamah	Saya bisa memahami lebih
Dianggap secara langsung (live)	Siapa	Utami Ad-Hidayah	Cerita
TV	Percakapan (tambahan pengingat diri)	Utami Ad-Hidayah	Agamawi
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mendapatkan ilmu, memperdalam diri	Utami Nur Maulana	Keagamaan, keislaman, keimanan
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Dapat pemahaman lebih	Ad-Hidayah, Bayu Hidayah	Pengalaman-pengalaman
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mendapatkan wawasan	Mahdi Halim dan Habib Bahar	Pada kajian-kajian keagamaan
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Dianggap secara langsung	lat. Fach Abdul Samad	Latifa Aji
TV	Siapa	Utami Ad-Hidayah	Perilaku dan sikap
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Praktis menambah ilmu	UTMI, UMI, UMI dan AA QIN	Cerita dan humoris
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	menambah ilmu, jadi lebih santai	lat. Fach Name	Sumber jelas, menginspirasi, lebih mudah dipahami, jelas bahasa, jama'ah dimana dulu
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	menambah ilmu, jadi lebih santai	lat. Fach Name	Calakannya ringan
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mendapatkan ilmu	lat. Fach Name	Calakannya ringan
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mendapatkan pengetahuan	Prof. Qur'an Mahdi	Calakannya ringan
Dianggap secara langsung (live)	Pengalaman langsung	Mahdi Lathif	Calakannya ringan
Media Baru (YouTube, WhatsApp, Instagram, dll)	Mendapatkan wawasan keagamaan	Mahdi Lathif	Calakannya ringan

14. Apakah anda kenal dengan Kyai Fachrudin Ros ?	15. Jika anda kenal, apakah Kyai Fachrudin Ros mengakui anda ?	16. Apakah sebelumnya pernah bertemu dengan Kyai Fachrudin Ros ?
Ya	Jenderal Tito	Belum
Tidak	No Answer	Belum
Ya	Bapak yang humora, agamis	Pernah
Tidak	No Answer	Belum
Ya	Fachrudin	Pernah
Tidak	No Answer	Pernah
Ya	Kyai unik dan lucu	Pernah
Tidak	No Answer	Belum
Ya	Ujama	Pernah
Ya	diapan saja	Pernah
Ya	Utami, Dosen	Pernah
Ya	Bapak kyai yang mengajarkan suatu ilmu dengan penyampaian sederhana sehingga mampu ditirama oleh semua kalangan	Pernah
Ya	Dosen di umma	Pernah
Ya	Kyai KAT di Muhammadiyah	Pernah
Ya	dosen utami ber kecap dan ramah	Pernah
Ya	dosen utami ber kecap dan ramah	Pernah
Ya	Penceramah, dosen juga	Pernah
Ya	Dosen	Pernah
Tidak	No Answer	Belum
Tidak	No Answer	Belum

17. Apakah anda pernah mengikuti kajian dakwah Kyai Fachrud Rozi ?	18. Jika pernah, menurut anda bagaimana dakwah Kyai Fachrud Rozi ? (Kelebihan dan kekurangan)
Tidak	-
Tidak	No Answer
Ya	Dalam menyampaikan dakwahnya beliau menyajikan dan sering disisipi dengan guyonan, biar jamaah tidak bosan
Tidak	No Answer
Ya	Lucu, menghibur
Tidak	No Answer
Ya	Bahasanya ringan dan pembawaannya sangat segar karena di beri kesan komedi tapi masih sering menggunakan konsep dakwah yg monoton
Tidak	No Answer
Ya	Kalau ceramah kurang lama soalnya lucu materinya mudah diterima dari berbagai kalangan, i love you pak.
Ya	bagus, pwnyamplannya ringan karena diselingi humor humor sehingga membuat pendengarnya tidak mudah bosan.
Tidak	Tidak tahu
Ya	Sempurna
Tidak	Stm tau
Ya	Kocak
Tidak	seru dia lucu dan ringan bahasanya ,tidak ada yg kurang
Tidak	seru dia lucu dan ringan bahasanya ,tidak ada yg kurang
Ya	Kelebihan humoris, dakwahnya singkat dan padat, namun walaupun humoris tapi tetap berisi-kekurangan saya tak tahu
Tidak	Kurang tau, belum lihat
Tidak	No Answer
Tidak	No Answer

19. Jika pernah, apakah anda dapat paham atau pesan yang disampaikan kyai Fachrud Rozi ?	20. Apakah anda menyukai cara penyampaian dakwah dengan gaya humoris ?	21. Apakah anda pernah melihat siaran dakwah "Ngaji Bareng Kyai" di TVRI Jawa Tengah ?
Tidak	Tidak	Tidak
Tidak	Ya	Ya
Ya	Ya	Ya
No Answer	Ya	Tidak
Ya	Ya	Tidak
Tidak	Ya	Tidak
Ya	Ya	Tidak
No Answer	Ya	Tidak
Ya	Ya	Ya
Ya	Ya	Tidak
Tidak	Ya	Tidak
Ya	Ya	Tidak
Ya	Ya	Tidak
Tidak	Ya	Tidak
Ya	Ya	Tidak
Tidak	Ya	Tidak
No Answer	Ya	Tidak
Tidak	Tidak	Tidak

22. Jika pernah, anda akan memberikan benyuk sering untuk siapa benyuk??	23. Pesan apa itu pesan untuk para di media sosial?
No Answer	tepatnya jangan mati
Ya	tegas, Pembinaan
Ya	supaya lebih menjaring anak-anak muda yang buta akan agama
No Answer	tepat semangat menyampaikan pesan agama
No Answer	Tidak sebagai penguatitas
Ya	jadilah manusia yang bisa memanfaatkan manusia
Ya	Penggunaan konsep dan simbolisasi inovasi untuk metode penyampaian pembiasaan-moral diawal jangan terlihat berat
No Answer	Semangat menyebarkan nilai-nilai
Ya	harus tegas dan liris jangan ada keagresifan haye-hayehomik. Guhaer
Ya	untuk tidak menyebarkan nilai-nilai yang kurang baik atau yang sudah ada ketika berdakwah seperti menggosok kakuh
Ya	keberanian dan keadilan
No Answer	meningkatkan kualitas ilmu untuk menalar dalam kehidupan ilmu
Ya	Tuju semangat dan jgn sampai ke diri diri berbudaya
No Answer	komunikatif, mengajarkan dasar-dasar hukum yang benar cara penyampaian, menarik, sumber dasar dari Tuhan kalanya kalanya
Ya	jadilah dia yang memiliki heart dan good looking dan memiliki selera humor yang baik
Ya	jadilah dia yang memiliki heart dan good looking dan memiliki selera humor yang baik
Ya	hati peka dan ringan omong, harus selalu bergula dan terus maju. Hindari soal-soal yang berbau debat yang akan menimbulkan perdebatan yang tidak ada gunanya
No Answer	utamakan ilmu, selalu beradabitas, jernih dan jernih dan jangan menggosok kakuh, atau berhadapan langsung dengan umat untuk jernih berakhlak berkeadilan
No Answer	Tau situasi & kondisi tempat dakwah
No Answer	Agar tak hanya menggonggong teori, namun diarahkan agar ada banyak masalah baru yg terus kita hadapi dengan pilihan yg terbuka

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

NAMA : BAGASUDIN FATHURRIDHO

TEMPAT, TANGGAL LAHIR : PEKALONGAN, 13 FEBRUARI 1998

JENIS KELAMIN : LAKI-LAKI

GOLONGAN DARAH : A

AGAMA : ISLAM

STATUS : BELUM MENIKAH

KEWARGANEGARAAN : WNI

NO . TELP : +6281542996880

E-MAIL : BAGASUDINFR@GMAIL.COM

ALAMAT : RT 02 /RW 08, SUSUKAN,
UNGARAN TIMUR, KAB. SEMARANG

RIWAYAT PENDIDIKAN : 1. RA PERWANIDA UNGARAN 2004
2. SDN 02-04 UNGARAN 2010
3. SMP N 02 UNGARAN 2013
4. SMA N 02 UNGARAN 2016
5. UIN WALISONGO SEMARANG