

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH
KH. AHMAD BAHAUDDIN NURSALIM (GUS BAHA) DI
MEDIA *YOUTUBE***

(Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)



SKRIPSI

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

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah**

Oleh:

Agus Budiyanto

1501026092

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

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar

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 perbaikan sebagaimana mestinya terhadap naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Agus Budiyanto

NIM : 1501026092

Fak./Jur : Dakwah dan Komunikasi/KPI

Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media *Youtube*. (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang)

Dengan ini kami telah menyetujui naskah tersebut dan mohon untuk segera diujikan.

Atas perhatiannya, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 Juni 2022

Pembimbing,



Asep Dadang Abdullah, M.Ag.

NIP. 19730114 200604 1 014

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH KH. AHMAD BHAUDDIN NURSALIM (GUS BAHA) DI MEDIA *YOUTUBE* (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)

Disusun Oleh:
Agus Budiyanto
1501026092

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Juni 2022 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



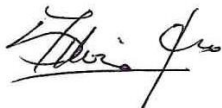
H. M. Alfandi, M.Ag.
NIP. 19710830 199703 1003

Sekretaris/Penguji II



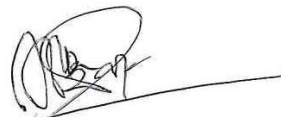
Farida Rachmawati, M.Sos.
NIP. 199107082019032021

Penguji III



Silvia Riskha F, M.S.I
NIP. 198802292019032013

Penguji IV



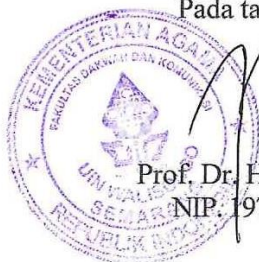
Fitri, M.Sos.
NIP. 198905072019032021

Mengetahui
Pembimbing



Asep Dadang Abdullah, M.Ag
NIP. 19730114 200604 1 014

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal, 30 Juni 2022



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP. 19720410 200112 1003

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agus Budiyanto

Num : 11501026092

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan skripsi yang berjudul :

Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) Di Media Youtube. (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang)

Secara keseluruhan merupakan hasil kerja saya sendiri dan belum pernah diajukan di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali bagian tertentu yang sumbernya dijelaskan didalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 19 Juni 2020

Pembuat Pernyataan



Agus Budiyanto

1501026092

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahillobbil ,,alamin, segala puji dan syukur penulis penjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media *Youtube*. (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang)”.

Sholawat dan salam senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua diakui sebagai umatnya dan mendapat syafa’atnya baik di dunia maupun di akhirat kelak.

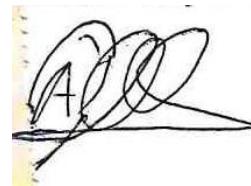
Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati, bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan, baik dari segi tata tulis, substansi, da yang lainnya. Dan penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, do’a dan motivasi dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

- 1) Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
- 2) Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
- 3) H. M. Alfandi, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Ibu Nilnan Ni’mah, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan.
- 4) Bapak Asep Dadang Abdullah, M.Ag, selaku wali studi dan pembimbing atas ilmu, arahan, serta bimbingan yang telah diberikan.
- 5) Segenap Dosen dan Staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas arahan, pengetahuan dan bantuan akademik yang telah diberikan.

- 6) Bapak Kasmuri dan Ibu Sakilah, selaku orang tua penulis yang telah tulus memberikan do'a, kasih sayang, arahan dan dukungan yang tiada henti.
- 7) Kakak Wiwik Widiyanti beserta keluarga, kakak Sugeng Widiyantoro beserta keluarga, atas dukungan, kasih sayang dan bantuan yang telah diberikan.
- 8) Keluarga besar Ponpes Al-Hadid, yang telah menjadi keluarga penulis sewaktu menginjakkan kaki pertama kali di bumi perantauan.
- 9) Keluarga besar KPI-C angkatan 2015, yang telah berproses bersama penulis di UIN Walisongo Semarang.
- 10) Teman-teman dan sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, atas do'a-do'a yang telah dipanjatkan di sepanjang sujudnya.
- 11) Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi maupun skripsi.

Semarang, 10 Januari 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Agus Budiyanto', written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Agus Budiyanto

NIM. 1501026092

PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai tanda bakti dan cinta kasihku yang tulus kepada:

- 1) Bapak Kasmuri dan Ibu Sakilah, selaku orang tua penulis yang telah tulus memberikan do'a, kasih sayang, arahan dan dukungan yang tiada henti.
- 2) Kakak Wiwik Widiyanti beserta keluarga, kakak Sugeng Widiyantoro beserta keluarga, atas dukungan, kasih sayang dan bantuan yang telah diberikan.
- 3) Keluarga besar UIN Walisongo Semarang, khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang menjadi wadah penulis dalam menimba ilmu.

MOTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dengan urusanmu, maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah ayat 6 -8)

ABSTRAK

AGUS BUDIYANTO. 2022. Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media *Youtube*. (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang). Pembimbing Skripsi : Asep Dadang Abdullah, M.Ag.

Media sosial kini menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Media sosial menjadi salah satu alternatif media dakwah yang cukup efektif saat ini seperti you tube. Pesan dakwah atau nasihat-nasihat positif yang masuk akal dan dapat diterima.

Retorika dakwah merupakan seni bicara seorang da'i untuk mempengaruhi orang lain (mad'u) melalui pesan dakwah atau seni berbicara dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al- Qur'an dan Al-Hadits. Dalam penelitian ini penulis menanyakan pendapat mahasiswa terhadap retorika dakwah seorang da'i. Dengan rumusan masalah Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media *Youtube*.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media *Youtube*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode analisis deskriptif . Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Dari seluruh mahasiswa, peneliti mengambil informan sebanyak 17 mahasiswa. Lokus penelitian penulis adalah mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo, mahasiswa yang menjadi informan penelitian kualitatif memungkinkan dilakukan analisis data ketika peneliti berada di lapangan ataupun sesudah kembali dari lapangan baru di adakan analisis. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang cukup memberikan kepuasan kepada mahasiswa, baik dari segi penyampaian. mahasiswa merasa senang dengan cara penyampaian Gus Baha yaitu dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta bertutur kata lembut dan masuk akal. mahasiswa mendapat kemudahan dalam memperdalam pengetahuan keislaman, selain itu mahasiswa juga dapat mengingat kembali kisah mengenai sejarah nabi yang dahulu pernah diceritakan, namun bukan hanya mendengar cerita yang diceritakan saja tetapi mahasiswa bisa melihat tempat yang diceritakan oleh Gus Baha walaupun hanya lewat video yang ditampilkan

Kata Kunci : Persepsi, Retorika Dakwah, Gus Baha, Youtube

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Pendidikan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan
2	ب	b
3	ت	t
4	ث	ṡ
5	ج	j
6	ح	ḥ
7	خ	kh
8	د	d
9	ذ	ẓ
10	ر	r
11	ز	z
12	س	s
13	ش	sy
14	ص	ṣ
15	ض	ḍ

No.	Arab	Latin
16	ط	ṭ
17	ظ	ẓ
18	ع	‘
19	غ	g
20	ف	f
21	ق	q
21	ك	k
22	ل	l
23	م	m
24	ن	n
25	و	w
26	ه	h
27	ء	’
28	ي	y

2. Vokal Pendek

.... = a	كَتَبَ	kataba
.... = i	سُئِلَ	su'ila
.... = u	يَذْهَبُ	yazhabu

3. Vokal Panjang

...ā = ā	قَالَ	qāla
...ī = ī	قِيلَ	qīla
...ū = ū	يَقُولُ	yaqūlu

4. Diftong

أَيَّ = ai	كَيْفَ	kaifa
أَوْ = au	حَوْلَ	ḥaula

Catatan:

Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyyah atau qamariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks Arabnya.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTO	viii
ABSTRAK	ix
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat Peneliti	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II PERSEPSI, RETORIKA DAN YOU TUBE	15
A. Persepsi.....	15
1. Pengertian Persepsi	15
2. Bentuk-Bentuk Persepsi.....	17
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	17
4. Proses Terjadinya Persepsi	20
B. Retorika Dakwah.....	21
1. Pengertian Retorika.....	21
2. Pembagian Retorika	22
3. Teknik Retorika	23

4. Manfaat Retorika	25
5. Pengertian Retorika Dakwah	27
6. Tujuan Retorika Dakwah	30
7. Aspek Pendukung Retorika Dakwah	31
C. You Tube	33
BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG PROFIL KH. AHMAD BAHAUDDIN NURSALIM (GUS BAHA) DAN PROFILE MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG	35
A. Biografi KH. Ahmad Bahaudin Nursalim	35
B. Profil Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi	37
1. Sejarah Singkat Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	37
2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	37
3. Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi	38
C. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang	39
BAB IV PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH KH. AHMAD BHAUDDIN NURSALIM (GUS BAHA) DI MEDIA YOUTUBE	50
BAB V PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	62

DAFRAR TABEL

Table 3. 1	38
Table 3. 2	39
Table 3. 3	39
Table 3. 4	41

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persepsi adalah tanggapan dari sesuatu yang dilihat atau didengar, atau dapat pula bermakna sebagai proses pengamatan pada suatu objek menggunakan panca indera. Persepsi merupakan suatu proses yang di dahului oleh pengindraaan, yaitu di terima stimulus oleh individu melalui indra atau bisa disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan di proses selanjutnya disebut proses persepsi. Proses tersebut mencakup pengindraan setelah informasi diterima oleh alat indra informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi yang sempurna. Mahasiswa adalah seseorang yang belajar di perguruan tinggi setelah menamatkan Sekolah Menengah Atas (SMA).

Persepsi mahasiswa yang dimaksud adalah pendapat seseorang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi mengenai cara mengintegrasikan penerapan kita terhadap hal-hal di sekeliling individu dengan kesan-kesan atau konsep yang sudah ada, dan selanjutnya mengenali benda tersebut.

Di era perkembangan paling mutakhir adalah apa yang dikenal dengan "*Jejaring Sosial*" atau "*Media Sosial*" (Medsos). Seperti, Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, Instagram, dan sebagainya. Belakangan ini, benar mewarnai kehidupan umat manusia di dunia serta menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Tak terkecuali kaum muslimin.

Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang sangat penting dalam Islam. Dengan Dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah, Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan

lenyap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat dari hal-hal yang dapat membawa pada kehancuran (Aziz, 2004 : 37).

Dakwah secara etimologis, berasal dari bahasa arab da'a-yad'u-da'watan yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan yang pelakunya ialah Allah SWT, para Nabi dan Rosul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal sholeh, terkadang juga diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah syetan, orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya. (Muhammad Qodarudin Abdullah, 2019: 2).

Adapun definisi dakwah dalam Islam ialah mengajak ummat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya (Hamzah Ya'qub, 1992: 13). Kewajiban umat Islam itu ialah menggiatkan dakwah agar agama dapat berkembang baik dan sempurna sehingga banyak pemeluk-pemeluknya. Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Imran ayat 104

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ
وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf dan mencegah dari yang munkar mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Kementrian Agama RI, 2012: 63).

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah memerintahkan umat Islam agar diantara mereka ada sekelompok orang yang bergerak dalam bidang dakwah yang selalu memberi peringatan apabila nampak gejala-gejala perpecahan dan pelanggaran terhadap ajaran agama, dengan jalan mengajak dan menyeru manusia untuk melakukan kebajikan, menyuruh kepada ma'ruf dan mencegah yang mungkar.

Sebagai umat Islam memang diwajibkan untuk berdakwah, namun juga harus memperhatikan tatanan serta cara yang terbaik dalam sebuah ladang dakwah, baik pada tempat, waktu, dan objek. Tidak sembarang da'i dapat menyampaikan pelajaran, namun harus diiringi dengan cara yang baik dan indah, dan kebaikan itu bisa didapatkan di dalam menyeleksi obyek yang tepat, metode yang menarik, waktu dan tempat yang sesuai, sehingga dapat menyentuh hati dan perasaan bagi siapa saja yang mendengarnya.

Berbicara mengenai dakwah melalui You Tube banyak ulama atau ustadz yang melakukannya, salah satunya adalah K.H Ahmad Bahaudin Nursalim atau yang sering dikenal dengan sebutan Gus Baha. Gus Baha memiliki cara sendiri dalam menyampaikan dakwah, serta memiliki gaya komunikasi yang berbeda dengan ustadz-ustadz atau pendakwah yang lain. Gus Baha' sendiri adalah seorang kyai yang cukup terkenal di daerah Rembang bahkan di tingkat Nasional. Walaupun Gus Baha mengenyam pendidikan non formal Gus Baha mampu berdakwah dengan sangat baik, retorika yang digunakan juga bagus, Gus Baha bisa menjadi pendakwah yang hebat. Hal ini membuktikan bahwa pendidikan non formal juga mampu menciptakan orang yang hebat. Bagi Da'i muda atau peneliti Gus Baha bisa dijadikan sebagai Role Model sebagai seorang Da'i. Gus Baha terkenal dengan gaya dakwah yang sopan, santun, penuh guyonan, gayanya sederhana, seorang hafidh, Dewan Tafsir, Tim lajnah Mushaf UII dan pengasuh pondok pesantren di Rembang yang sangat disegani serta memiliki ilmu yang luas bahkan diakui oleh Prof. Dr. Quraish Shihab, M.A sehingga tidak heran jika Gus Baha banyak diundang dan diminta untuk mengisi pengajian dan banyak channel youtubanya yang viral, dilihat, dan diikuti ribuan orang.

Bagi seorang da'i ketika akan berdakwah pemilihan serta penguasaan materi memang sangat dibutuhkan, namun itu saja tidak cukup untuk menjadikan dakwah diterima oleh mad'u. Seorang da'i haruslah mengemas pesan dakwah agar dapat mencapai target keberhasilan. Kemampuan memilih dan mengolah kata serta mampu mengungkapkan dengan gaya yang tepat dan mengesankan inilah yang disebut dengan retorika.

Retorika merupakan suatu gaya atau seni berbicara, baik yang dicapai berdasarkan bakat alami atau talenta, maupun berdasarkan keterampilan teknis (Ben Rafanani, 2017: 8). Retorika merupakan seni seorang da'i atau komunikator dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak atau para audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik tanpa ada unsur paksaan (Dwi Candor Trio, 2010: 5).

Gaya retorika dakwah yang digunakan KH Ahmad Bahaudin Nursalim (Gus Baha) adalah monologika karena hanya satu orang yang berbicara dan yang lain hanya mendengarkan serta gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa tidak resmi yang menjadikan dakwahnya terlihat santai dan tidak terlalu tegang sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh mad'unya. Sementara gaya suara yang digunakan oleh Gus Baha yaitu standar (nada 1), tidak terlalu keras dan tidak terlalu tinggi sehingga mad'u terlihat santai dan dalam menyampaikan dakwahnya Gus Baha juga memperhatikan jeda 113 disalah satu kalimat yang dirasa perlu. Adapun gaya gerak tubuh yang meliputi gaya berpakaian yang digunakan Gus Baha sangat sederhana dan sopan yaitu dengan kemeja putih dan sarung dilengkapi dengan peci. Gerak tangan juga digunakan untuk mempertegas tentang dakwah yang dijelaskan (<http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/9626/>, diakses pada 27 febuari 2022)

Sebagai pembicara, Gus Baha tidak hanya menempatkan masyarakat pada posisi penting dalam pembicaraan, tapi juga memenuhi tiga teori penting dalam *public speaking*, yakni *ethos*, *pathos* dan *logos*. Menurut Aristoteles dalam buku Jalaluddin Rakhmat, yang dimaksud dengan *ethos* adalah memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat. *Pathos* adalah dapat menyentuh hati khalayak. Dan *logos* adalah meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau yang kelihatan sebagai bukti (Jalaluddin Rakhmat, 2014: 7). Dengan menggunakan pendekatan seperti ini, ceramah Gus Baha bisa diterima dan disukai oleh jamaahnya. Jadi tidak heran jika akun YouTube banyak menayangkan ceramah ceramah Gus Baha.

Zaman sekarang banyak sekali para pendakwah yang memodifikasi metode dakwahnya dan menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya,

salah satunya yaitu media YouTube. YouTube adalah media yang efektif untuk digunakan berdakwah karena bukan hanya audio saja yang disajikan, tetapi audio dan visual. Jadi masyarakat dapat mendengarkan dan menyimak dakwahnya sekaligus melihat gambarnya. Dengan adanya situs YouTube maka mempermudah penggunaanya dalam mengakses video yang sedang viral dan ingin dilihat kapanpun dan dimanapun tanpa harus menunggu munculnya di televisi. Karena pemilihan media yang tepat, maka akan menunjang keberhasilan dakwah bagi setiap para da'i.

Video dakwah Gus Baha yang di unggah ke media YouTube banyak dibagikan oleh para pengguna internet ke berbagai media sosial lainnya. Salah satu contoh video dakwahnya yang berjudul "Islam Dijaga Langsung Oleh Allah Bukan Organisasi Atau Ulama" ini dibagikan melalui akun YouTube Media Islami berdurasi 35 menit 28 detik dan sudah 3 juta kali ditonton. Video ini pun sempat menjadi trending topic atau paling banyak ditonton oleh warganet. Hal ini yang menyebabkan gus baha semakin dikenal oleh masyarakat luas. (<https://www.youtube.com/watch?v=ubjmszJQr58>, diakses pada 27 September 2021)

Mahasiswa merupakan orang yang belajar di Perguruan Tinggi (Departemen Pendidikan Nasional, 2007: 863). Mahasiswa menggunakan media YouTube sebagai salah satu media pembelajarannya. Seperti mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, mereka menggunakan media YouTube dalam mencari video dakwah, kemudian bagaimana materi, gaya bahasa serta penyampaian pesan yang baik agar diterima oleh mad'u. Karena mahasiswa yang sudah mendekati tingkat akhir akan melakukan praktek secara langsung di lingkungan masyarakat dan juga mahasiswa harus bisa mempraktekan di dalam masyarakat.

Berangkat dari pemaparan di atas, penulis tergugah untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Media Youtube, dalam penelitian ini penulis mengambil Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap retorika dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di media *You Tube* ?

C. Tujuan Dan Manfaat Peneliti

1. Tujuan Peneliti

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap retorika dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di media you tube.

2. Manfaat Peneliti

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap penelitian selanjutnya di bidang retorika dakwah, khususnya di bidang Komunikasi Penyiaran Islam.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian dapat memperkaya khasanah keilmuan yang positif kepada khalayak umum. Dan dapat menjadi pijakan bagi pelaksana dakwah.

D. Tinjauan Pustaka

Kajian pustaka merupakan penelitian untuk mempertajam metodologi, memperkuat kajian teoritis dan memperoleh informasi mengenai penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti lain (Danim.2002:105). Penulis melakukan penggalan informasi dan melakukan penelusuran buku dan tulisan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan pembahasan proposal ini untuk dijadikan sebagai sumber, acuan dalam penelitian ini dan ada beberapa karna yang memiliki bahasan yang sama namun dengan fokus masalah yang berbeda diantaranya

Petama skripsi Aisatul Cholifah, tahun 2018 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. dengan judul “Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube(analisis semiotik gaya bahasa dan

bahasa tubuh dalam ceramah “pemuda masa’ gitu””. Dalam penelitian ini, penulis lebih memfokuskan pada retorika dakwah ustadzah Haneen Akira pada ceramahnya yang bertema “pemuda masa’ gitu” di *YouTube*. Disini penulis menganalisis gaya bahasa dan bahasa tubuhnya satu persatu yang terdapat dalam video yang berdurasi 28 menit 47 detik tersebut dengan menggunakan analisis semiotik Ferdinand De Saussure. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu ustadzah Haneen Akira menggunakan bahasa yang bervariasi yakni: bahasa tidak resmi dan bahasa percakapan. Serta bahasa tubuhnya juga tidak banyak dan cenderung sangat sederhana. Hanya menoleh ke kanan, ke kiri, mengangkat tangannya, dan menutup tangannya kedepan

Kedua Muhammad Harith bin Mohd Noh (2017), berjudul Persepsi Mahasiswa Terhadap Dakwah melalui Nasyid Modern (Studi pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang). Penelitian ini bertujuan mencari bagaimana persepsi Mahasiswa UIN Raden Fatah terhadap Nasyid Modern. Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif dengan Metode Observasi, dokumentasi dan angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 40 orang responden mendapat persepsi yang sedang dan materi dakwah melalui nasyid modern juga berada pada tahap sedang manakala terdapat hubungan yang sangat kuat antara persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang terhadap dakwah melalui nasyid modern.

Ketiga, Kutsi Afifudin, 2017 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, dengan judul “Retorika Dakwah K.H Anwar Zahid di youtube (Pengajian Maulid Nabi di Desa Poso Kec. Winong, Kab. Pati) Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa ceramah K.H Anwar Zahid dilakukan dengan humoris serta bahasanya ceplas-ceplos dan memakai qias, walaupun demikian K.H Anwar Zahid tidak mengesampingkan kualitas isi ceramahnya. Tidak lupa K.H Anwar Zahid menyampaikan isi materinya memakai gerak tubuhnya seperti tangan, kepala. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang gaya retorika dakwah dan menggunakan media youtube. Perbedaan penelitian ini terletak pada subyek yang diteliti. Penelitian terdahulu

meneliti tentang retorika K.H Anwar Zahid, peneliti sekarang meneliti persepsi mahasiswa terhadap retorika K.H Ahmad Bahaudin Nursalim (Gus Baha’) di media *you tube*.

Keempat Skripsi Siti Dewi Wulandari tahun 2018 Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media Youtube(Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)” dalam peneliti retorika dakwah ustadz Abdul Somad jika dilihat dari segi gaya bahasa menggunakan bahasa yang mudah dipahami, seperti bahasa sehari-hari. Bahasa yang digunakan juga tidak berbelit- belit, menggunakan bahasa yang bagus, sistematis, tidak monoton, dan menyesuaikan dengan *mad’unya*. Sedangkan jika dilihat dari segi gaya suara ustadz Abdul Somad masih khas dengan logat daerah asalnya yaitu logat melayu, walaupun masih kental dengan logatnya, artikulasi atau pelafalannya dalam menyampaikan dakwah jelas, tegas, lantang, serta mampu menyesuaikan tinggi dan rendahnya suara. Sehingga apa yang disampaikan oleh Gus Baha mudah untuk dimengerti dan di pahami. Dan dalam berdakwah, ustadz Abdul Somad menggunakan beberapa teknik retorika, yaitu teknik *persuasif* yang berarti dapat mempengaruhi orang lain melalui psikologis, *rekreatif* yaitu menghibur khalayak atau mad’u dengan humor-humor yang segar, dan *logos* yang berarti meyakinkan khalayak melalui logika. Dengan menggunakan ketiga teknik ini, maka ustadz Abdul Somad mampu membius khalayak oleh pesan dakwah yang disampaikan olehnya. Penelitian terdahulu meneliti Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media Youtube dan objeknya Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, sedangkan peneliti sekarang meneliti Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahaudin Nursalim (Gus Baha’) dan objeknya Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

Kelima Skripsi Mochammad Syahrul Gunawan 2020 Fakultas Dakwah IAIN Salatiga dengan judul “Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam Youtube”

Gaya retorika dakwah yang digunakan KH Ahmad Bahaudin Nursalim (Gus Baha) adalah monologika karena hanya satu orang yang berbicara dan yang lain hanya mendengarkan serta gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa tidak resmi yang menjadikan dakwahnya terlihat santai dan tidak terlalu tegang sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh mad'unya. Sementara gaya suara yang digunakan oleh Gus Baha yaitu standar (nada 1), tidak terlalu keras dan tidak terlalu tinggi sehingga mad'u terlihat santai dan dalam menyampaikan dakwahnya Gus Baha juga memperhatikan jeda disalah satu kalimat yang dirasa perlu. Adapun gaya gerak tubuh yang meliputi gaya berpakaian yang digunakan Gus Baha sangat sederhana dan sopan yaitu dengan kemeja putih dan sarung dilengkapi dengan peci. Gerak tangan juga digunakan untuk mempertegas tentang dakwah yang dijelaskan. Penelitian terdahulu meneliti retorikanya, peneliti sekarang meneliti persepsi dan objek berbeda

E. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (sugiyono, 2006: 1).

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, yakni penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Margono, 2003 : 36). Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari dan menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi (Rahmat, 2009 : 24). Penulis menggunakan metode ini karena ingin memperoleh gambaran di lapangan mengenai persepsi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang angkatan 2019 terhadap dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di media YouTube.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang

tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Metode deskriptif menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Imam Suprayogo dan Tabroni, 2003: 71).

2. Definisi Konseptual

Penelitian ini selayaknya mempunyai konsep yang jelas bagi unsur-unsur masalah yang diteliti. Oleh karena itu perlu adanya batasan definisi dari judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Media *Youtube* (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Walisongo Semarang)”.

Maka dari itu, penulis menggunakan indikator sebagai rujukan pertanyaan, seperti berikut;

- a) Persepsi adalah Pandangan, pendapat, atau pemahaman individu terhadap suatu fenomena atau objek. Meskipun setiap individu mendapat stimulus yang sama, namun hanya stimulus yang menarik perhatian individu yang akan mendapatkan respon.
- b) Mahasiswa secara harfiah adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa.
- c) Retorika dakwah adalah kependayan menyampaikan ajaran islam secara lisan guna terwujudnya situasi dan kondisi yang islami.

3. Sumber Data

Penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2006 : 225). Data primer dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Tahun angkatan 2019 mengenai persepsi mahasiswa terhadap retorika dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Media *Youtube* (sugiyono, 2006: 1).

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk

memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan (Nazir, 1991 : 211). Dalam hal ini peneliti akan menggunakan Teknik analisis *interaktif*. Informan ditetapkan secara sengaja oleh peneliti. Didasarkan atas kriteria atau pertimbangan tertentu, jadi tidak melalui proses pemilihan sebagaimana yang dilakukan dalam teknik *random* (Faisal, 2005 : 67). Informan Penelitian ini mengambil informan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang Tahun angkatan 2019. Namun tidak semua mahasiswa akan menjadi responden dalam penelitian. Peneliti akan memilih 17 informan yang sesuai dengan kriteria yang peneliti buat, yaitu :

- a. Mahasiswa yang pernah/ aktif melihat dakwah Gus Baha di youtube
- b. Telah mengambil Mata Kuliah retorika dakwah

Agar dapat memperoleh data yang relevan dengan fokus tujuan, maka pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan dua teknik, yakni:

- a) Metode Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Peneliti melakukan wawancara terstruktur kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang menyaksikan video dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media Youtube. Namun tidak semua mahasiswa akan menjadi informan, karena peneliti menggunakan Teknik analisis interaktif. Pengambilan informan dengan Teknik analisis interaktif adalah menurut Miles dan Huberman yaitu dalam penelitian kualitatif memungkinkan dilakukan analisis data ketika peneliti berada di lapangan ataupun sesudah kembali dari lapangan baru di adakan analisis. Dalam penelitian ini analisis data telah dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Peneliti telah menentukan syarat informan sesuai dengan kriteria penjelasan diatas

b) Dokumentasi

Dokumen atau dokumentasi dalam penelitian mempunyai dua makna yang sering dipahami secara keliru oleh peneliti pemula. Pertama dokumen yang dimaksudkan sebagai alat bukti tentang sesuatu, termasuk catatan-catatan, rekaman video atau apapun yang dihasilkan oleh seorang peneliti. Kedua, dokumen merupakan sumber yang memberikan data atau informasi atau fakta kepada peneliti (Ibrahim, 2015:93)

Dokumentasi berupa catatan atau data yang didapatkan untuk melengkapi hasil dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Baik berupa tulisan maupun foto atau yang lainnya yang dapat memberikan informasi. (dokumen yang diperlukan di sini fokuskan terkait mahasiswa FDK Walisongo)

5. Analisa Data

Analisa data adalah proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, mengenai materi-materi tersebut, dan untuk memungkinkan menyajikan apa yang sudah anda temukan kepada orang lain (Emzir, 2010: 85).

Dalam hal ini penulis menggunakan analisa kualitatif, artinya bahwa data yang terkumpul tersebut kemudian digambarkan dengan kata-kata, dipisahkan menurut pola berfikir induktif, yaitu melihat fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara khusus kemudian digeneralisasikan bersifat umum (Sutrisno Hadi, 1991: 162).

Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif 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.

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Data yang di dapat dari lapangan pastilah sangat banyak, sehingga data perlu di perlu dicatat secara rinci serta teliti. Semakin lama penelitian dilakukan maka data yang di dapat pun akan semakin banyak, proses reduksi data ini diperlukan agar gambaran yang

didapatkan lebih jelas sehingga memudahkan untuk meneliti data tersebut.

Adapun Reduksi data atau kondensasi data adalah “*a form of analysis that sharpens, sorts, focuses, discards, and organizes data in such a way that ‘final’ conclusions can be drawn and verified.*” (suatu bentuk analisis yang mengasah, menjeniskan, memfokuskan, membuang dan menyusun data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diteguhkan)

2. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data ini bisa berupa bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori *flowchart* dan sejenisnya. Namun pada penelitian ini data disajikan dalam bentuk naratif teks.

“*Looking at displays helps us understand what is happening and to do something, either analyze further or take action, based on that understanding.*”⁷⁷ Maksudnya ialah, penyajian data dapat membantu peneliti lebih memahami suatu kejadian dan tahu apa yang harus dilakukan. Penyajian data juga membantu dalam menganalisis data lebih lanjut atau mengambil tindakan berdasarkan pemahaman peneliti.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian adalah sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya. Adapun kesimpulan dapat berupa gambar ataupun deskripsi dari suatu objek baik jelas maupun samar-samar. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang disumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penelitian skripsi, peneliti membuat sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian (meliputi : Jenis dan pendekatan penelitian, Sumber data, Teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data) dan sistematika penulisan

BAB II: KAJIAN TEORI PERSEPSI, RETORIKA DAKWAH DAN YOU TUBE

Bab ini berisi mengenai penjelasan persepsi, proses terjadinya persepsi.

Retorika, *You Tube* Pengertian, Sejarah, Fitur, dan sebagainya

BAB III: GAMBARAN UMUM PROFIL GUS BAHA, FAKULTAS DAKWAH KOMUNIKASI UIN WALISONGO DAN WAWANCARA MAHASISWA

Bab Ini Akan Dibahas Tentang Gambaran Gambaran Umum Profil Gus Baha, Fakultas Dakwah Komunikasi UIN Walisongo Dan Hasil Wawancara Mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi terhadap Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media *You Tube*

BAB IV: ANALISIS

Bab ini peneliti menganalisis Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang Terhadap Retorika Dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Media *You Tube*

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Adapun bagian akhir dalam skripsi ini berisi daftar pustaka dan riwayat hidup peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

BAB II

PERSEPSI, RETORIKA DAN YOU TUBE

A. Persepsi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi (dari bahasa Latin *perceptio, percipio*) adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai media molekul bau (aroma), dan pendengaran yang melibatkan gelombang suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi di luar kesadaran.

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia di sekelilingnya. Persepsi dalam kamus diartikan sebagai proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus diperoleh dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak (Alo Liliweri M.S, 2011: 157).

Dalam buku pengantar umum psikologi, persepsi yaitu kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan (Sarlito Wirawan Sarwono, 1976 :39). Beberapa pendapat di atas menyatakan bahwa persepsi dapat diartikan sebagai tanggapan atau pesan yang diberikan seseorang setelah melakukan pengamatan terhadap suatu objek.

Pada saat memberikan suatu tanggapan tertentu pada suatu objek, tentu adanya suatu proses mempersepsi terlebih dahulu, sebagaimana Bimo Walgito menyatakan: Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh

penginderaan (Bimo Walgito, 1999 :54)). Penginderaan merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses yang mendahului terjadinya persepsi. Proses penginderaan terjadi setiap saat, yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu, dengan dunia luarnya.

Dengan persepsi, individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan lingkungan yang ada di sekitarnya, apa yang dilihat dan juga tentang diri individu yang bersangkutan. Persepsi itu akan terjadi apabila adanya rangsangan dari luar diri individu seperti informasi, kejadian dan lain-lain.

Menurut Joseph A. Devito yang dikutip oleh Faizah Muchsin mengemukakan persepsi adalah “proses dimana kami menjadi sadar akan objek atau peristiwa dalam lingkungan melalui ragam indera kami, penglihatan, pengrahan, penciuman dan pengecap. Persepsi juga tentang pengalaman objek, peristiwa-peristiwa dan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan serta memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru (Faizah Muchsin, 2012: 151).

Senada dengan pendapat di atas, Desiderato dalam buku Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan bahwa “persepsi itu merupakan pengalaman terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 50).

Dari beberapa pengertian persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tindakan penilaian dalam pemikiran seseorang setelah menerima stimulus dari apa yang dirasakan oleh pancaindranya. Stimulus tersebut kemudian berkembang menjadi suatu pemikiran yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi

2. Bentuk-Bentuk Persepsi

Bentuk-bentuk Persepsi yaitu: melalui alat indra pendengaran, persepsi melalui indra penciuman, persepsi melalui indra pengecap, dan persepsi melalui kulit atau perasa (Bimo Walgito, 2010: 124). Sedangkan menurut Irwanto yaitu:

- a) Persepsi positif yaitu tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan.
- b) Persepsi negatif, yaitu tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak terhadap objek yang dipersepsikan (Irwanto. 2002: 71).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Munculnya suatu persepsi positif atau persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu objek yang dipersepsinya.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi bisa berbeda-beda karena dipengaruhi oleh berbagai faktor personal, fungsional dan struktural. Diantara factor yang besar pengaruhnya dalam mempersepsi sesuatu adalah perhatian, konsep fungsional dan konsep structural (Achmad Mubarak, 1997: 111). Persepsi yang dilakukan masing-masing individu tentunya berbeda-beda

Cara mempersepsikan situasi sekarang tidak bisa terlepas dari adanya pengalaman sensoris terdahulu. Kalau pengalaman terdahulu itu sering muncul, maka reaksi kami selalu menjadi kebiasaan secara ilmiah benar

mengingat respon-respon perceptual yang ditunjukkannya. Mungkin Sembilan puluh persen dari pengalaman-pengalaman sensoris sehari-hari dipersepsikan dengan kebiasaan yang didasarkan pada pengalaman terdahulu yang diulang-ulang (Dimiyati Mahmud, 1990: 41).

Oleh karena itu apa yang dipersepsikan pada suatu waktu tertentu akan tergantung bukan saja stimulusnya sendiri, tetapi juga pada latar belakang beradanya stimulus itu. Seperti pengalaman sensoris yang terdahulu, perasaan kami pada waktu itu, prasangka-prasangka, keinginankeinginan, sikap dan tujuan.

Berikut ini dikemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, menurut para ahli bahwa ada tiga faktor penting yang mempengaruhi persepsi yaitu pengetahuan (*knowledge*), harapan (*expectation*) dan penilaian (*evaluation*) (Davidoff Linda, 1988: 248).

Keadaan orang yang mempersepsi dipengaruhi oleh harapan dan penilaian terhadap stimulus seseorang apabila memiliki pengaruh yang baik terhadap situasi tertentu, demikian sebaliknya. Pandangan manusia dalam mempersepsi sesuatu sesuai dengan pengalaman dan harapan yang ada pada dirinya, sehingga persepsi seseorang terhadap sesuatu dapat bersifat efektif dan berubah.

Menurut Robbins dan Judge, ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu: (1) *preceiver*, orang yang memberikan persepsi, (2) target, orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi, (3) situasi, keadaan pada saat persepsi dilakukan (Wibowo, 2013: 60).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi persepsi yaitu:

a. Faktor perhatian

Perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 51). Penarik perhatian, bisa datang dari luar (eksternal), bisa juga dari dalam diri yang bersangkutan (internal). Faktor luar (eksternal) yang secara psikologis menarik perhatian biasanya disebabkan karena hal itu mempunyai sifat-sifat yang menonjol dibanding stimuli yang

lain, misalnya karena bergerak sementara yang lain diam, atau karena adanya unsur kontras, kebaruan atau perulangan (Achmad Mubarak, 1997: 110).

b. Faktor fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi antara lain factor kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya (Achmad Mubarak, 1997: 114). Menurut Krech dan Crutch Field sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat maksud dari empat faktor yang mempengaruhi persepsi di atas yaitu:

- 1) Kebutuhan: Merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita.
- 2) Kesiapan mental: Kesanggupan penyesuaian atau penyesuaian sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubunganhubungan sosial yang berhasil.
- 3) Suasana emosional: Secara hipnotis diciptakan tiga macam suasana emosional, yaitu suasana bahagia, suasana kritis dan suasana gelisah.
- 4) Latar belakang budaya: Merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 56).

c. Faktor struktural

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Menurut teori *Gestalt* bila seseorang mempersepsi sesuatu, maka ia mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan, bukan bagian-bagiannya, lalu menghimpunnya (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 57).

Sebagai contoh ketika berjumpa seorang kiai alim di desa, yang tengah mengenakan pakaian yang lusuh dan penuh tambalan, maka ia dipersepsi sebagai seseorang yang sangat sederhana, meski bajunya tambalan tetapi bersih (penghargaan), ketika pakaian itu dikenakan oleh seorang seniman terkenal, maka ia dipersepsi sebagai orang yang nyentrik (netral), tetapi ketika pakaian yang sama dikenakan oleh seorang penjahat, maka ia dipersepsi sebagai orang jelek yang pakaiannya awut-awutan (negatif) (Achmad

Mubarok, 1997: 115). Demikianlah, stimuli yang ditangkap indera dipersepsi menjadi informasi, dan kemudian disimpan di dalam memori.

4. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi terjadi melalui suatu proses, dimulai ketika dorongan diterima melalui pengertian. Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian disaring, sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang menyertai beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kami dan mengabaikan informasi lainnya dinamakan *selective attention* atau *selective perception*. *Selective attention* dipengaruhi oleh karakteristik orang atau objek yang dipersepsikan, terutama besaran, intensitas, gerakan, pengulangan dan keaslian. *Selective attention* dipicu oleh sesuatu atau orang yang mungkin di luar konteks, seperti mendengar seseorang berbicara dengan aksen asing (Wibowo, 2013: 61).

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses diterimanya stimulus melalui pancaindra, lalu stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi (Dimiyati Mahmud, 1990: 57).

Dari segi psikologis, dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen:

- a. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar.
- b. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang, iterpretasi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, motivasi, kepribadian dan kecemasan.
- c. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai (Dimiyati Mahmud, 1990: 54).

Proses terjadinya persepsi apabila informasi yang datang dari luar diri individu melalui panca indera, seperti: mata, telinga, lidah, dan kulit. Kemudian rangsangan diterima, setelah itu baru dilakukan proses penyadaran oleh individu tersebut. Setiap individu mempunyai pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda terhadap rangsangan yang diterimanya, sehingga hasil persepsinya juga berbeda.

Bila yang dipersepsi dirinya sendiri sebagai objek persepsi, inilah yang disebut persepsi diri (*self-perception*). Karena dalam persepsi itu merupakan aktivitas yang *integrated*, maka seluruh apa yang ada dalam diri individu akan ikut berperan dalam persepsi tersebut (Dimiyati Mahmud, 1990: 55).

B. Retorika Dakwah

1. Pengertian Retorika

Retorika adalah suatu seni berbicara, “*the art of speech*” (Inggris) atau “*de kunst derwelsprekenheid*” (Belanda). Dengan demikian titik berat retorika merupakan seni atau kepandaian praktis dan dianggap bukan suatu ilmu pengetahuan (Hamzah Ya’qub, 1992: 99).

Seni kepandaian berbicara dibutuhkan dalam banyak medan kehidupan manusia dalam hubungannya dengan manusia lain. Meskipun sudah timbul berbagai alat komunikasi (media) yang lebih modern, namun retorika ini masih tetap menjadi keharusan. Pidato yang baik dan tepat juga dapat menggetarkan jiwa dan mempengaruhi si pendengar apabila menggunakan retorika.

Dalam buku ilmu komunikasi, retorika berarti ilmu bicara. pengertian tersebut menunjukkan bahwa retorika mempunyai pengertian sempit: mengenai bicara, dan pengertian luas: penggunaan bahasa, bisa lisan, dapat juga tulisan.

Retorika yang diartikan “*The Art Of Persuasion*” oleh Aristoteles, adalah ilmu kepandaian berpidato atau tehnik dan seni berbicara di depan umum. Berbicara yang efektif, menyenangkan, memiliki daya tarik, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik

pendengar maka dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa yang telah kami sampaikan.

Menurut Rhicard E. Young L. Becker dan K.L. Pike dalam buku “*Rhetoric Discovery and Change*” mengatakan bahwa, Retorika adalah ilmu yang mengajarkan masalah wicara, tutur kata secara heristik, epistemologi, untuk membina saling pengertian dan kerja sama. Pengembangan retorika, penerapan dan penyebar luasannya di kalangan calon pemimpin-pemimpin, para da’i-da’iyah dan juru penerang dalam bidang apapun yang menyangkut pembangunan adalah hal yang sangat mutlak (A. H. Hasanuddin, 1982: 14).

Retorika juga dikenal dalam bahasa arab sebagai *khutbah* dan *muhadhoroh*. Dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah *pidato*. Secara umum retorika ialah seni atau teknik persuasi menggunakan media oral atau tertulis. Dalam pemaknaannya, retorika diambil dalam bahasa Inggris *rhetoric* bersumber dari perkataan latin *rhetorica* yang berarti ilmu berbicara (Firiana Utami Dewi, 2013: 59).

Apabila seseorang mampu untuk beretorika, maka seseorang tersebut harus mampu juga mempertanggungjawabkan pemilihan kata dan nada bicara yang sesuai dengan tujuan, ruang, waktu, situasi, dan siapa lawan bicara yang dihadapinya.

Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam bahasa percakapan atau bahasa populer, retorika berarti pada tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, atas cara yang lebih efektif, mengucapkan kata-kata yang tepat, benar dan mengesankan (Ben Rafanani, 2017: 8).

2. Pembagian Retorika

Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa (*Linguistik*), khususnya ilmu bina bicara (*Sprecherziehung*). Retorika sebagai bagian dari ilmu bina bicara ini mencakup:

a. Monologika

Monologika adalah ilmu tentang seni berbicara secara monolog, dimana hanya seorang yang berbicara. Bentuk-bentuk yang tergolong

dalam monologika adalah pidato, kata sambutan, kuliah, makalah, ceramah dan deklamasi (Dori Wuwur Hendrikus, 1991: 16).

b. Dialogika

Dialogika adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, dimana dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam satu proses pembicaraan. Bentuk dialogika yang penting adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.

c. Pembinaan Teknik Bicara Efektifitas monologika dan dialogika tergantung juga pada teknik bicara. Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika. Oleh karena itu pembinaan teknik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Dalam bagian ini perhatian lebih diarahkan pada pembinaan teknik bernafas, teknik mengucap, bina suara, teknik membaca dan bercerita (Dori Wuwur Hendrikus, 1991: 17).

Dengan adanya tiga bagian ini dalam retorika, maka kita dapat menempatkan diri sesuai dengan apa yang ingin kita sampaikan.

3. Teknik Retorika

Dalam menyampaikan suatu pesan kepada khalayak, maka diperlukan teknik retorika agar pesan yang disampaikan tersebut dapat diterima. Adapun teknik retorika menurut Jalaluddin Rakhmat yaitu: (Jalaluddin Rakhma, 2014: 102).

a) Informatif

Yaitu bertujuan untuk menyampaikan informasi. Biasanya informasi yang disampaikan merupakan wawasan baru yang dimiliki oleh seseorang. Dan khalayak diharapkan untuk mengetahui dan mengerti.

b) Persuasif

Yaitu proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Teknik persuasif bersifat mempengaruhi pendengar.

Dalam teknik persuasif terdapat formula segitiga retorika, yaitu metode yang sangat berguna untuk menyusun kalimat-kalimat yang tepat dalam penerapan prinsip persuasi. Aristoteles menerangkan bahwa model persuasi berdasarkan segitiga retorika terdiri dari:

1) *Ethos* (etika/kredibilitas)

Yaitu karakter, intelegensi (pengetahuan yang luas), dan niat baik yang dipersiapkan dari seorang pembicara. Gaya retorika merupakan *ethos* dalam menyampaikan pesan dakwah (Kholid Noviyanto Dan Sahroni A. Jaswadi, 2014: 123). Tujuan teknik *ethos* ialah untuk memberikan penerangan kepada pendengar melalui pengetahuan luas (Rozita, Charlina, Mangatur Sinaga, 2018: 6).

Ada tiga kategori *ethos* yaitu *phronesis* atau kemampuan dan kebijaksanaan yang berarti kepakaran dan kecerdasan sang pembicara. Yang kedua adalah *arete* atau kebaikan dan kehebatan sang pembicara yang dinilai sebagai kredibilitas serta reputasinya. Dan yang terakhir adalah *eunoia* atau niat baik komunikator kepada *audiensnya*. (<https://tipsmotivasi.com/2012/09/22/teori-persuasi-formula-segitiga-retorika>. Diakses pada 10/05/2021). Ketiga unsur ini penting karena berkaitan dengan penerimaan pendengar terhadap moralitas dan integritas dari orang yang berbicara.

2) *Phatos* (emosi)

Yaitu penyampaian ajakan menggunakan efek emosi positif maupun negatif (menyentuh hati khalayak) (Reza Pahlevi Apipudin, 2015: 243). Tujuan teknik *phatos* berupa harapan untuk menarik perhatian pendengar. Penyampaian argumentasi *phatos* inilah yang menguatkan unsur persuasinya. *Phatos* adalah penentu dari persetujuan pendengar pada pemaparan sang pembicara.

3) *Logos* (logika)

Yaitu meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti. Melalui teknik ini berarti anda mendekati khalayak lewat otaknya (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 7). Struktur bahasa yang rasional dan proporsional akan

ditangkap dengan jelas oleh pikiran para pendengar. Kejelasan dari alasan-alasan serta bukti-bukti yang kuat akan mendorong pesan dan argumen menjadi semakin persuasif. Atau *logos* juga bisa diartikan sebagai pengungkapan fakta dan logika.

c) **Rekreatif**

Teknik ini memiliki tujuan utama yaitu untuk menghibur pendengar. Seperti menggembarakan, melepaskan ketegangan, menggairahkan suasana, atau sekedar memberikan selingan yang enak setelah rangkaian acara yang melelahkan (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 125). Dengan adanya teknik rekreatif dalam ceramah, diskusi ataupun seminar maka penyampaian akan lebih bervariasi dan yang mendengar pun tidak akan merasa bosan.

4. Manfaat Retorika

Terkadang kami sering tidak sadar seberapa pentingkah berbicara dalam kehidupan. Banyak orang berbicara semauanya, seenaknya tanpa memikirkan apa isi dari pembicaraan mereka tersebut. Sebenarnya berbicara mempunyai artian mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai tujuan tertentu. Tapi sering kali mengalami kesulitan dalam mengungkapkan maksud dan isi pikiran kami kepada orang lain.

Sejak awal kemunculannya, retorika dianggap sebagai ilmu yang amat bermanfaat untuk mempengaruhi pendapat umum (Nengah Martha, 2010: 65). Aristoteles saat itu malah sudah merumuskan empat manfaat atau kegunaan dari retorika, yaitu:

a. Retorika menuntun penutur dalam mengambil keputusan.

Apa yang terjadi dalam kehidupan ini, menurut Aristoteles ada hal yang memang tidak benar tetapi cenderung mengalahkan lawannya tanpa mempertimbangkan kebenaran. Yang pertama tampak misalnya pada fakta-fakta kehidupan, sedang yang kedua terlihat dari perwujudan perasaan atau *appeal* negatif terhadap fakta-fakta tersebut. Misalnya: ketidaksukaan, kemarahan dan sebagainya. Untuk

itu Aristoteles menegaskan kembali bahwa retorika adalah sarana yang dapat menuntun penutur dalam mengambil keputusan yang benar (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 125).

b. Retorika mengajar penutur dalam memilih argumen

Menurut Aristoteles, argumen dibedakan menjadi dua jenis, yakni argumen artistik dan argumen nonartistik. Argumen artistik diperoleh dari pokok persoalan atau topik yang ditampilkan, sedang argumen nonartistik diperoleh dengan melihat fakta-fakta yang ada disekamir topik, baik yang terkait langsung maupun yang tidak terkait langsung dengannya (Nengah Martha, 2010: 66).

c. Retorika mengajar penutur dalam mempersuasi

Dalam hubungan ini, tampak sekali misalnya ketika retorika mengajarkan bagaimana menata tuturan secara sistematis, memilih materi bahasa yang tepat untuk mewedahi unit-unit topik, dan menampilkannya menurut cara-cara yang efektif.

d. Retorika membimbing bertutur secara rasional

Seperti telah disebut di atas, bahwa dalam realitas kehidupan ada sesuatu yang benar, dan ada sesuatu yang salah tetapi diperjuangkan. Karena itu, untuk memperjuangkan kebenaran yang pertama demi mengimbangi kesesatan yang dibenar-benarkan, seorang penutur perlu memanfaatkan retorika. Dengan bertutur secara rasional inilah, penutur akan sangat dibantu menghindari kekonyolan-kekonyolan yang mungkin ia buat, sebagai akibat ketidakmampuannya menuturkan topik itu. Keuntungan lain, bahwa tuntunan rasional akan mempercepat tersingkapnya ketidakbenaran (Nengah Martha, 2010: 66).

Lebih dari pada itu, retorika sangat penting bagi kehidupan keseharian tiap individu dan masyarakat hingga saat ini, apapun latar belakangnya. Mayoritas orang tiap hari berinteraksi dengan orang lain. Ia tidak seharusnya berperilaku buruk dalam interaksi supaya kehidupannya tidak sulit (Zainul Maarif, 2010: 5).

Menurut penulis, kehidupan harus berinteraksi dengan cara yang baik, karena akan melahirkan kehidupan aman dan sejahtera dari interaksi yang baik, sedangkan berinteraksi dengan lingkungan dengan cara yang tidak baik, maka keadaanpun akan sulit dan tidak akan membaik.

5. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits (Abdullah, 2009: 113). Retorika dakwah juga merupakan cabang dari ilmu komunikasi yang membahas tentang menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara agar pesan kami dapat diterima.

Adapun seni yang diajarkan oleh Al-Qur'an sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nahl ayat 125.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۚ

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”. (Kementrian Agama RI. 2012: 281).

Dalam Surat An-Nahl ayat 125 menjelaskan bahwa ada beberapa metode retorika dakwah, yaitu:

1. Dakwah bil Hikmah

Menurut al-Qathany yang dikutip oleh Ilyas Ismail dan Prio Hutman, hikmah dalam konteks metode dakwah tidak dibatasi hanya dalam bentuk dakwah dengan ucapan yang lembut, *targhib* (nasihat motivasi), kelembutan dan amnesti, seperti selama ini dipahami orang. Lebih dari itu, hikmah sebagai metode dakwah juga meliputi seluruh

pendekatan dakwah dengan kedalaman rasio, pendidikan (*ta'lim wa tarbiyyah*), nasihat yang baik (*mau'iza al-hasanah*), dialog yang baik pada tempatnya, juga dialog dengan para penentang yang zalim pada tempatnya, hingga meliputi kecaman, ancaman, dan kekuatan senjata pada tempatnya (Ilyas Ismail, Prio Hutman, 2011: 202).

Kata "*Hikmah*" dalam Al-Qur'an disebut sebanyak 20 kali baik dalam bentuk nakiroh maupun ma'rifah, bentuk masdarnya "*hukman*" yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah, jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kezaliman, jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah. Pada kalangan tarekat, hikmah diartikan pengetahuan tentang rahasia Allah Swt. Kata hikmah juga berarti bekal seorang dai menuju sukses. Karunia yang diberikan kepada orang yang mendapatkan hikmah insya Allah akan berimbas kepada mad'unya, sehingga mereka termotivasi untuk mengubah diri dan mengamalkan apa yang disampaikan dai kepada mereka.

Hikmah adalah meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya. Kata hikmah ini sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga akan menimbulkan kesadaran pada pihak mad'u untuk melaksanakan apa yang didengarnya dari dakwah itu. Dengan demikian dakwah bil hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar persuasif.

Kata hikmah disini mengandung 3 (tiga) unsur pokok, yaitu: (Fathul Bahri An-Nabary, 2008: 240).

1. Unsur ilmu, yaitu ilmu yang shalih yang dapat memisahkan antara yang hak dan yang bathil.
2. Unsur jiwa, yaitu menyatukan ilmu tersebut kedalam jiwa sang ahli hikmah, sehingga mendarah daginglah ia dengan sendirinya.
3. Unsur amal perbuatan, yaitu ilmu pengetahuan yang menyatu ke dalam jiwanya itu mampu memotivasi dirinya untuk berbuat kebajikan

2. *Dakwah bil Mau'idza Al-Hasanah*

Secara bahasa, *mau'izhah hasanah* terdiri dari dua kata, yaitu *mau'izah* dan *hasanah*. Kata *mau'izhah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzuwa'* *dzan-*, *idzatan* yang berarti; nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Sementara *hasanah* memiliki arti kebaikan (M. Munir, 2009: 15). *Dakwah bil mau'idzah hasanah* disini dapat dimaknai sebagai kalimat atau ucapan yang diucapkan oleh seorang dai atau mubaligh, kemudian disampaikan dengan cara yang baik, berisikan petunjuk-petunjuk kearah kebijakan, diterangkan dengan gaya bahasa yang sederhana, agar apa yang telah disampaikan dapat dicerna, dihayati dan pada tahapan selanjutnya dapat diamalkan.

Mau'idzatul hasanah juga mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan; tidak membongkar atau mem-beberkan kesalahan orang lain sebab kelemah-lembutan dalam menasihati seringkali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar, ia lebih mudah melahirkan kebaikan daripada larangan dan ancaman.

3. *Dakwah bil Mujadalah*

Menurut Ahmad Warson al-Munawwir yang dikutip oleh M.Munir, dari segi etimologi (bahasa) lafadh *mujadalah* terambil dari kata "*jadala*" yang bermakna *memintal*, *melilit*. Apabila ditambahkan alif pada huruf jim yang mengikuti wazan faalah, "*jaa dala*" dapat bermakna *berdebat*, dan "*mujaadalah*" *perdebatan*.

Kata "*jadala*" dapat bermakna menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu, orang yang berdebat bagaikan menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan (M. Munir, 2009: 18).

Dari pengertian di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa, *al-Mujadalah* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar

lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.

Dengan adanya ketiga metode retorika dakwah tersebut, maka setiap da'i menjadikan metode al-hikmah, mau'idza hasanah dan mujadalah sebagai pedoman untuk melakukan kegiatan berdakwah.

6. Tujuan Retorika Dakwah

Adapun tujuan dari retorika dakwah dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. *Suasio* atau disebut anjuran (*al amru bi al ma'ruf*) maksud suasio atau anjuran disini adalah sebuah perintah untuk mengajak kepada halhal yang baik atau mengikuti segala sesuatu yang telah diperintahkan oleh Allah SWT.
- b. *Dissuasio* atau disebut penolakan (*al hahyu al munkar*) maksud dissuasio atau penolakan disini adalah mencegah segala hal-hal yang buruk atau menjauhi segala sesuatu yang telah dilarang oleh Allah SWT.

Adapun dasar dari tujuan retorika dakwah dalam Al-qur'an surat Al-Imran ayat 110 yaitu:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ أَمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ ۗ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ۝

Artinya: "kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik" (Kementrian Agama RI. 2012: 64).

Ayat di atas jelas memberikan ketegasan bahwa setiap seorang da'I memang dianjurkan memiliki tujuan dari apa yang akan disampaikan ketika berdakwah. Dengan menggunakan metode retorika dalam berdakwah, maka apa yang telah disampaikan oleh da'i akan mudah diterima oleh mad'u dan diamalkan di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya tujuan dalam beretorika juga akan menghasilkan sesuatu

dari apa yang telah disampaikan oleh seorang da'i, seperti membina saling pengertian yang mengembangkan kerjasama dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur.

7. Aspek Pendukung Retorika Dakwah

a. Aspek Bicara

Untuk kepentingan terhadap aspek bicara agar benar-benar handal, maka paling tidak ada tujuh perangkat pendukung bicara yang harus dikuasai. Ketujuh perangkat pendukung bicara tersebut adalah: (Dw Condro Triono, 2010: 79)

1. Vocal
2. Sorot mata
3. Gerakan mulut
4. Ekspresi wajah
5. Gerakan tangan
6. Gerakan kaki
7. Aksesoris penampilan

Dengan adanya ketujuh perangkat pendukung tersebut, seperti vocal yang jelas, sorot mata yang tidak hanya menatap satu arah, gerakan mulut yang tidak sampai *muncrat-muncrat*, ekspresi wajah serta gerakan tangan dan kaki yang tidak monoton, dan juga aksesoris penampilan yang menarik, maka akan membuat mad'u tertarik untuk melihat dan mendengarkan materi ceramah yang dibawakan oleh sang da'i.

b. Aspek lisan

Lisan ini merupakan inti dari retorika itu sendiri. Sebab hal ini berkaitan langsung dengan gaya dan penampilan di atas mimbar. Materi yang akan disampaikan akan menjadi menarik atau akan membosankan, sangat tergantung pada aspek ini. Oleh karena itu, khusus untuk aspek ini penceramah harus memiliki jam terbang yang tinggi, dan adapun aspek pendukung lisan ini adalah: (Dw Condro Triono, 2010: 83)

- 1) Pengaturan tempo pembicaraan
- 2) Pengaturan intonasi pembicaraan

- 3) Pemilihan variasi kata
- 4) Kemampuan mendramatisir
- 5) Penggunaan pertanyaan retorik
- 6) Pengulangan kata atau kalimat
- 7) Penyeragaman akhiran kata
- 8) Penyisipan *joke* (lelucon) yang segar saat serius
- 9) Penekanan kata-kata kunci
- 10) Penyisipan istilah asing
- 11) Penyisipan lagu atau sholawat

Dengan adanya beberapa aspek pendukung lisan ini, maka ketika seorang da'i berdakwah tidak akan terkesan monoton, tidak membosankan, serta apa yang disampaikan akan terasa jelas dan mudah dipahami.

c. Aspek forum

Pendukung seperti forum ini banyak, padahal sangat menentukan kesuksesan retorika itu sendiri. Walaupun nampaknya hanya sebagai perangkat pendukung, jika bermasalah, benar-benar bisa berakibat fatal bagi keberlangsungan ceramah itu sendiri.

d. Aspek gagasan

Jika forum lebih banyak terkait dengan hal-hal yang berkaitan yang bersifat teknis, maka pendukung gagasan akan banyak berhubungan dengan hal yang bersifat ide. Posisinya tetap sama, yaitu hanya sebagai perangkat pendukung saja namun menentukan kesuksesan retorika itu sendiri (Dw Condro Triono, 2010: 98).

e. Aspek bahasa

Bahasa dakwah adalah bahasa tutur atau bahasa lisan. Bahasa lisan bercirikan bunyi bahasa yang dihasilkan oleh manusia dan diterima oleh telinga khalayak lalu ditafsirkan oleh otak khalayak (Djamal Abidin. 1996: 68). Penggunaan bahasa merupakan bagian penting yang akan langsung diserap dan langsung dirasakan oleh audiens. Penggunaan bahasa yang tidak tepat akan langsung berdampak pada "selera" audiens, apakah akan berminat mendengarkan pembicaraan seterusnya atau tidak.

Ada beberapa tips untuk penghalusan bahasa:

1. Janganlah menyerang atau menghakimi secara langsung terhadap audiens
2. Jadikan problem yang kami sampaikan sebagai problem bersama
3. Pilih kata ganti kami, jangan dengan kata kamu dalam mengungkapkan problem
4. Carilah kata-kata yang dapat menyentuh perasaan audiens sehingga dapat menggugah pemikirannya (Djamal Abidin, 1996: 102).

Dengan adanya kelima aspek pendukung tersebut, maka akan membantu seseorang ketika berdakwah dalam menggunakan retorika yang baik dan mad'u pun akan mudah untuk memahami apa yang telah disampaikan.

C. You Tube

YouTube sebagai seni berwawasan teknologi modern diawali dengan fenomena yang terjadi belakangan ini, dimana banyak sekali orang atau kelompok menjadi “ngetop” karena situs ini. *YouTube* menjadi sarana dimana banyak orang mengekspresikan diri dan kemampuannya (<http://journal.uniera.ac.id>, diakses pada 17/05/ 2021). Bukan hanya sampai disitu, banyak pencari bakat pun mempergunakan situs *YouTube* untuk mencari bakat-bakat tertentu yang dapat menghasilkan orang-orang atau kemampuan-kemampuan yang dapat dipasarkan kepada masyarakat. Hal ini tentu saja tidak salah dan sah-sah saja.

YouTube adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2006 *YouTube* memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Makin cepatnya akses internet dan murahnya piranti perekam video dianggap sebagai salah satu faktor yang membuat *YouTube* sangat populer (Muh Siswa, 2015: 18).

YouTube merupakan salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Media sendiri memiliki kegunaan sebagai

perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan (Azhar Asyad. 2012: 3). Dalam istilah komunikasi media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Hafied Cangara, 2012: 137).

YouTube adalah *video online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat, berbagi video yang asli dan dari segala penjuru dunia melalui suatu *web*. *YouTube* memudahkan orang untuk mengambil dan berbagi video klip melalui www.YouTube.com (Dian Budiargo. 2015: 47). Orang dapat melihat semua kejadian dan hal-hal yang menarik serta hobi dengan cepat. Yang menarik, *YouTube* dapat membantu anda untuk menjadi seorang *broadcaster* masa mendatang karena melalui *YouTube* ini kami dapat mendokumentasikan segala kejadian yang ada, dan ini merupakan suatu latihan.

Informasi yang disampaikan di *YouTube* berbentuk video dan informasi itu sendiri merupakan sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima, maksudnya yaitu dapat memberikan pengetahuan atau keterampilan. Dalam media yang menyampaikan informasi, *YouTube* tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan. Melalui *YouTube*, selain kami bisa *upload* video milik kami, tentunya kami juga bisa menyaksikan berbagai macam video menarik secara gratis. Video yang ada di *YouTube* umumnya berisi video dokumenter, video klip, film, dan masih banyak lagi (Dominikus Juju dan Feri Sulianta, 2010: 177).

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG PROFIL KH. AHMAD BAHAUDDIN NURSALIM (GUS BAHA) DAN PROFILE MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO SEMARANG

A. Biografi KH. Ahmad Bahaudin Nursalim

Bagi kita yang sering mendengar ceramah Gus Baha' pasti akan terpukau dengan gaya bahasanya penjelasan yang tidak monoton dan penjelasan mengenai tafsir-tafsir yang mudah untuk dipahami. Gus Baha' merupakan Ulama yang berasal dari Narukan, Kragan, Rembang Jawa Tengah sebuah desa di pesisir pulau Jawa. Gus Baha' memiliki nama lengkap K.H Ahmad Bahauddin Nursalim, Gus Baha lahir di Sarang, Rembang, Jawa Tengah pada tanggal 15 Maret 1977. Gus Baha adalah putra seorang Ahli Al Qur'an yakni KH Nursalim Al-Hafizh. Dari silsilah keluarga ayah dari buyut hingga generasi keempat kini merupakan ulama-ulama ahli Qur'an. Sedangkan silsilah dari garis ibu Gus Baha merupakan keluarga besar lasem.

Gus Baha' kecil mulai menempuh gemblengan keilmuan dan hafalan al-Qur'an dibawah asuhan ayahnya sendiri. Diusia yang sangat muda Gus Baha telah mengatamkan Al-Qur'an beserta qira'ah dengan lisensi yang ketat dari ayahnya. Menginjak usia dewasa ayahnya menitipkan Gus Baha kepada KH Maimoen Zubair di pondok Pesantren Al Anwar Karangmangu, Sarang Rembang yang berada di sekitar 10 km dari arah timur Narukan. Di sinilah Gus Baha sangat menonjol dalam ilmu syari'at seperti fiqih, hadits dan tafsir. Hal ini terbukti dari lebih dari satu amanat posisi prestisius keilmuan yang diemban oleh Gus Baha sepanjang mondok yaitu ketua Ma'arif di jajaran kepengurusan PP. Al Anwar.

Tidak hanya menonjol dengan keilmuannya Gus Baha adalah santri yang dekat dengan kiainya. Dalam berbagai kesempatan Gus Baha sering mendampingi Syaikhina Maimoen Zubair untuk berbagai keperluan. Hanya untuk sekedar berbincang-bincang santai, menerima tamu ulama-ulama besar yang berkunjung ke Al Anwar Gus Bahapun mendapat julukan sebagai santri kesayangan dari

Syaikhina Maimoen Zubair. Pada suatu ketika Gus Baha dipanggil oleh Syaikhina Maimoen Zubair untuk mencarikan ta'bir tentang suatu persoalan, karena cepatnya Gus Baha menemukan tanpa membuka dahulu referensi kitab yang dimaksud hingga syaikhina pun terharu dan mengatakan Gus Baha benar-benar cerdas.

Ketika belajar di pondok pesantren, di Al Anwar Gus Baha sudah menghafalkan hafalan shohih Muslim lengkap dengan matan, rowi dan sanadnya. Dan menghafalkan kitab-kitab gramatika arab seperti Imrithi. Karena banyaknya hafalan yang sudah dihafalkan Gus Baha mendapat predikat santri pertama Al Anwar yang memegang rekor hafalan terbanyak pada eranya. (Ma'had.AlyJakarta.2018.<http://www.mahadalyjakarta.com/gus-baha-ahli-tafsir-didikan-ulama-nusantara/> Diakses 3 Juni 2022).

Semenjak kecil hingga ia mengasuh pesantren warisan ayahnya saat ini Gus Baha hanya mengenyam pendidikan dari dua pesantren saja yakni pesantren ayahnya sendiri dan pesantren Al Anwar. Pernah ditawarkan oleh ayahnya untuk mondok di Yaman, Gus Baha memilih untuk tetap di Indonesia.

Gus Baha akhirnya menikah dengan seorang Neng pilihan pamannya dari keluarga Pondok Pesantren Sidogiri, Pasuruan, Jawa Timur. Ada cerita yang menarik sebelum Gus Baha menikah yaitu sesudah acara lamaran Gus Baha menemui calon mertuanya dan mengutarakan yang menjadi kenangan hingga saat ini yaitu Gus Baha mengatakan bahwa Gus Baha merupakan kalangan yang kehidupannya sangat sederhana, tidak mewah dan meyakinkan calon mertuanya untuk berfikir ulang atas rencana pernikahannya tersebut agar tidak kecewa di kemudian hari. Saat berangkat ke sidogiri untuk melangsungkan akad Gus Baha menaiki bus kelas ekonomi. Kesederhanaan Gus Baha bukanlah sebuah kebetulan akan tetapi hasil didikan ayahnya sejak kecil.

Gus Baha mencoba hidup mandiri dengan keluarga barunya dan menetap di yogyakarta sejak tahun 2003. Selama Gus Baha pindah ke Yogyakarta banyak santri yang merasa kehilangan induknya kemudian merka menyusul Gus Baha ke Yogya dengan menyewa rumah Gus Baha. Pada tahun 2005 Gus Baha pulang ke Narukan untuk mengurus ayahnya yang sedang sakit, namun selang beberapa

bulan kemudian Kiai Nursalim atau ayah dari Gus Baha wafat. Gus Baha tidak bisa meneruskan perjuangannya di Yogya sebab diamanati oleh ayahnya untuk melanjutkan tongkat estafet kepengasuhan di LP3IA di Narukan. Setelah pulang ke Narukan santri yang ada di Yogya memintanya untuk kembali namun Gus Baha bersedia hanya satu bulan sekali.

Gus Baha merupakan ketua Tim Lajnah Mushaf UII, tim tersebut terdiri dari para Profesor, Doktor, dan Ahli Al-Qur'an dari seluruh Indonesia. Suatu ketika Gus Baha pernah ditawari gelar Doctor Honoris Causa dari UII namun Gus Baha tidak berkenan. Dalam dunia Tafsir Al-Qur'an Gus Baha merupakan satu-satunya jajaran Dewan Tafsir yang memiliki latar belakang pendidikan tidak formal dan tidak mempunyai gelar. (Arif.Rahman.Hakim.2019.<http://peci hitam.org/biografi-gus-baha-mufassir-dan-faqihul-quran-indonesia/> . Diakses pada 3 Juni 2022).

B. Profil Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

1. Sejarah Singkat Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Pada tanggal 12 Maret 1969, Kuliah Perdana sebagai tanda dibukanya Fakultas Dakwah terlaksana. Kuliah dilaksanakan di Gedung Yayasan Pendidikan Diponegoro Jl. Mugas No. 1 Semarang. IAIN Walisongo diresmikan pada 6 April 1970. Termasuk Fakultas Dakwah berdasarkan KMA No. 30 tahun 1970. Fakultas Dakwah IAIN Walisongo merupakan Fakultas kedua tertua di lingkungan IAIN seIndonesia dan menjadi fakultas tertua di IAIN Walisongo yang sekarang telah berubah menjadi UIN Walisongo.

2. Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo sebagai bagian dari Lembaga Pendidikan Tinggi Agama Islam memiliki visi, misi, dan tujuan. Visi dan misi Fakultas Dakwah UIN Walisongo, adalah :

VISI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Fakultas terdepan dalam pendidikan, penelitian, penerapan dan pengembangan ilmu Dakwah dan Komunikasi untuk kemanusiaan dan peradaban berbasis kesatuan ilmu pengetahuan di Asia Tahun 2038.

MISI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ilmu dakwah dan komunikasi berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan yang unggul, interdisipliner, kompetitif dan berakhlak al-karimah.

- a) Mengembangkan ilmu dakwah dan komunikasi berbasis riset.
- b) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset.
- c) Menggali dan menerapkan kearifan lokal dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi.
- d) Menggalang dan mengembangkan kerjasama dalam mengemban tridarma perguruan tinggi.
- e) Mewujudkan tata kelola kelembagaan yang profesional berbasis ISO

TUJUAN Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

- a) Menghasilkan lulusan yang unggul, interdisipliner, kompetitif dan berakhlak al-karimah berbasis kesatuan ilmu pengetahuan
- b) Menghasilkan penelitian dakwah dan komunikasi yang inovatif
- c) Menghasilkan karya pengabdian kepada masyarakat yang integratif dan bermanfaat
- d) Mengaktualisasi nilai-nilai kearifan lokal dalam pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi.
- e) Terwujudnya hasil kerjasama dalam bidang tridarma perguruan tinggi secara berkelanjutan
- f) Terimplementasikannya tata kelola fakultas secara profesional berstandar ISO

3. Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Table 3.1

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Dekan	Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
Wakil Dekan Bid. Akademik dan Kelembagaan	Drs. M. Mudhofi, M.Ag
Wakil Dekan Bid. Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan	Dr. Safrodin, M.Ag.

Wakil Dekan Bid. Kemahasiswaan dan Kerjasama	Dr. Ali Murtadho M.Pd
--	------------------------------

C. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Table 3. 2

Jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2019 tahun ajaran 2022 / 2023

Angkatan	Jumlah
2019	639
Jumlah	639 Mahasiswa

(Sumber : Data Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)

Penelitian ini ingin mengetahui persepsi tentang retorika dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Media Youtube. Namun persepsi setiap mahasiswa tentu berbeda-beda. Semua ini berkaitan dengan usia informan, pemahaman informan, latar belakang informan. Maka dari itu untuk memudahkan peneliti. Peneliti telah menentukan informan yang sesuai dengan kriteria yang peneliti buat, yaitu :

- a. Mahasiswa yang pernah/ aktif melihat dakwah Gus Baha di youtube
- b. Telah mengambil Mata Kuliah retorika.

Table 3. 3

Data Profil Informan

No.	Informan	Jenis Kelamin	Deskripsi (Nama, Usia, IPK, akun instagram)	Angkatan
1.	M1	P	Nama : Dita Afifah Alwi Jurusan : KPI	2019

2.	M2	L	Nama :Agung Setiawan Jurusan : KPI	2019
3	M3	P	Nama :Novia Indriyanti Jurusan : MD	2019
4	M4	P	Nama :Nur Faridatul Jauza Jurusan : MD	2019
5	M5	P	Nama : Ade Vina Jurusan : BPI	2019
6	M6	P	Nama : Dwi Miftakhurohmah Jurusan : BPI	2019
7	M7	L	Nama : Wildan Alfarisi Jurusan : PMI	2019
8	M8	L	Nama : Ryan Asror Jurusan : PMI	2019
9	M9	L	Nama : Imam Yahya Jurusan : MHU	2019
10	M10	L	Nama : Aditya Jurusan : KPI	2019
11	M11	P	Nama : Fauziah Aisy Jurusan : KPI	2019
12	M12	L	Nama : Aryan Ramansyah Jurusan : MD	2019
13	M13	P	Nama : Lilis Setyoningsih Jurusan : MD	2019
14	M14	P	Nama : Zian Nafri Jurusan : MHU	2019
15	M15	P	Nama : Khoerun Nisa Jurusan : MHU	2019
16	M16	L	Nama : Ahmad Solakhudin Jurusan : PMI	2019

17	M17	P	Nama : Deviga Meyliana Jurusan : PMI	2019
----	-----	---	---	------

Berikut ini hasil wawancara dengan mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang untuk memperoleh data penelitian. Peneliti akan menjabarkan hasil wawancara dengan tabel sebagai berikut :

Table 3. 4

Hasil wawancara mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi tentang Retorika Dakwah Gus Baha Di Media Youtube

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Bagaimana persepsi mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Walisongo Semarang terhadap retorika dakwah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di media <i>You Tube</i> ?	<p>1) Menurut saya retorika dakwah Gus Baha sangat bagus, sistematis, intonasinya juga pas. Tegas, lugas dan tidak monoton. Dan yang bikin saya tertarik itu karena dakwah Gus Baha fleksibel, tidak memaksa dan ilmiah, kemudian ada dasarnya, enggak sembarangan menyampaikan informasi mengenai agama. Ceramahnya ndak monoton, menghibur tapi ndak banyak guyon, hujahnya dengan dasar dalil.”</p> <p>2) “Gaya bahasa Gus Baha itu menarik, kadang buat ketawa juga, tapi inti ceramahnya dapet. Kalau Gus Baha ceramah itu ekspresif, dapet inti ceramahnya meskipun kadang Gus Baha cepet ngomongnya, dan gak ngebosenin. Ya mungkin karena ada becandaannya, terus kalau ngasih</p>

		<p>contoh tuh mudah dipahami.”</p> <p>3) Retorikanya sangat bagus, sehingga lebih meyakinkan atas apa yang Gus Baha sampaikan. Aku sukanya sih ya karena Gus Baha tidak selalu serius. Gaya bahasanya juga enggak terlalu tinggi sehingga mudah dimengerti. Beberapa humornya saat ceramah itu segar dan tidak receh. Dan apa yang disampaikan itu sesuai dengan ajaran Allah. Dan yang aku suka lagi Gus Baha itu sederhana, kadang ada kan ustadz yang banyak gaya, tapi kalau Gus Baha itu enggak. Terus Gus Baha itu ceramahnya santai tapi berbobot, dan kadang kalau ngasih contoh ada guyonannya, tapi pesannya tetep nyampe ke kita, jadi kita gak harus berpikir berat untuk mencerna pesan yang disampaikan oleh Gus Baha.”</p> <p>4) “Retorika Gus Baha menurut saya sangat menyesuaikan dengan mad`unya. Dan gaya berbicaranya sangat jelas sehingga mad`u bisa menangkap apa yang disampaikan oleh Gus Baha. Ciri dari gaya berbicaranya juga beda dengan ustadz lainnya. Yang jikalau Gus Baha berceramah membuat para mad`unya terhibur dan tidak membosankan, sehingga ingin jumpa secara langsung untuk mendengarkan</p>
--	--	---

		<p>ceramah Gus Baha. Yang membuat saya tertarik dengan ceramah Gus Baha adalah Gus Baha menyesuaikan isi ceramahnya dengan mad<u>u</u> nya. Gus Baha juga membahas umum, seperti fikih, syariah, hakikat dan juga tauhid. Pesan yang disampaikan itu sangat sesuai, dan pesan dakwahnya juga membuat saya sangat terhibur jika menontonnya.”</p> <p>5) Menurut saya retorika dakwah Gus Baha sangat merakyat sekali. Maksudnya gaya bahasanya menggunakan bahasa kita sehari-hari, jadi mudah di mengerti di berbagai kalangan, terutama masyarakat awam yang paham agamanya sedikit. Yang menarik dari dakwahnya Gus Baha menurut saya disaat menyampaikan dakwahnya ada selasela lawakan-lawakan yang memang terjadi di kehidupan kita sehari-hari, media yang dipakai juga tepat banget dan dengernya juga enggak jenuh. Gaya suara Gus Baha juga lantang, terang, tegas, jelas dan simpel. Enggak banyak dramanya, dan ini ustadz idola yang paling ku suka.”</p> <p>6) “Menurut saya retorika Gus Baha itu menarik, cara Gus Baha menyampaikan dan intonasi suaranya</p>
--	--	---

		<p>pun khas sekali, berkarakter dan lucu jadi enggak bosan nonton dakwah Gus Baha. Materi dakwahnya juga aktual karena ya mungkin wawasan Gus Baha luas, jadi dakwahnya dapat diterima oleh semua kalangan. Setiap ustadz pasti punya ciri khas masing-masing agar mudah dikenal. Nah Gus Baha ini punya ciri khas tersendiri, Gus Baha ini lucu, walau Gus Baha tegas dalam berdakwah tapi ada unsur komedinya dalam menyampaikan dakwah, jadi tuh semua pada suka lihat dakwahnya Gus Baha. Kalau ustadz lain seperti Hanan Attaki, Gus Baha juga punya ciri khas sendiri, Gus Baha lebih disukai muda mudi zaman sekarang karena gaya dakwah Gus Baha itu bergaya muda, begitu. Jadi Gus Baha juga mudah dikenal. Dan yang menarik dari gaya bahasa Gus Baha yang khas itu, tidak gentar dan tidak takut untuk menyampaikan kebaikan walau banyak yang membenci Gus Baha karena dakwahnya, tetapi Gus Baha tetap berdakwah dan banyak yang mendukung Gus Baha ini karena memang Gus Baha cukup terkenal di media sosial <i>YouTube</i> ataupun media sosial lainnya, dan banyak yang</p>
--	--	---

		<p>menonton dakwahnya. Selain itu materi yang disampaikan oleh Gus Baha juga terasa ringan dan langsung ke inti permasalahan, enggak terlalu banyak basa basinya.</p> <p>7) “Menurut saya, gaya bahasa yang digunakan Gus Baha mudah dipahami, logatnya khas, suaranya yang lantang, dan penjelasannya yang menurut saya mudah dipahami. Yang membedakan Gus Baha dengan yang lainnya itu adalah ceramah Gus Baha yang tidak monoton, karena setiap ceramahnya pasti diselengi dengan humor. Gus Baha juga sering membahas tentang isu yang masih segar yang ada di masyarakat. Dan yang membuat saya tertarik itu karena Gus Baha sangat sederhana, juga logatnya yang khas, dan ya karena enggak ngebosenin. Terlepas dari semua itu Gus Baha sangat tegas, cerdas, dan refrensial dalam setiap ceramahnya. Jadi setiap hal yang menjadi pertanyaan jamaahnya ia menjawab dengan dasar dalil yang kuat.</p> <p>8) “Menurut saya retorika Gus Baha itu tegas, jelas dan bisa diterima semua kalangan. Yang membedakan Gus Baha dengan ustadz yang lain itu Gus</p>
--	--	---

		<p>Baha ceramah bukan hanya berdasarkan dari Al-Qur'an dan hadis saja tapi dari ulama-ulama juga Gus Baha sampaikan, dari buku-buku, dari sejarah pengalaman Gus Baha yang berkaitan dengan dakwah Gus Baha sampaikan, dan cara menyampaikannya Gus Baha santai dibawa humoris jadi jamaah juga tidak tegang bisa santai mendengar ceramah Gus Baha. Dan yang lebih menarik lagi karena wawasan ilmunya yang banyak dan penggunaan media yang tepat.</p> <p>9) "Retorika Gus Baha itu bisa dijadikan contoh untuk mahasiswa, khususnya Komunikasi Penyiaran Islam sebab mengapa retorikanya itu sangat luar biasa, jelas, bagus, mudah dipahami. Ceramah Gus Baha lebih mudah dipahami, lebih kekinian, bahasa Gus Baha juga menggunakan bahasa anak muda, maksudnya bahasa orang yang ya standar gitu, semua orang bisa memahaminya gitu. Orang terpendidik bisa, orang ilmiah busa memahami, orang biasa-biasa juga bias memahami gitu. Dakwahnya Gus Baha itu menarik karena disetiap materi-materi yang disampaikan itu terdapat beberapa guyonanguyonan dan contoh</p>
--	--	---

		<p>nyata atau contoh <i>real</i> yang bisa kita temui di harihari biasa atau dimasyarakat pada umumnya gitu.</p> <p>10) Menurut saya, gaya bahasa yang digunakan Gus Baha mudah dipahami. Yang membedakan Gus Baha dengan yang lainnya itu adalah ceramah Gus Baha yang tidak monoton, karena setiap ceramahnya pasti diselingi dengan humor.</p> <p>11) Gus Baha ceramah itu ekspresif, dapet inti ceramahnya meskipun kadang Gus Baha cepet ngomongnya, dan gak ngebosenin. Ya mungkin karena ada becandaannya, terus kalau ngasih contoh tuh mudah dipahami.”</p> <p>12) Gaya bahasa Gus Baha itu menarik, kadang buat ketawa juga, tapi inti ceramahnya dapet. Kalau Gus Baha ceramah itu ekspresif, dapet inti ceramahnya meskipun kadang Gus Baha cepet ngomongnya, dan gak ngebosenin. Ya mungkin karena ada becandaannya, terus kalau ngasih contoh tuh mudah dipahami.”</p> <p>13) Menurut saya retorika dakwah Gus Baha sangat bagus, sistematis, intonasinya juga pas dan yang bikin saya tertarik itu karena dakwah Gus Baha fleksibel, tidak memaksa dan ilmiah, kemudian ada dasarnya,</p>
--	--	--

		<p>enggak sembarangan menyampaikan informasi mengenai agama. Ceramahnya ndak monoton, menghibur tapi ndak banyak guyon, hujahnya dengan dasar dalil.”</p> <p>14) Menurut saya retorika dakwah Gus Baha sangat bagus, sistematis, intonasinya juga pas. Tegas, lugas dan tidak monoton. Dan yang bikin saya tertarik itu karena dakwah Gus Baha fleksibel, tidak memaksa dan ilmiah, kemudian ada dasarnya, enggak sembarangan menyampaikan informasi mengenai agama. Ceramahnya ndak monoton, menghibur tapi ndak banyak guyon, hujahnya dengan dasar dalil.”</p> <p>15) Menurut saya retorika dakwah Gus Baha intonasinya pas. Tegas, lugas dan tidak monoton. Dan yang bikin saya tertarik itu karena dakwah Gus Baha fleksibel, tidak memaksa dan ilmiah, kemudian ada dasarnya.”</p> <p>16) Menurut saya retorika dakwah Gus Baha sangat bagus karena dakwah Gus Baha fleksibel, tidak memaksa dan ilmiah, kemudian ada dasarnya, enggak sembarangan menyampaikan informasi mengenai agama.”</p> <p>17) Menurut saya retorika dakwah Gus Baha sistematis, intonasinya juga pas.</p>
--	--	---

		<p>Tegas, lugas dan tidak monoton. Ceramahnya ndak monoton, menghibur tapi ndak banyak guyon, hujahnya dengan dasar dalil.”</p>
--	--	---

BAB 1V

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP RETORIKA DAKWAH KH. AHMAD BAHAUDDIN NURSALIM (GUS BAHA) DI MEDIA *YOUTUBE*

Bab ini merupakan bagian yang membahas tentang analisis data yang diperoleh dari hasil penelitian. Yang menjadi sasaran disini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang tahun angkatan 2019. Alasan penulis mengambil judul tersebut dikarenakan Gus Baha adalah seorang tokoh ulama Rembang yang Namanya menjadi terkenal melalui ceramahnya di media *YouTube*. Selain itu materi ceramah yang disampaikan oleh beliau sangat berisi, terinci, sistematis, agumentatif, dan secara umum mempresentasikan wajah Islam yang lebih moderat. Sehingga banyak masyarakat yang menyukai dakwahnya Gus Baha.

Berdasarkan paparan dan teori-teori di bab sebelumnya Persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dan pengamatan secara global disertai kesadaran, sedang objek dan subjeknya belum berbeda satu dari yang lainnya. Dapat dikatakan juga persepsi adalah suatu pesan atau tanggapan yang diperoleh seseorang setelah mengadakan pengamatan langsung terhadap apa yang disampaikan. Proses terjadinya persepsi apabila informasi yang datang dari luar diri individu melalui panca indera, seperti: mata, telinga, lidah, dan kulit. Kemudian rangsangan diterima, lalu di interpretasikan, setelah itu baru dilakukan proses penyadaran oleh individu tersebut. Setiap individu mempunyai pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda terhadap rangsangan yang diterimanya, sehingga hasil persepsinya juga berbeda.

Sedangkan mahasiswa secara harfiah adalah seseorang yang belajar baik di sekolah tinggi, institut, universitas, akademik maupun di perguruan tinggi. Definisi mahasiswa sendiri adalah seseorang yang belajar di perguruan tinggi setelah menamatkan Sekolah Menengah Atas (SMA). Jadi berdasarkan defisini di atas persepsi mahasiswa adalah pendapat

seseorang yang belajar di perguruan tinggi Mengenai cara mengintegrasikan penerapan kita terhadap hal-hal di sekeliling individu dengan kesan-kesan atau konsep yang sudah ada, dan selanjutnya mengenal benda tersebut.

Retorika adalah tehnik atau seni berbicara, dengan menggunakan retorika dalam berbicara, maka apa yang dikatakan oleh seorang komunikator atau da'i itu efektif, menyenangkan, memiliki daya tarik, mengesankan, mencapai tujuan secara jelas serta mengundang rasa simpatik pendengar, dengan begitu dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti apa yang telah disampaikan.

Bentuk komunikasi yang tampak dalam retorika adalah komunikasi kelompok atau komunikasi massa. Melalui komunikasi kelompok ini orang bisa melakukan retorika dalam bentuk khutbah, ceramah, dakwah, kampanye, kuliah, dan sebagainya. Melalui komunikasi massa orang bisa melakukannya dengan cara menulis buku, artikel pada koran atau majalah, ceramah di media elektronik, atau berbicara di depan umum.

Ceramah juga sering disebut dengan retorika dakwah. Retorika dakwah merupakan seni atau keterampilan menyampaikan ajaran Islam secara lisan untuk memberikan pemahaman yang benar kepada kaum muslimin, agar mereka dapat menerima seruan dakwah Islam. Dengan kata lain retorika dakwah dapat dimaknai sebagai pidato atau ceramah yang berisikan pesan dakwah, yaitu ajakan kejalan Allah. Ceramah dapat mengubah situasi dan kondisi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, menjadi situasi dan kondisi yang sesuai dengan ajaran Islam.

Wujud dalam penyampaian pesan dakwah tidak hanya melalui lisan saja tetapi dapat juga melalui tulisan dan perbuatan. Bentuk penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh Gus Baha yaitu secara lisan yakni disampaikan melalui suatu kegiatan kajian Islam, yang kemudian direkam dan disebarakan melalui media sosial, salah satunya yaitu media *YouTube*. Melalui dakwahnya di media *YouTube* inilah Gus Baha banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan fakta yang telah penulis dapatkan sebelumnya, maka mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Walisongo Semarang memiliki persepsi atau tanggapan terhadap seni penyampaian materi dakwah Gus Baha dari segi gaya bahasa, materi, dan gaya suara dalam berdakwah di media *YouTube*.

Seluruh sampel yang berjumlah 17 orang pada penelitian ini setuju bahwa dalam menyampaikan materi dakwah, Gus Baha menggunakan Bahasa yang mudah dipahami. Hal itu ditegaskan oleh pendapat mahasiswa terhadap retorika dakwah beliau sebagaimana telah penulis paparkan dalam bab III, yaitu menggunakan bahasa sehari-hari dan menyesuaikan dengan mad'u nya.

Dengan menggunakan bahasa yang bagus, tersusun, fleksibel, maka materi ceramah yang disampaikan oleh Gus Baha dapat mempengaruhi mad'u untuk mengikuti apa yang beliau sampaikan. Mempengaruhi mad'u dengan gaya bahasa yang mudah dipahami masuk ke dalam teknik retorika persuasif seperti yang telah penulis paparkan, yakni bersifat mempengaruhi pendengar melalui pendekatan psikologis.

Dalam menyampaikan materi ceramah Gus Baha menggunakan bahasa yang kreatif, sehingga tidak terkesan monoton. Seperti dalam memberikan contoh ketika sedang berdakwah, beliau selalu mencontohkan apa yang pernah di alami pada masyarakat atau mencontohkan dari dirinya sendiri. Dengan menjadikan dirinya sendiri sebagai contoh, maka tidak membuat mad'u merasa bosan dan cepat untuk memahami apa yang dicontohkan oleh beliau.

Dengan memiliki kemampuan dalam mengolah kata ataupun bahasa menjadi bahasa yang bagus, sistematis, tidak monoton, tidak membosankan, dan mudah dipahami, maka Gus Baha mampu membius ataupun mempengaruhi masyarakat untuk terus mengikuti kegiatan dakwah yang dilakukan olehnya.

Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 17 orang pada penelitian ini, beberapa sampel berpendapat bahwa Gus Baha dalam menyampaikan

materi dakwah memiliki artikulasi yang jelas. Artikulasi memiliki arti lafal atau pengucapan, seperti suara yang tegas, lugas, jelas, dan terang. Dengan memiliki artikulasi atau pelafalan yang jelas, maka materi dakwah yang di sampaikan oleh Gus Baha dapat di dengar oleh mad'u dengan baik.

Selain itu, Gus Baha juga memiliki intonasi atau logat yang khas dalam memberikan humor atau guyonan-guyonan kepada mad'u nya. Biasanya Gus Baha dalam berhumor selalu menggunakan logat daerah asalnya, yaitu logat melayu sehingga membuat para mad'u tertawa. Namun humor yang dilontarkan oleh Gus Baha dalam sela-sela ceramahnya tidak pernah menyimpang dari materi yang sedang ia sampaikan.

Humor dalam ceramah masuk ke dalam teknik retorika rekreatif, yaitu menghibur mad'u tanpa ada informasi atau untuk mempengaruhi yang disampaikan, melainkan melepaskan ketegangan, menggairahkan suasana, atau sekedar memberikan selingan yang enak setelah rangkaian acara yang melelahkan agar tidak bosan maka dibuatlah humor agar orang tertawa.

Dalam berhumor, Gus Baha menggunakan intonasi atau gaya suara yang pas dengan tinggi rendahnya suara, dan jeda yang tepat. Sehingga mad'u yang mendengar merasa terhibur dengan guyonan-guyonan yang dimunculkan oleh beliau.

Dari guyonan tersebut maka beberapa mahasiswa berpendapat bahwa gaya suara Gus Baha dalam menyampaikan pesan dakwah masih sangat khas dengan logat dari daerah asalnya dan dianggap tidak monoton, sehingga tidak membuat mad'u nya merasa bosan dengan apa yang disampaikan oleh beliau, serta inti ceramahnya tetap dapat.

Berdasarkan fakta yang ada di lapangan, mahasiswa memiliki persepsi atau pendapat bahwa materi yang disampaikan oleh Gus Baha mudah dimengerti. Persepsi terkait materi yang mudah dimengerti dikarenakan Gus Baha memiliki kemampuan retorika yang baik dalam penyampaian materi ceramahnya.

Materi yang mudah dimengerti ini masuk kedalam formula segitiga retorika yang terdapat dalam teknik persuasif yaitu *logos*, yang memiliki arti argumen yang menarik dari sisi logika. Maksudnya materi yang disampaikan haruslah akurat dan tidak membingungkan. Begitupun dengan Gus Baha dalam menyampaikan materinya menggunakan bahasa yang sederhana dan menyesuaikan dengan mad'u nya. Materi yang disampaikan oleh beliau juga tersusun, sehingga mad'u nya mudah untuk mengerti.

Dalam memberikan contoh ketika berceramah, Gus Baha menggunakan teknik *logos*, yaitu mencontohkan dengan isi yang menarik dan mudah dimengerti dari sisi logika, materi yang disampaikan juga tepat dan tidak membingungkan, informasi yang mendalam namun mudah dimengerti. Salah satu sebab mengapa materi dakwah yang disampaikan oleh Gus Baha mudah dimengerti yaitu karena beliau selalu memperhatikan irama suara. Dalam ceramahnya, beliau mampu mempergunakan tinggi rendahnya suara, keras dan tidaknya suara berdasarkan penghayatan materi. Serta mampu meletakkan jeda pada bagian tertentu sehingga mad'u memahami isi ceramah apa saja yang disampaikan oleh Gus Baha. Dengan mengatur cepat lambatnya suara, sangat berpengaruh bagi mad'u, karena jika suara yang dikeluarkan terlalu keras, lambat, atau bahkan terlalu cepat, maka akan sulit bagi mad'u dalam memahami isi ceramah yang disampaikan.

Selain dari pada itu, materi yang disampaikan oleh Gus Baha juga menarik. Karena materi ceramah yang disampaikan oleh beliau tidak hanya persoalan agama, namun masalah dalam kehidupan sehari-hari yang terjadi dimasyarakat. Serta pemilihan media yang mendukung dan tepat juga membuat mad'u atau khalayak tertarik dan memudahkan untuk menonton ceramah Gus Baha.

Keberadaan sebuah media juga sangat mempengaruhi keberhasilan dalam suatu kegiatan berdakwah. Media yang termasuk dalam komponen

yang ada di dalam dakwah tentu sangat membantu dalam mengoptimalkan penyampaian suatu materi dakwah.

Berdasarkan fakta yang telah penulis dapatkan mengenai media dakwah yang digunakan oleh Gus Baha mahasiswa memberikan persepsi atau pendapat bahwa pemilihan media yang digunakan oleh Gus Baha sangat mengikuti kemajuan teknologi sehingga sangat membantu dalam menunjang keberhasilan dakwah beliau.

Keberadaan media tersebut adalah hal yang tepat, karena media yang digunakan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini. Karena masyarakat pun dalam kesehariannya tidak terlepas dari teknologi-teknologi yang ada seperti internet dan televisi sehingga hal tersebut adalah hal yang tepat.

Oleh sebab itu, seorang da'i harus menguasai retorika agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh mad'u yang mendengarkan, sebagaimana tujuan dari retorika dalam berdakwah adalah mengutarakan pesan dakwah lewat bahasa lisan dengan menganjurkan mad'u mengikuti ajaran Islam agar mad'u lebih paham dan lebih berkesan, untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh seorang da'i.

Seorang da'i memulai ceramahnya dengan mengajak, menghimbau mad'u nya dengan cara yang santai dan ceria dalam menyampaikan materi yang akan disampaikan agar menarik perhatian mad'u. Apabila seorang da'i mengawali dakwahnya dengan bahasa yang lembut, baik, dan indah, maka mad'u akan menerima pesan yang disampaikan oleh da'i

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Bahwa menurut pendapat mahasiswa retorika dakwah Gus Baha cukup memberikan kepuasan kepada mahasiswa, baik dari segi penyampaian materi dan bahasa. Mahasiswa merasa senang dengan cara penyampaian Gus Baha yaitu dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta bertutur kata lembut dan masuk akal. Mahasiswa mendapat kemudahan dalam memperdalam pengetahuan keislaman, selain itu mahasiswa juga dapat mengingat kembali kisah mengenai sejarah nabi yang dahulu pernah diceritakan, namun bukan hanya mendengar cerita yang diceritakan saja tetapi mahasiswa bisa melihat tempat yang diceritakan oleh Gus Baha walaupun hanya lewat video yang ditampilkan

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran-saran untuk kemajuan dakwah, khususnya dalam video retorika dakwah Gus Baha di media *Youtube*, yaitu :

- 1) Saran untuk pembaca skripsi ini, jika penyampaian peneliti dalam bahasa maupun penyampaian hal apapun yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan lainnya, maka saran dan kritiknya sangat diperlukan guna untuk menyempurnakan skripsi ini.
- 2) Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi referensi penelitian berikutnya lebih baik lagi.

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan taufiqnya kepada penulis, hingga terselesaikan skripsi ini dengan lancar.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah bersedia memberikan bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritikan dari semua pihak terutama pembaca untuk kemajuan di masa menndatang

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, 2009. *Retorika Dan Dakwah Islam*. Jurnal Dakwah.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aziz, Moh. Ali. 2004 *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media Group..
- Kementrian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung: Syaamil Quran. 2012.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2007
- Abidin, Djamal, 1996. *Komunikasi Dan Bahasa Dakwah*. Jakarta: Gema Insani Pers.
- Achmadi, Abu dan Cholid Narbuko. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Angel. 2010. *Tip Dan Trik Mengoptimalkan Microblogging*. Jakarta: Bukune.
- An-Nabary, Fathul Bahri. 2008. *Meniti Jalan Dakwah*. Jakarta: Amza.
- Apipudin, Reza Pahlevi, 2015. *Pesan Persuasif Dalam Kutipan Langsung Pada Buku "Hikayat Pohon Ganja" Karya Tim LGN*. eJournal Ilmu Komunikasi.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asyad, Azhar. 2012. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dewi, Firiana Utami. 2013. *Public Speaking*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasanuddin, A.H. 1982. *Rethorika Da'wah & Publistik Dalam Kepemimpinan*. Surabaya: Usana Offset Printing.
- Hendrikus, Dori Wuwur. 1991. *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Herlanti, Yanti. 2014. *Pemanfaata Media Sosial Pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik Untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi Dan Literasi Sains*. Bandung: Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Hutman, Prio, Ilyas Ismail. 2011. *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama Dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana Frenada Media Group.
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Jaswadi, Sahroni A Dan Kholid Noviyano. 2014. *Gaya Retorika Da'i Dan Perilaku Memilih Penceramah*. Jurnal Komunikasi Islam.
- Kementrian Agama RI. 2012. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Bandung: Syaamil Quran.
- Kriyanto, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, Dedik. 2010. *Kupas Tuntas Bisnis & Penghasilan Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Linda, Davidoff. 1988. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Maarif, Zainul. 2010. *Retorika Metode Komunikasi Public*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mahmud, Dimiyati. 1990. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: BPFE.

- Martha, I nengah. 2010. *Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang*. PRASI.
- Mubarok, Achmad. 1997. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Firdaus.
- Muchsin, Faizah. 2012. *Psikologi Dakwah Cet 3*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Munir, M. 2009. *Metode Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial, Perspektif Komuniikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prasetyo, Kurniawan, 2007. *Membuat Blog Menggunakan Wordpress*. Jakarta: Elex Media Kmputindo.
- R, Muh. Siswa. 2015. *Penggunaan Youtube Sebagai Elektronik Public Relations*. eJournal Ilmu Komunikasi.
- Rafanani, Been. 2017. *Trik Kilat Kuasai Seni Berbicara*. Yogyakarta: Araska.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1996. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2014. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- S, Alo Liliweri M. 2011. *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna Ed. I, Cet. I*. Jakarta: Kencana.
- S, Sudarma & Jarot S. 2012. *Buku Super Pintar Internet*. Jakarta: Transmedia.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1976. *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sinaga, Mangatur, Rozita Charlina. 2018. *Retorika Ustadz Abdul Somad*. JOM FKIP.
- Sulianta, Feri dan Dominikus Juju. 2010. *Branding Promotion With Socia; Network*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Triono, Dwi Condro. 2010. *Ilmu Retorika Untuk Mengguncangkan Dunia*. Yogyakarta: Irtikaz.
- Umam, Khaerul. 2010. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Walgito, Bimo. 1999. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2010. *Pengantar Umum Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Watie, Erika Dwi Setya, 2011. *Omunikas Dan Media Sosial*. THE MESSENGER.
- Wibowo. 2013. *Prilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ya'qub, Hamzah, 1992. *Publistik Islam*. Bandung: Diponegoro.
- Sugiyono 2006, *Metodologi penelitian Administratif*, Bandung: Alfabeta.
- Hadi, Sutrisno, 2000, *Metodologi Research II*, Yogyakarta: Andi.
- Suprayogo, 2003. Imam dan Tabroni. *Metodelogi Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukardi. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. 2013. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajahmada Universitas Pers.
- Emzir. 2010. *Metode Penelitian Kualitaif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ibrahim. 2015. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian; Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- <http://journal.uniera.ac.id> (17 Mei 2021).
- <https://tipsmotivasi.com/2012/09/22/teori-persuasi-formula-segitiga-retorika/> (10 Mei 2021)
- <http://wwwslideshare.net/mobile/DhoennyNgerusuk/retorika-dakwah> (15 Mei 2021)
- <https://www.youtube.com/watch?v=ubjmszJQr58> (27 September 2021)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Agus Budiyanto
NIM : 1501026092
TTL : Demak, 31 Juni 1996
Alamat : Betahwalang Rt 03, Rw 02 Desa Betahwalang,
Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak, Jawa Tengah
No. Hp : 087717366249
Email : agusbudy2606@gmail.com
Pendidikan : SDN Betahwalang
SMP Ibrahimy Bayuwangi
MA Darul Ulum Semarang
UIN Walisongo Semarang