

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM RETORIKA DAKWAH
GUS BAHHA PADA CHANNEL *YOUTUBE* NU ONLINE**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Magister
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

Malik Ibrahim

NIM. 2101028004

**PROGRAM MAGISTER KOMUNKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN WALISONGO SEMARANG
2022**

PERYATAAN KEASLIAN TESIS

Nama lengkap : **Malik Ibrahim**
NIM : 2101028004
Judul Penelitian : **Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha
Pada Channel *YouTube* NU Online**
Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha Pada Channel *YouTube* NU Online

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya

Semarang, 30 November 2022
Pembuat Pernyataan,



MATERAI
TELESEL
D02AJX940007665

Malik Ibrahim
NIM. 2101028004

NOTA DINAS

Semarang, 30 November 2022

Kepada
Yth. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
Di Semarang

Assalammu'alaikum wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama lengkap : **Malik Ibrahim**
NIM : 2101028004
Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Penelitian : **Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha
Pada Channel *YouTube* NU Online**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

Wassalammu'alaikum wr. Wb

Semarang, 30 November 2022
Pembimbing



Dr. Hj. Siti Sholihati, M. A.
NIP: 196310171 199103 2 001

NOTA DINAS

Semarang, 30 November 2022

Kepada
Yth. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo
Di Semarang

Assalammu'alaikum wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama lengkap : **Malik Ibrahim**
NIM : 2101028004
Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Penelitian : **Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha
Pada Channel *YouTube* NU Online**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Tesis.

Wassalammu'alaikum wr. Wb.

Semarang, 30 November 2022
Pembimbing



Dr. Agus Riyadi, S. Sos.I., M.S.I
NIP: 19800816 200710 1 0



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

Tesis yang ditulis oleh:

Nama Lengkap : Malik Ibrahim
NIM : 2101025004
Judul Penelitian : Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha
Pada Channel *YouTube* NU Online

Telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Ujian Tesis pada tanggal 05 Desember 2022 dan layak dijadikan syarat memperoleh Gelar Magister dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam (M.Sos.)

Disahkan oleh:

Nama Lengkap & Jabatan

Tanggal

Tanda tangan

Dr. Hj. Yuyun Affandi, Lc. M.A.
Ketua Sidang/Penguji 1

14-12-22

Dr. Agus Riyadi, S.Sos.I., M.S.I.
Sekretaris Sidang/Penguji 2

11/12/22

Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd.
Penguji 3

14-12-2022

Dr. Sulistio, S.Ag., M.Si.
Penguji 4

14-12-2022

ABSTRAK

Judul : **Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha
Pada Channel *YouTube* NU Online**

Penulis : Malik Ibrahim

NIM : 2101028004

Perubahan zaman yang sangat cepat hingga menjadi modern saat ini membuat para *da'i* merubah cara dakwahnya lebih mudah dan praktis. Mayoritas *da'i* merubah cara dakwahnya dengan menggunakan teknologi internet. Hadirnya internet membuat para *da'i* memanfaatkan *YouTube* sebagai sarana dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman agar dapat semakin dekat kepada Allah SWT. Komunikasi persuasif dapat menjadi salah satu strategi yang efektif di dalam membujuk hati *mad'u* agar dapat memberikan respon positif terhadap pesan dakwah yang ia terima. Sedangkan retorika sebagai kaidah yang digunakan *da'i* di dalam berdakwah upaya menciptakan penyampaian yang ideal, menarik, menyenangkan, bijaksana, dan berwibawa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif dan retorika dakwah Gus Baha pada channel *YouTube* NU Online. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis wacana. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik keabsahan data menggunakan ketentuan pengamatan dan ketercakupan referensi. Hasil penelitian di antaranya (1) Komunikasi persuasif Gus Baha gunakan berdasarkan model komunikasi persuasif yaitu, model *source message channel* dan *receiver* (SMCR) dan *Heuristi systematic* model. Berdasarkan prinsip Gus Baha menggunakan prinsip timbal balik, pertemanan, harapan, dan asosiasi. Kemudian, berdasarkan teknik komunikasi persuasif Gus Baha menggunakan teknik *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, *red herring*, dan teknik tataan. (2) Retorika dakwah Gus Baha gunakan berdasarkan metode penyampian yaitu, naskah, menghafal, bicara mendadak, dan bicara tanpa persiapan. Berdasarkan jenis retorika Gus Baha menggunakan monologika dan dialogika. Berdasarkan gaya bahasa dalam katagori pilihan kata Gus Baha menggunakan bahasa resmi, bahasa tidak resmi, dan bahasa percakapan. Gaya bahasa dalam katagori nada Gus Baha menggunakan gaya bahasa sederhana dan gaya bahasa menengah. Gaya bahasa dalam katagori struktur kalimat Gus Baha menggunakan *paralelisme*, *antitesis*, dan *repetisi*. Berdasarkan gaya suara Gus Baha menggunakan *pitch* dengan suara santai, *loudness* dengan suara sedang, *rate* dengan suara cepat, dan *pause* dengan kata apa dan eh. Berdasarkan gaya gerak Gus Baha menggunakan sikap badan dengan posisi duduk, panampilan sopan santun dengan *style* pondok salaf dan berpakaian baju putih, sarung dan berpeci hitam. Ekspersi wajah dan Gerakan tangan Gus Baha sesuai dengan kondisi yang diucapkan dan nuansa panggung. Gerakan tangan Gus Baha sebagai pendukung dari kata yang ucapkan. Pandangan mata Gus Baha sebagai bentuk penghormatan dan menarik perhatian pendengar.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Retorika Dakwah, Gus Baha, Channel *YouTube*
NU Online

ABSTRACT

The changing times are very fast to become modern today, making preachers change their way of preaching more easily and practically. the majority of da'i changed the way of preaching by using internet technology. The presence of the internet makes preachers use YouTube as a means of da'wah to spread Islamic messages so that they are closer to Allah SWT. Persuasive communication can be an effective strategy in persuading mad'u hearts to respond positively to the da'wah messages they receive. While rhetoric as a rule used by da'i in preaching in an effort to create an ideal, interesting, fun, wise, and authoritative search. The study this purpose for knowing how communication persuasive and da'wah rhetoric Gus Baha at channel YouTube NU Online. This research uses descriptive qualitative research with discourse analysis method. Data collection techniques using observation and documentation. While the data validity technique uses the provisions of observation and inclusion of references. The results of the study show that (1) The persuasive communication that Gus Baha uses is based on a persuasive communication model the source message channel and receiver (SMCR) and Heuristi systematic model. Based on the principle Gus Baha uses the principle of reciprocity, friendship, hope, and the principle of association. Then, based on persuasive communication techniques, Gus Baha uses appeals to humor, association, integration, red herring, and arrangement techniques. (2) The da'wah rhetoric that Gus Baha uses is based on the delivery method, namely, the script method, memorization, sudden speech, and the unprepared method of speaking. Based on the type of rhetoric, Gus Baha uses monologic rhetoric and dialogic rhetoric. Based on the style of language in the word choice category, Gus Baha uses official language, informal language, and conversational language. The style of language in the Gus Baha tone category uses simple language and medium language style. The style of language in Gus Baha's sentence structure category uses parallelism, antithesis, and repetition. Based on Gus Baha's voice style, he uses pitch in a relaxed voice, loudness in a medium voice, rate in a fast voice, and pauses with what and uh. Based on Gus Baha's style of movement, he uses a sitting posture, displays good manners in the style of a Salaf hut and wears white clothes, sarongs and black caps. Gus Baha's facial expressions and hand movements match the spoken conditions and the nuances of the stage. Gus Baha's hand gestures as support for the spoken word. Gus Baha's eyes are a form of respect and attract the attention of listeners.

Keywords: Persuasive Communication, Da'wah Rhetoric, Gus Baha, Channel YouTube NU Online

نبذة مختصرة

إن الأزمنة المتغيرة سريعة جدًا لتصبح حديثة اليوم ، مما يجعل الوعاظ يغيرون طريقتهم في الكرازة بسهولة أكبر وعمليًا. غير غالبية الدعاة طريقة الوعظ باستخدام تقنية الإنترنت. إن وجود الإنترنت يجعل الدعاة يستخدمون موقع كوسيلة للدعوة لنشر الرسائل الإسلامية حتى يكونوا أقرب إلى الله سبحانه وتعالى. يمكن أن يكون التواصل المقنع إستراتيجية فعالة في إقناع قلوب المدعين بالتجاوب الإيجابي مع رسائل الدعوة التي يتلقونها. وفي الوقت نفسه ، فإن البلاغة قاعدة يستخدمها الداعي في الوعظ في محاولة لخلق بحث مثالي وشيق وممتع وحكيم وموثوق. يهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية التواصل والخطاب المقنعين لدعوة جوس بهاء على قناة اين او اون لين على. يستخدم هذا البحث البحث النوعي الوصفي مع مناهج تحليل الخطاب. تقنيات جمع البيانات باستخدام الملاحظة والتوثيق. بينما تستخدم تقنية صحة البيانات أحكام المراقبة والتغطية المرجعية. تظهر نتائج الدراسة أن (1) اتصال الشيخ احمد بهاء الدين نورسليم المقنع يعتمد على نموذج اتصال مقنع ، وهو نموذج قناة الرسالة المصدر والمستقبل ونموذج المنهجي. بناءً على مبدأ جوس بهاء باستخدام مبدأ المعاملة بالمثل والصدقة والأمل ومبدأ التجمع. بعد ذلك ، استنادًا إلى تقنيات الاتصال المقنعة ، يستخدم الشيخ احمد بهاء الدين نورسليم نداءات الدعاة والجمعيات والتكامل والتقليد الأحمر وتقنيات الترتيب. (2) يعتمد خطاب الدعوة الذي يستخدمه جوس بهاء على أسلوب الإلقاء ، أي أسلوب النص ، والحفظ ، والكلام المفاجئ ، وطريقة التحدث دون تحضير. استنادًا إلى نوع الخطاب ، يستخدم جوس بهاء الخطاب الأحادي والخطاب الحوارية. استنادًا إلى أسلوب اللغة في فئة الكلمات المختارة ، يستخدم الشيخ احمد بهاء الدين نورسليم اللغة الرسمية واللغة غير الرسمية ولغة المحادثة. يستخدم أسلوب اللغة في فئة نغمة الشيخ احمد بهاء الدين نورسليم لغة بسيطة وأسلوب متوسط. يستخدم أسلوب اللغة في فئة بنية جملة الشيخ احمد بهاء الدين نورسليم التوازي والنقيض والتكرار. استنادًا إلى الأسلوب الصوتي لـ الشيخ احمد بهاء الدين نورسليم ، يستخدم طبقة الصوت بصوت مريح ، ويمدح بصوت معتدل ، ويقدم بصوت سريع ، ويتوقف مع "ماذا وإيه". استنادًا إلى أسلوب حركة غوس بهاء ، يستخدم وضع الجلوس ، والمظهر المهذب بأسلوب كوخ السلف ، ويرتدي قميصًا أبيض ، ورداءً ، وقبعة سوداء. تتوافق تعابير وجه غاس بها وحركات اليد مع الظروف المنطوقة والفروق الدقيقة في المسرح. تشير يد جوس بهاء كدعم للكلمات التي قالها. نظرة جوس بهاء هي شكل من أشكال الاحترام وتجذب انتباه المستمع

الكلمات المفتاحية: التواصل المقنع ، خطاب الدعوة ، جوس بهاء ، قناة اليوتيوب, اين او اون لين

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

1. KONSONAN

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	tidak dilambangka n	ز	Z	ق	q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	Sy	ل	L
ث	ṡ	ص	ṡ	م	M
ج	J	ض	ḍ	ن	n
ح	ḥ	ط	ṭ	و	w
خ	Kh	ظ	ẓ	ه	h
د	D	ع	‘	ء	‘
ذ	Ẓ	غ	G	ي	y
ر	R	ف	F		

PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan dengan tulus, sayang dan cinta kepada orang-orang yang telah banyak memberi cerita, motivasi, dukungan, pengorbanan, dan pengalaman dalam kehidupan penulis, ada pun beberapa persembahan tersebut penulis haturkan kepada beberapa pihak di antaranya sebagai berikut:

1. Kepada kedua orang tua Bapak dan Ibu yang sangat saya sayangi dan cintai. Mereka selalu memberikan semangat dan motivasi terhadap saya. Mereka selalu berusaha bekerja keras mencari nafkah untuk pendidikan anaknya. Saya bangga dengan mereka. Anakmu selalu mendo'akan kalian disetiap sholatnya. Semoga tuhan selalu memberikan kesehatan dan keselamatan untuk kalian, dan mereka tetap semangat dalam beribadah dan diberikan husnul khotimah.
2. Kepada kakak perempuan saya Nia Anjelina, Puji Septa rini, dan Liana Putri yang selalu mendo'akan dan mendukung adiknya dalam mencari ilmu. Semoga mereka selalu diberi kesehatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.
3. Kepada adik saya Rantau Ismail yang sabar dan selalu membantu pekerjaan Bapak dan Ibu di rumah dan sekarang ikut berjuang di rantauan. Kakak bangga denganmu dek, semoga kamu sehat selalu dan segera menyelesaikan kuliahnya.
4. Kepada kakak Ipar, kak Riyanto, Haris dan kak Megi yang selalu mendukung dan memberi motivasi, semoga kalian semakin semangat beribadah dan dimudahkan segala keinginannya, Aamiin.
5. Kepada keponakan Sandrio revo dan Muhammad Ihya' Ulumuddin yang saya sayangi dan manjakan, semoga kalian sehat selalu dan menjadi anak yang sholeh sehingga berbakti dengan kedua orang tua.
6. Kepada manisku, kekasihku, sayangku, pujaanku, calon istri dan makmumku yang bernama Adawiyah dan sering juga disebut si tai lalat yang menggemaskan dan bikin lucu, *jazakumullah bikhoir* semoga tuhan selalu membalas segala perjuanganmu, kebaikanmu dan keikhlasanmu selama menemani perjuangan mas. Perjuangan dari nol kita dijalani bersama, susah senang bersama, menderita bersama, sering keujanan dan bahkan sering nunggu mas saat sedang kuliah. Kamu memang *the best* cantikku *and* manisku. Segera selesaikan tugas akhirmu agar kita segera menikah dan selalu

- bersama selama hingga maut datang. Manisku engkaulah semangatku, motivasiku, dan segalanya untukku, mas sayang kamu manjaku I Love You sayangku.
7. Kepada keluarga besar semoga kalian sehat selalu dan diberikan keselamatan serta kebahagiaan dunia hingga akhirat.
 8. Kepada guru-guru KH. Abdul Rosyid, KH. Husaini Abror, KH. Maslikhuddin Yazid, KH. Muslimin Al-Asy'ari, KH. Zumroni, Kyai Sa'dullah, Ustadz Abdul Rohim, Ustadz Munawir, Ustadz Khamid, Ustadz Munasir, Ustadz Asikin, Ustadz Irhan, Ustadz Rosyad, Ustadz Sohlidin, dan lain-lain. Semoga kalian sehat selalu dan diberikan kebahagiaan dunia dan akhirat. Semoga kalian selalu diberikan kekuatan untuk berdakwah menyebarkan kebaikan untuk umat.
 9. Kepada kang Zubaidi dan keluarga semoga kalian selalu diberikan keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.
 10. Kepada teman-teman Ponpes Sabilul Huda, Ponpes Sunan Giri dan Ponpes Al-Falah, semoga kalian diberi kesehatan dan segala hajatnya dapat tercapaian.
 11. Kepada teman-teman satu perjuangan calon kelas Juman Tsani, khususnya Bapak Ustadz Mutakallim, yang selalu perhatian dan sayang dengan anak-anak didiknya.
 12. Kepada mas Ihya Ulumuddin yang berjasa dan tidak bisa untuk dilupakan.
 13. Kepada teman-teman KPI C, LDK FA, LAPAN dan HIMA SUMA semoga kalian sehat selalu. Tak lupa juga kepada teman-teman kerja BFI sekeluarga semoga kalian diberikan Kesehatan dan panjang umur.
 14. Kepada Ridho Gilang, Alfin, Agusman, Daus, Restu, Muhammad Syarifuddin, Marzuki, Riski, maksum, mas Ari dan lain-lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih dan semoga Allah balas kebaikan kalian dengan sebek-baiknya.

Semarang, 30 November 2022
Pembuat Pernyataan



Malik Ibrahim
NIM: 2101028004

MOTTO

خير الناس انفعهم للناس

Artinya: “Sebaik-baik Manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain”

(H.R. Ath-Thabrani)

“Buatlah karya yang dapat memberi manfaat kepada orang lain sehingga namamu dikenang dalam sejarah”

KATA PENGANTAR

Puji syukur *alhamdulillah* peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang selalu memberikan nikmat, karunia, taufik, serta hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul ***Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha Pada Channel YouTube NU Online*** tanpa halangan apa pun. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat, serta para pengikut yang selalu setia dan menjadikan suri tauladannya. Nabi Muhammad satu-satunya umat manusia yang dapat mereformasi umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benerang yakni dengan ajaran Islam.

Peneliti di dalam mengerjakan tesis tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan membantu penulis menyelesaikan tesis ini, baik dari segi pelayanan, dukungan, motivasi, dan fikiran. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak sebagai bentuk penghormatan dan kehangatan, ada pun beberapa pihak tersebut peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana UIN Walisongo.
3. Bapak Prof. Dr. Drs. Ilyas Supena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Drs. M. Mudhofi, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan.
5. Bapak Dr. Safrodin, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan.
6. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
7. Ibu Dr. Hj. Yuyun Affandi, Lc., M.A. selaku Ketua Prodi Magister KPI.
8. Bapak Ibnu Fikri, S.Ag., M.Si., Ph.D. selaku Sekretaris Prodi Magister KPI.
9. Ibu Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A. dan bapak Dr. Agus Riyadi, S.Sos.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing,

mengarahkan, memberikan masukan nasihat dan memotivasi penulis agar selalu menyelesaikan tesis ini tepat waktu dan tercepat.

10. Ucapan terimakasih kepada seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dosen Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan berbagai macam keilmuan dengan bidangnya masing-masing, dari awal semester satu hingga semester empat, sehingga bisa menjadi bekal penulis di dunia dan di akhirat.
11. Ucapan terimakasih kepada Staff Akademik Khususnya Bapak Mustofa Hilmi, S.Sos.I., M. Sos. dan Karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dalam hal administrasi dan konsultasi selama menjadi Mahasiswa.
12. Ucapan terimakasih kepada pihak Channel YouTube NU Online yang telah menyajikan beberapa video ceramah ulama-ulama Nahdlatul Ulama (NU) khususnya video ceramah Gus Baha.
13. Bagi semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu dan selalu memberikan penulis pengalaman dan pembelajaran, semoga kalian dalam keadaan sehat dan selalu dilindungi oleh Allah SWT.

Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada semua pihak, penulis hanya bisa mendo'akan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diajarkan dan diberikan. Untuk terakhir kalinya, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan karenanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya bisa menjadi referensi di bidang keilmuan, semoga tesis yang penulis kerjakan ini bisa memberikan kontribusi untuk memperluas wawasan, kajian, keilmuan serta menambah referensi perpustakaan bagi penulis selanjutnya.

Semarang, 30 November 2022

Pembuat Pernyataan



Malik Ibrahim

NIM: 2101028004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
PERYATAAN KEASLIAN TESIS	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING I.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING II.....	iv
SURAT PENGESAHAN TESIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
نبذة مختصرة	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
PERSEMBAHAN	x
MOTTO.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang.....	2
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
D. Kajian Pustaka	10
E. Metode Penelitian	16
F. Sistematika Penulisan	20
BAB II LANDASAN TEORI KOMUNIKASI PERSUASIF DAN RETORIKA	
DAKWAH	22
A. Ruang Lingkup Komunikasi Persuasif	22
1. Definisi Komunikasi Persuasif	22
2. Fungsi Komunikasi Persuasif	25
3. Tujuan Komunikasi Persuasif.....	26
4. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif	27
5. Model Komunikasi Persuasif.....	30
6. Prinsip Komunikasi Persuasif.....	33

7. Teknik Komunikasi Persuasif.....	35
8. Peta Konsep Teori Komunikasi Persuasif	38
B. Ruang Lingkup Retorika Dakwah	39
1. Definisi Retorika Dakwah	39
2. Fungsi Retorika Dakwah	43
3. Tujuan Retorika Dakwah.....	45
4. Unsur-Unsur Retorika Dakwah	46
5. Strategi Penyusunan Retorika Dakwah	49
6. Metode Penyampaian Retorika Dakwah	50
7. Jenis-Jenis Retorika.....	52
8. Gaya Retorika Dakwah.....	52
9. Peta Konsep Teori Retorika Dakwah	60
C. Urgensi Komunikasi Persuasif dan Retorika Dakwah.....	61
D. YouTube Sebagai Media Dakwah.....	65
BAB III BIOGRAFI DAN PENYAJIAN DATA GUS BAHA	67
A. Biografi Gus Baha	67
1. Riwayat Hidup Gus Baha	67
2. Perjalanan Mencari Ilmu Gus Baha.....	68
3. Sanad Keilmuan Gus Baha.....	69
4. Karya-karya Gus Baha	71
B. Profil Channel YouTube NU Online	72
1. Channel YouTube NU Online	72
2. Perbedaan Channel YouTube NU Online dengan Channel YouTube Lain	73
C. Penyajian Data.....	73
1. Model Komunikasi Persuasif Gus Baha.....	74
2. Prinsip Komunikasi Persuasif Gus Baha	76
3. Teknik Komunikasi Persuasif Gus Baha	78
4. Metode Penyampaian Retorika Dakwah Gus Baha.....	81
5. Jenis Retorika Dakwah Gus Baha	85
6. Retorika Dakwah Gus Baha	86
BAB IV ANALISIS DATA	102
A. Komunikasi Persuasif Gus Baha	102

1. Model Komunikasi Persuasif.....	102
a) Model source message channel dan receiver (SMCR).....	102
b) Heuristi systematic model	103
2. Prinsip Komunikasi Persuasif.....	105
a) Prinsip timbal balik	105
b) Prinsip pertemanan.....	106
c) Prinsip harapan.....	107
d) Prinsip asosiasi	108
3. Teknik Komunikasi Persuasif.....	109
a) Teknik appeals to humor	109
b) Teknik asosiasi	110
c) Teknik integrasi.....	111
d) Teknik tataan	112
B. Retorika Dakwah Gus Baha.....	113
1. Metode Penyampaian Retorika Dakwah	113
a. Metode naskah.....	113
b. Metode menghafal.....	115
c. Metode bicara mendadak.....	116
d. Metode bicara tanpa persiapan	117
2. Jenis Retorika Dakwah	118
a. Monologika	118
b. Dialogika	119
3. Retorika Dakwah.....	120
a. Gaya Bahasa	120
b. Gaya Suara	129
c. Gaya Gerak.....	133
C. Peta Konsep Hasil Penelitian Gus Baha	138
BAB V PENUTUP.....	139
A. Kesimpulan.....	139
B. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1. Jumlah pendownload pada Google Play Store
2. Gambar 2. Jumlah pengunjung Website *YouTube*
3. Gambar 3. Jenis video yang ditonton pengguna *YouTube*
4. Gambar 4. Pencarian aktor *da'i* berdasarkan Google Trend
5. Gambar 5. Model SMCR
6. Gambar 6. Probabilistical model
7. Gambar 7. Heuristic Systematic Model
8. Gambar 8. Extended parallel process model
9. Gambar. 9 Channel *YouTube* NU Online
10. Gambar 10. Video Gus Baha di upload melalui channel *YouTube* NU Online
11. Gambar. 11. Video ceramah Gus Baha dengan judul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha”
12. Gambar. 12. Video ceramah Gus Baha dengan judul “Ingat Mati Itu Tidak Selalu Baik” dan judul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan”
13. Gambar 13. Video ceramah Gus Baha dengan judul “Kenyamanan Akal dan Iman”
14. Gambar 14. Video ceramah Gus Baha dengan judul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati”
15. Gambar 15. Video ceramah Gus Baha dengan judul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” dan judul “Kenyamanan Akal dan Iman”
16. Gambar 16. Video ceramah Gus Baha dengan judul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan”
17. Gambar 17. Video ceramah Gus Baha
18. Gambar 18. penampilan dan pakaian Gus Baha
19. Gambar 19. Video ceramah Gus Baha dengan judul “Kenyamanan Akal dan Iman” dan judul “Betapa Mudahnya Masuk Surga.”
20. Gambar 20. Video ceramah Gus Baha
21. Gambar 21. Video ceramah Gus Baha berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” dan judul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati.”
22. Gambar 22. Video ceramah Gus Baha dengan metode naskah
23. Gambar. 23 Video Gus Baha dengan metode menghafal
24. Gambar 24. Video dialogika Gus Baha

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan zaman yang sangat cepat hingga menjadi modern saat ini membuat para *da'i* merubah cara dakwahnya lebih mudah dan praktis. Mayoritas *da'i* merubah cara dakwahnya dengan menggunakan teknologi internet¹ atau media² karena jumlah penggunaannya yang begitu banyak serta media dapat dijadikan sebagai sarana komunikasi atau dakwah.³ Hadirnya internet membuat para *da'i* memanfaatkan *YouTube* sebagai sarana dakwah⁴ untuk menyebarkan pesan-pesan keislaman agar dapat semakin dekat kepada Allah SWT. Para aktivis dakwah berusaha menciptakan *content* terbaik⁵ dan strategi yang efektif melalui *YouTube* guna menyampaikan ajakan kebaikan, sehingga dakwahnya lebih menarik, menyenangkan, mudah dipahami, dan dapat diterima oleh *mad'unya*.

Berdakwah menggunakan *YouTube* ternyata memang menjadi ruang dakwah yang tepat dan sangat membantu serta memudahkan *da'i* untuk menyebarkan ajaran Islam keseluruh dunia karena, pengguna *YouTube* yang begitu banyak dan luas, dengan demikian video ceramah atau *content* seorang *da'i* memiliki peluang lebih banyak untuk ditonton oleh *mad'u*. Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari Play Store menunjukkan bahwa, jumlah pendownload aplikasi *YouTube* mencapai 10 miliar lebih dan jumlah komentar lebih dari 140 juta pengguna.⁶

¹ <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>, Di akses pada 14 Juli 2022. Pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 204,7 miliar pengguna.

² Istina Rakhmawati, *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah*, AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam 4, no. 1 (2016): 49. Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu berdakwah melalui media seperti *YouTube* merupakan penyampaian pesan dakwah dengan menggunakan sarana media untuk meneruskan pesan kepada audien yang jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.

³ Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, dan Fairus, *Strategi Pemanfaat YouTube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh*, COMMUNICATION 11, no. 1 (2020): 82.

⁴ Hamdan dan Mahmuddin, *YouTube Sebagai Media Dakwah*, Palita: Journal of Social Religion Research 6, no. 1 (2021): 74.

⁵ Yuangga Kurnia Yahya, Syamsul Hadi Untung, dan Indra Ari Fajari, *Dakwah Di YouTube: Upaya Representasi Nilai Islam Oleh Para Content-Creator*, Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah 20, no. 1 (2020): 1–22. Salah satu cara membuat strategi *content* dakwah dapat dilihat pada hlm 19.

⁶ Tangkap Layar Google Play Store, Di akses pada 14 Juli 2022.

Gambar 1. Jumlah pendownload pada Google Play Store



Data tersebut menunjukkan bahwa, pada saat ini pengguna *YouTube* sangatlah banyak di seluruh dunia, dengan demikian alasan ini membuat peneliti akan memfokuskan penelitiannya pada dakwah yang disebarakan melalui *YouTube*. Data pendukung peneliti tambahan, agar fokus penelitian pada *YouTube* ini bisa layak untuk dilakukan. Berdasarkan data yang didapatkan peneliti bahwa, website *YouTube* mendapatkan urutan kedua khusus wilayah Indonesia dengan jumlah total 241 miliar pengunjung, sebanyak 37,6 miliar pengunjung unik, dan 11 miliar pengunjung dengan menggunakan kecepatan sebesar 52 Mbps/Second.⁷

Gambar 2. Jumlah pengunjung Website *YouTube*

RANK	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	NEW VISITS
1	YOUTUBE.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
2	GOOGLE.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
3	FACEBOOK.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
4	WIKIPEDIA.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
5	SPOTIFY.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
6	NETFLIX.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
7	AMAZON.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
8	DISNEY.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
9	APPLE.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349
10	TESLA.COM	1,196,312,349	37,600,000	1,196,312,349

Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari datareportal.com menunjukkan bahwa, pengguna *YouTube* yang menonton *any kind of video* sebanyak 96,9% pengguna menonton *music video* 64,4% pengguna menonton *comedy, meme, or viral video* 50,6% pengguna menonton *tutorial or how to video* 46,5% pengguna dan menonton *video livestream* sebanyak 37, 8% pengguna. Selain itu, pengguna *YouTube* yang menonton *education video* sebanyak 39,6% pengguna menonton *product review video* 37,4% pengguna menonton *sports cup or highlights video* 25,7% pengguna menonton *gaming*

⁷ <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>, Di akses pada 14 Juli 2022.

video 29.9% pengguna dan menonton *influencer videos and vlogs* sebanyak 33,4% pengguna.⁸

Gambar 3. Jenis video yang ditonton pengguna *YouTube*



Uraian di atas menunjukkan bahwa, pengguna *YouTube* khususnya di wilayah Indonesia mengakses berbagai macam video yang mereka tonton berdasarkan latar belakang dari setiap individu. Pada bidang pendidikan yang jumlah penontonya mencapai 39,6% bisa dimanfaatkan oleh para *da'i* untuk membuat video atau *content* dakwah yang menarik namun, tidak menutup kemungkinan pada bidang lainnya para *da'i* juga dapat memanfaatkannya untuk membuat video berdasarkan ciri khas atau bakatnya di dalam berdakwah, dengan demikian seorang *da'i* dapat melaksanakan dakwah dengan cara komedi atau dengan cara apa pun sesuai dengan kemampuan mereka.

Lebih lanjut alasan *YouTube* dapat menjadi sarana dakwah, peneliti merujuk pada penelitian karya dari Hajar,⁹ Qodriyah,¹⁰ dan Mutrofin.¹¹ Kemudian berdasarkan beberapa data dan uraian di atas menunjukkan bahwa, *YouTube* salah satu sarana atau wadah yang tepat untuk dijadikan media dakwah, dengan demikian peneliti akan melakukan penelusuran dakwah melalui *YouTube*. Sedangkan aktor *da'i* yang akan diamati pada *content* ini adalah Gus Baha karena, jumlah penontonnya lebih banyak

⁸ <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. Di akses pada 14 Juli 2022,

⁹ Ibnu Hajar, *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)*, Jurnal Al-Khitabah 5, no. 2 (2018): 95. *YouTube* salah satu sarana komunikasi dakwah bagi *da'i*.

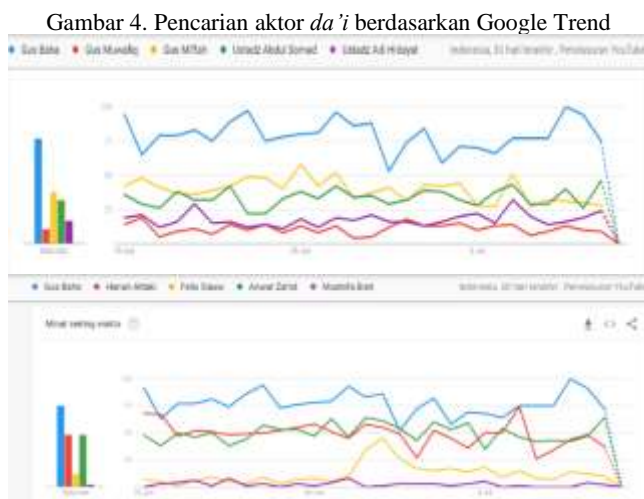
¹⁰ Salma Laila Qodriyah, *YouTube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official)*, Jurnal Studi Islam dan Kemuhimmadiyah 1, no. 2 (t.t.): 151. *YouTube* sebagai media dakwah.

¹¹ Mutrofin, *Dakwah Melalui YouTube: Tantangan Da'i di Era Digital*, Jurnal Komunikasi Islam 8, no. 2 (2018): 345. Media sosial menjadi salah satu alternatif untuk proses penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*.

dari aktor *da'i* lainnya. Selain itu, jumlah pencarian Gus Baha lebih unggul dari delapan aktor *da'i* yang populer di *YouTube*.

Berdasarkan hasil pencarian yang didapatkan peneliti melalui Google Trend khusus di wilayah Indonesia dengan katagori pencarian *YouTube* dan dalam jangka waktu 30 hari terakhir menunjukkan bahwa, Gus Baha mendapat urutan pertama dari delapan aktor *da'i* tersebut. Sedangkan K.H Anwar Zahid berada pada urutan kedua, Ustadz Hanan Attaki urutan ketiga, Gus Miftah urutan keempat, Ustadz Abdul Somat berada pada posisi ke kelima, Ustadz Adi Hidayat berada pada posisi keenam, Gus Muwafiq berada pada posisi ketujuh, Ustadz Felix Siauw berada pada posisi ke delapan, dan Gus Mustofa Bisri berada pada urutan kesembilan.¹²

Sembilan aktor *da'i* yang telah dicantumkan dalam penelitian ini sudah dilakukan proses seleksi dari banyaknya jumlah aktor *da'i* lainnya. Hampir 20 aktor *da'i* yang peneliti lakukan penelusuran melalui Google Trend namun, hanya sembil aktor *da'i* tersebut yang memang paling banyak penggembar nya untuk saat ini. Dengan demikian peneliti hanya mencantumkan sembilan aktor *da'i* itu saja.



Data tersebut memberikan penjelasan bahwa, pencarian Gus Baha lebih unggul dari beberapa aktor *da'i* di atas, dengan demikian kemungkinan besar jumlah penggembar dan penonton videonya di *YouTube* sangatlah disukai oleh masyarakat Indonesia. Argumen tersebut menjadi penting bagi peneliti untuk menentukan objek

¹² <https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID>, Di akses pada 15 Juli 2022.

da'i dalam suatu penelitian, sehingga objek *da'i* tersebut memang layak secara akademisi untuk diteliti dan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat Indonesia. Dengan demikian fokus terhadap aktor *da'i* pada penelitian ini adalah Gus Baha. Sedangkan channel *YouTube*nya peneliti memilih NU Online karena, jumlah video ceramah Gus Baha cukup banyak di dalam channel tersebut, sekitar 69 video, namun yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya 6 video saja. Selain itu, channel NU Online bukan termasuk kompetitor dan merupakan channel resmi milik Nahdlatul Ulama.

Lebih lanjut, terkait penelitian ini fokus menganalisa komunikasi persuasif dan retorika dakwah Gus Baha dalam channel *YouTube* NU Online. Komunikasi persuasif dapat menjadi salah satu strategi yang efektif di dalam membujuk hati *mad'u* agar dapat memberikan respon positif terhadap pesan dakwah yang ia terima. Menjadi hal yang sangat menarik dan efektif juga jika komunikasi persuasif dikolaborasi dengan ilmu retorika pada saat *da'i* ceramah, meskipun komunikasi persuasif merupakan bagian dari retorika. Seorang *da'i* ketika menggunakan gaya komunikasi persuasif dapat mengetuk hati *mad'u* dengan mudah dan tanpa paksaan, kemudian retorika menjadi pelengkap dalam penyampaian pesan dakwah tersebut, sehingga lebih sempurna dan indah didengarkan.

Komunikasi persuasif memang salah satu cara bagi seorang *da'i* untuk dapat membujuk serta mempengaruhi *mad'unya*, sehingga dakwahnya dapat diterima dengan baik dan mendapatkan respon positif. Salah satu bentuk atau bukti komunikasi persuasif sangat memberikan pengaruh dan respon kepada *mad'u* terbukti dari penelitian karya Mubasyaroh¹³ dan Sakhinah¹⁴ yang menggunakan strategi komunikasi persuasif dalam penelitiannya. Selain itu, Uyun¹⁵ juga melakukan penelitian terhadap suatu novel dengan

¹³ Mubasyaroh, *Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 323. Pada penelitian menggunakan strategi komunikasi persuasif untuk mengubah perilaku masyarakat dengan memperhatikan prinsip-prinsip dakwah persuasif yaitu *qaulan layyinan, qaulan sadidan, qaulan maysuran, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, qaulan karima*.

¹⁴ Siti Sakhinah, *Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta Dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah Melalui New Media* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018). Penelitian ini menggunakan komunikasi persuasif untuk mengajak anak muda berhijrah.

¹⁵ Nadzrotul Uyun, *Novel Rindu Karya Darwis Tere Liye Sebagai Media Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Dakwah* (Skripsi, IAIN Raden Intan Lampung, 2017). Pada penelitian ini Novel Rindu Karya Darwis Tere Liye menggunakan komunikasi persuasif sebagai strategi dakwah.

menggunakan sudut pandang komunikasi persuasif. Dengan demikian beberapa penelitian tersebut menjadi bukti bahwa komunikasi persuasif dapat digunakan dalam berdakwah.

Berdasarkan deskripsi di atas Sumarsono mengatakan bahwa, orang yang berkompeten dan paham dengan agama biasanya mampu mengemas pesan dakwah dengan baik terhadap *mad'unya*. Penyampaian dakwah biasanya dilakukan dengan menggunakan ciri khas tersendiri baik dari gaya suara, gerak, dan gaya bahasa.¹⁶ Hal inilah yang menjadi faktor penting untuk diperhatikan oleh seorang *da'i* pada saat ceramah.

Gambaran secara umum gaya ceramah yang digunakan oleh Gus Baha menurut karim adalah Gus Baha menggunakan bahasa sederhana, *pitch* dengan suara santai dan gerak menggunakan tangan dengan tujuan untuk mengaplikasikan ide dan inti pemahaman terhadap *mad'u*.¹⁷ Cahyani juga mengatakan bahwa, pada aspek pilihan kata Gus Baha menggunakan bahasa resmi, bahasa tidak resmi, dan bahasa percakapan, pada aspek nada suara memakai bahasa sederhana, dan pada aspek struktur kalimat Gus Baha memakai bahasa *repetisi*.¹⁸

Lebih lanjut A'Yuniyah dan Utomo juga mengatakan bahwa, ketika sedang ceramah Gus Baha selalu menggunakan ekspresi minta maaf saat melakukan sebuah penyimpangan atau kekeliruan, ekspresi berterimah kasih untuk menyampaikan sebuah balas budi, ekspresi kecewa saat harapannya tidak sesuai dengan kenyataan, ekspresi mendoakan orang lain saat melakukan sebuah kesalahan, dan ekspresi merendahkan orang lain agar termotivasi.¹⁹ Gunawan juga mengatakan bahwa, Gus Baha menggunakan gaya retorika monologika dan menggunakan gaya bahasa tidak resmi, serta menggunakan gerak tubuh untuk mempertegas dakwah yang disampaikan. Selain itu, Gunawan juga menjelaskan bahwa, Gus Baha memiliki kelebihan saat sedang

¹⁶ Sumarsono, *Sosiolinguistik* (Yogyakarta: Lembaga Studi Agama, Budaya dan Perdamaian, 2014).

¹⁷ Ikhlilul Karim, *Retorika Dakwah K.H. Bahauddin Nursalim Dalam Video YouTube* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), 105.

¹⁸ Ida Fitria Cahyani, *Gaya Baha Gus Baha Dalam Video YouTube Ngaji Bareng* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), 124.

¹⁹ Fitratul A'yuniyah dan Asep Purwo Yudi Utomo, *Tindak Tutur Ekspresif Dalam Dakwah Gus Baha*, CARAKA 8, no. 2 (2020): 211.

ceramah, kelebihan tersebut adalah ceramah Gus Baha mudah dipahami, materi yang diberikan tidak terlalu sulit, pesan dapat dikemas menjadi lebih memikat dan humoris.²⁰

Pentingnya retorika pada saat ceramah membuat *da'i* harus benar-benar memahami kaidahnya, sehingga kaidah yang dipahami dapat dipraktikkan dengan baik pada saat ceramah, ditambah lagi dengan banyaknya pengalaman seorang *da'i* saat di panggung untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah membuatnya lebih sempurna dan bagus dalam beretorika. Deskripsi di atas menjadi salah satu jembatan bagi peneliti dalam memfokuskan objek pembahasan penelitiannya.

Lebih lanjut alasan peneliti memfokuskan pada pembahasan komunikasi persuasif dan retorika dakwah karena berdasarkan beberapa literatur atau hasil penelitian sebelumnya. Penelitian tentang komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Solihat,²¹ Hayadi dan Awza,²² Wahyuni,²³ Zuraidah,²⁴ Wahyuni,²⁵ Zulfahmi,²⁶ Prasetyo,²⁷ Sari dan Aida,²⁸ Aisyah dan Ansori,²⁹ Dia dan Wahyuni,³⁰ dan Hasani.³¹ Kemudian penelitian

²⁰ Muhammad Syahrul Gunawan, "Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam YouTube" (Skripsi, IAIN Salatiga, 2020), 112–14.

²¹ Ihat Solihat, *Strategi komunikasi persuasif pengurus gerakan pemuda hijrah dalam berdakwah* (B.S. thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2016), 75–76.

²² Niko Hayadi dan Rusmadi Awza, *Komunikasi Persuasif Tim Tasykil Jamaah Tabligh Dalam Menyampaikan Dakwah Dikalangan Warga Muslim (Studi Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)*, Jom Fisip 3, no. 2 (2016): 13.

²³ Sri Wahyuni, *Komunikasi persuasif program pembinaan Muallaf lembaga dakwah Muhtadin Masjid al-Falah Surabaya* (PhD Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017), 140–41.

²⁴ Rofila Zuraidah, *Pola komunikasi persuasif dalam fanspage Setia Furqon Kholid*. (PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2017), 138.

²⁵ Sri Wahyuni, *Komunikasi Persuasif Program Pembinaan Muallaf pada Lembaga Dakwah Muhtadin Masjid Al Falah Surabaya*, INTELEKSIA-Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah 8, no. 1 (2018): 158–59.

²⁶ Ahmad Hilman Zulfahmi, *Metode Dakwah Alfie Alfandy Di Kalangan Pemuda Dalam Komunitas Bikers Dakwah Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif* (B.S. thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019), 89–90.

²⁷ Anton Prasetyo, *Dakwah Persuasif KH Asyhari Marzuqi dan Implikasinya dalam Kehidupan Modern* (PhD Thesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019), 121–22.

²⁸ Azlika Purnama Sari dan Nur Aida, *Teknik Komunikasi Persuasif Ahmad Rifa'i Rif'an Dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial*, Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam 5, no. 2 (2021): 127–47.

²⁹ Hajar Siti Aisyah dan Muhammad Syukron Anshori, *Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*, Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial 1, no. 2 (2021): 62–66.

³⁰ Kelaut Dia dan Sri Wahyuni, *Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah 'Apa dan Bagaimana Hijrah Itu*, Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam. 19, no. 1 (2021): 66.

³¹ Jufri Hasani, *Komunikasi Persuasif Perspektif Al-Qur'an (Studi Komparatif Makkiah dan Madaniy)* (Disertasi, Institut PTIQ Jakarta, 2021), 309–10.

tentang retorika dakwah yang telah dilakukan oleh Sixmansyah,³² Afifudin,³³ Zaini,³⁴ Fauzi,³⁵ Billah,³⁶ Berliantin,³⁷ Nandiastuti,³⁸ Gunawan,³⁹ Karim,⁴⁰ Komara,⁴¹ Irmawati,⁴² dan Purnomo⁴³ pada penelitian yang mereka lakukan terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan datang, sehingga dari beberapa penelitian tersebut terdapat kekosongan terkait komunikasi persuasif dan retorika dakwah Gus Baha di dalam channel *YouTube* NU Online.

Berdasarkan data di atas dan beberapa alasan sebelumnya serta literatur yang telah dijabarkan oleh peneliti sebelumnya, akhirnya peneliti akan melakukan penelusuran terkait komunikasi persuasif dan retorika dakwah. Dengan demikian peneliti ini mengambil judul “Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah Gus Baha Pada Channel *YouTube* NU Online.”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana komunikasi persuasif Gus Baha dalam video ceramah pada channel *YouTube* NU Online
2. Bagaimana retorika dakwah Gus Baha dalam video ceramah pada channel *YouTube* NU Online

³² Leiza Sixmansyah, *Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat* (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014), 59–61.

³³ Kusti Afifudin, *Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Di YouTube (Pengajian Maulid Nabi di Desa Godo Kec. Winong Kab. Pati)* (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2017).

³⁴ Ahmad Zaini, *Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara ‘Mamah & Aa Beraksi’ di Indosiar*, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies 11, no. 2 (2017): 31.

³⁵ Ahmad Fauzi, *Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), 93–94.

³⁶ Masrun Billah, *Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah “Keluarga Yang Dirindukan Rosulullah Saw Pada Media YouTube* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), 102–3.

³⁷ Safira Astri Berliantin, *Gaya Baha Dakwah Pada Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki* (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021), 76–77.

³⁸ Septi Nandiastuti, *Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui YouTube* (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020), 121–22.

³⁹ Gunawan, *Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam YouTube*, 112–14.

⁴⁰ Karim, *Retorika Dakwah K.H. Bahaiddin Nursalim Dalam Video YouTube*, 105.

⁴¹ Erwan Komara, *Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik*, Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi) 2, no. 1 (2021): 27–41.

⁴² Irmawati, *Retorika Dakwah Ustad Das’ ad Latief di YouTube (Studi Dramatisisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare)* (PhD Thesis, IAIN Parepare, 2021), 88–89.

⁴³ Luqman Purnomo, *Retorika Dakwah Muhammad Ali Shodiqin (Gusali Gondrong) Dalam Media Sosial YouTube* (Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022).

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Berupaya untuk menganalisa bagaimana komunikasi persuasif Gus Baha dalam video ceramah pada channel *YouTube* NU Online
- b. Berupaya untuk menganalisa bagaimana retorika dakwah Gus Baha dalam video ceramah pada channel *YouTube* NU Online

2. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Dapat memberikan wawasan kepada para *da'i* terkait perlunya komunikasi persuasif di dalam berceramah, dengan demikian *mad'u* dapat menerima dakwahnya secara alami atau paksaan. Penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan tentang cara berdakwah dengan tepat, lalu cara mengemas pesan dengan baik sesuai berdasarkan kaidah ilmu retorika.

b. Praktis

- 1) Penelitian ini dapat menjadi salah satu rujukan bagi *da'i* dalam berceramah demi meningkatkan kualitas retorika dan para *da'i* juga dapat menggunakan komunikasi persuasif di dalam ceramah, dengan demikian dakwahnya lebih mudah dipahami dan dapat diterima oleh *mad'u* dengan baik.
- 2) Penelitian ini dapat menjadi solusi *da'i* di dalam berdakwah untuk dapat mencontoh gaya dakwah Gus Baha saat menggunakan komunikasi persuasif dan ilmu retorika meskipun setiap *da'i* memiliki ciri khasnya masing-masing.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan beberapa penelitian sebelumnya untuk dibandingkan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, sehingga terhindar dari kesamaan dalam penelitian yang akan datang, dengan demikian beberapa penelitian tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Tesis karya Prasetyo yang bertujuan untuk menganalisa dakwah persuasif yang digunakan K.H. Asyhari Marzuqi. Teori yang digunakan adalah pendapat dari

Herdian Maulana, sedangkan metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dan pada pendekatan penelitian menggunakan studi kasus. Hasil menunjukkan bahwa, K.H. Asyhari Marzuqi merupakan salah satu sosok *da'i* yang dapat menggunakan persuasif pada saat berdakwah. Sebagai seorang *da'i*, K.H. Asyhari Marzuqi layak disebut sebagai *da'i* handal yang mampu menggunakan komunikasi persuasif. Sementara, pesan yang disampaikan juga berupa ajakan lembut tanpa harus memaksa *mad'unya*, sehingga membuat *mad'u* dapat menerima ajakannya dengan suka rela dan lapang dada.⁴⁴

Kesamaan dalam penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini adalah terletak pada bagian komunikasi persuasif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang akan di teliti, untuk penelitian ini selain retorika dakwah namun, membahas juga tentang komunikasi persuasif. Penelitian sebelumnya fokus kepada KH Asyhari Marzuqi, sedangkan pada penelitian ini fokus kepada Gus Baha. Penelitian sebelumnya menggunakan teori Herdian Maulana, metode penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus sedangkan penelitian ini menggunakan teori Stephen E. Lucas dan Sunarto untuk retorika dakwah, lalu Ezi Hendri, Soleh Soemirat, dan Asep Surya untuk komunikasi persuasifnya. Kemudian penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana.

2. Jurnal Karya Komara bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif Dr. Zakir Naik yang digunakan saat berdakwah. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori Effendy, metode menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, DR. Zakir Naik menggunakan teknik asosiasi, teknik tataan, teknik ganjaran, teknik integrasi dan teknik *red herring*.⁴⁵

Kesamaan dalam penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini adalah terletak pada konteks pembahasan komunikasi persuasif seorang *da'i* saat berdakwah. Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan kedua penelitian ini

⁴⁴ Prasetyo, "*Dakwah Persuasif KH Asyhari Marzuqi dan Implikasinya dalam Kehidupan Modern.*" Tujuan penelitian dapat dilihat pada hlm 8, teori hlm 23, metode penelitian hlm 34, dan temuan hlm 160-162.

⁴⁵ Komara, "*Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik,*" 27.

juga memiliki kesamaan. Perbedaan antara penelitian keduanya berada pada objek penelitian, untuk penelitian ini selain komunikasi persuasif namun, membahas juga tentang retorika dakwah yang digunakan *da'i* saat sedang ceramah. Penelitian sebelumnya fokus kepada Dr. Zakir Naik, sedangkan pada penelitian ini fokus kepada Gus Baha. Penelitian sebelumnya menggunakan teori Effendy dan penelitian ini menggunakan teori Stephen E. Lucas dan Sunarto.

3. Desertasi karya Hasani bertujuan untuk menganalisa komunikasi persuasif perspektif Al-Quran berdasarkan kacamata *Makkiy* dan *Madaniy*. Pada penelitian ini menggunakan teori Rachmat Kriyantono sedangkan jenis penelitian menggunakan jenis kualitatif yang bercorak kepustakaan dengan pendekatan *sosiohistoris* dan *sosiolinguistik*, Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kaidah komunikasi persuasif *Makkiy* menggunakan argumentasi realistis dan materialis, *uslûb* bervariasi, dan menggunakan bahasa emotif dengan tujuan untuk menggugah jiwa. Sedangkan kaidah komunikasi persuasif *Madaniy* adalah penjelasan aturan secara rinci dan jelas, setiap kesalahan diberikan kesempatan untuk bertaubat, memberikan hukuman yang mendidik, fleksibel serta bermanfaat untuk umat.⁴⁶

Kesamaan dalam penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang dikaji terhadap komunikasi persuasif meskipun, pada penelitian sebelumnya melakukan perbandingan terhadap gaya komunikasi persuasif *makkiy* dan *madaniy*. Perbedaan antara penelitian keduanya berada pada objek penelitian. Penelitian ini selain komunikasi persuasif namun, membahas juga tentang retorika dakwah. Penelitian sebelumnya fokus pada gaya komunikasi persuasif *Makkiy* dan *Madaniy*, sedangkan pada penelitian ini fokus kepada Gus Baha. Penelitian sebelumnya dan penelitian ini menggunakan teori dan metode penelitian yang berbeda.

4. Tesis Karya Sabrina yang bertujuan untuk menganalisa perbedaan gaya retorika Aa Gym dan Habib Rizieq, metode yang digunakan adalah teknik catat dan teknik simak bebas cakap. Hasil penelitian adalah Aa Gym saat sedang ceramah di dalam

⁴⁶ Hasani, “Komunikasi Persuasif Perspektif Al-Qur’an (Studi Komparatif Makkiy dan Madaniy).” Tujuan penelitian dapat dilihat pada hlm 12, teori hlm 15, Metode penelitian hlm 30, dan temuan hlm 309-310.

berretorika biasanya memanfaatkan atribut persuasi seperti *logos*, *ethos*, dan *pathos*. Pada bagian *ethos* Aa Gym menguasai kehendak yang baik, karakter, dan kompetensi, selain itu retorika Aa Gym termasuk dalam katagori retorika *epideiktik* semi *deliberative*. Habib Rizieq pada bagian *ethos* menguasai kehendak yang baik dan kompetensi saja, selain itu Habib Rizieq termasuk dalam katagori retorika *epideiktik* dan *deliberative* serta semi *forensik*. Kemudian kedua pendakwah tersebut menggunakan semua kanon retorika, namun pada Aa Gym masih ditemukan keraguan terkait ingatan.⁴⁷

Kesamaan dalam penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini adalah berada pada gaya retorika dakwah, meskipun pada penelitian ini melakukan perbandingan terhadap dua aktor *da'i*. Perbedaan di antara kedua penelitian tersebut berada pada objek penelitian, untuk penelitian ini selain retorika dakwah namun, membahas juga tentang komunikasi persuasif. Penelitian sebelumnya fokus kepada K.H. Abdullah Gymnastiar dan Habib Muhammad Rizieq Shihab bin Hussein Shihab, sedangkan pada penelitian ini fokus kepada Gus Baha, kemudian kedua penelitian tersebut menggunakan metode dan pendekatan penelitian yang berbeda.

5. Tesis karya Irmawati bertujuan untuk menganalisa retorika dakwah terhadap Ustadz Das'ad Latif di *YouTube*. Pada penelitian ini menggunakan teori Richard West dan Lynn H. Turner, sedangkan jenis penelitian menggunakan kualitatif dan pendekatan penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil Penelitian mengatakan bahwa, Ustadz Adi Hidayat saat sedang ceramah dari segi pemilihan kata memakai gaya bahasa resmi, namun juga menggunakan bahasa tidak resmi serta bahasa percakapan sebagai pelengkapny, dari segi nada memakai bahasa sederhana, dari segi struktur kalimat memakai bahasa *repetisi*, *antitesis*, dan *paralelisme*. Kemudian dari nada suara Ustadz Adi Hidayat memakai suara rendah hingga tinggi, dari gerak

⁴⁷ Fadilah Az-zahra Sabrina, "Perbandingan Retorika Dakwah KH Abdullah Gymnastiar dengan Habib Muhammad Rizieq Shihab bin Hussein Shihab" (PhD Thesis, Universitas Andalas, 2021). Tujuan penelitian pada hlm 6 dan temuan penelitian pada hlm 108-109.

tubuh biasanya sikap badan duduk tegak, pandangan mata berwibawa, serta pakaian Ustadz Adi Hidayat saat ceramah lebih sopan dan syar'i.⁴⁸

Kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan datang adalah terletak pada gaya retorika dakwah. Perbedaan pada kedua penelitian tersebut terletak pada objek yang akan diteliti, untuk penelitian ini selain retorika dakwah namun, membahas juga tentang komunikasi persuasif. Penelitian sebelumnya fokus kepada Ustadz Adi Hidayat, sedangkan pada penelitian ini fokus kepada Gus Baha. Serta pada kedua penelitian tersebut memiliki teori dan metodologi penelitian yang berbeda.

6. Tesis karya Mukoyimah dengan judul "Retorika Dalam Pidato Soekarno Pada Demokrasi Terpimpin (Analisis Dakwah)." Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis retorika dalam penerapan bahasa dari pidato Soekarno dengan menggunakan tiga konsep Aritoteles (*ethos*, *pathos*, dan *logos*) dan mengungkapkan nilai-nilai dakwah dalam pidatonya dari segi dakwah. Penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif dengan pendekatan kepustakaan, lalu menggunakan metode sosio-sejarah dan retorika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pidato Soekarno menggunakan retorika yang dibangun dengan konotasi positif, negatif dan sistematis. Konotasi negatif digunakan untuk menyampaikan informasi dan menegaskan dampak negatif dari kejahatan. Konotasi positif yang digunakan oleh Soekarno berupa sipat baik dan rendah hati. Sistematis bahasa pidato Soekarno sangat bisa dipahami. Di nilai-nilai dakwah, diksi diwakili oleh temperamen positif (*al-ghadzabu yasyiid*) dan sifat negatif (*ghadzabu Haqiir*). Bahasa juga dapat membantu menumbuhkan *ukhuwah al-Islamiyah* dan secara implisit pidato-pidato itu menghadirkan ancaman untuk masa depan dengan menggunakan *amtsal* singkatnya *kaminah (ijaz)*. Hal tersebut juga didukung oleh sosok Soekarno yang

⁴⁸ Irmawati, "Retorika Dakwah Ustad Das' ad Latief di YouTube (Studi Dramatisisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare)." Tujuan penelitian pada hlm 6, teori hlm 12-34, metode penelitian hlm 37, dan temuan penelitian pada hlm 88-89.

fathonah, akhlak al-karimah, dan misi yang baik untuk membangun mentalitas bangsa Indonesia.⁴⁹

Kesamaan pada penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini adalah berada pada gaya retorika, meskipun pada penelitian terdahulu melakukan retorika untuk kesatuan negara Indonesia namun, tersimpan nilai-nilai keislaman atau dakwah di dalamnya. Perbedaan di antara kedua penelitian tersebut berada pada objek penelitian, untuk penelitian ini selain retorika dakwah namun, membahas juga tentang komunikasi persuasif. Penelitian sebelumnya fokus kepada Soekarno, sedangkan pada penelitian ini fokus kepada Gus Baha. Pendekatan penelitian sebelumnya berbeda dengan penelitian ini yaitu analisis wacana, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan sosio-sejarah dan retorika.

7. Skripsi karya Karim bertujuan untuk menganalisa gaya retorika K.H. Bahauddin Nursalim dalam *YouTube*. Penelitian ini memakai teori Sutrisno dan Wiendijarti, jenis penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Gus Baha memakai bahasa sederhana, suara *pitch*, dan gerak tangan sebagai sarana untuk mengutarakan ide dan inti pemahaman kepada *mad'u*.⁵⁰

Kesamaan dalam pada penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini adalah berada pada retorika dakwah Gus Baha. Perbedaan di antara kedua penelitian tersebut berada pada objek penelitian, untuk penelitian yang akan datang ini selain retorika dakwah namun, membahas juga tentang komunikasi persuasif. Pada kedua penelitian ini memiliki teori dan metodologi penelitian yang berbeda. Meskipun jenis penelitian yang digunakan sama akan tetapi pendekatannya berbeda karena pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana.

8. Skripsi karya Cahyani bertujuan untuk menganalisa bagaimana gaya Bahasa Gus Baha. Penelitian ini menggunakan teori Gorys Keraf, jenis penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Gus Baha berdasarkan

⁴⁹ Mukoyimah, "*Retorika Dalam Pidato Soekarno Pada Demokrasi Terpimpin (Analisis Dakwah)*" (Thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018). Tujuan penelitian pada hlm 6, teori hlm 19-45, metode penelitian hlm 12, dan temuan penelitian pada hlm 132-133.

⁵⁰ Karim, "*Retorika Dakwah K.H. Bahauddin Nursalim Dalam Video YouTube*." Tujuan penelitian pada hlm 13, teori 23-43, jenis dan pendekatan penelitian hlm 53, hasil penelitian hlm 105.

unsur nada suara memakai bahasa sederhana, struktur kalimat memakai bahasa *repetisi* unsur dan pemilihan kata memakai bahasa resmi, didukung juga bahasa tidak resmi, dan bahasa percakapan.⁵¹

Kesamaan pada penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini adalah terletak pada gaya retorika dakwah Gus Baha. Perbedaan di antara kedua penelitian tersebut berada pada objek penelitian, untuk penelitian ini selain retorika dakwah namun, membahas juga tentang komunikasi persuasif. Pada kedua penelitian tersebut memiliki teori dan metodologi penelitian yang berbeda. Meskipun jenis penelitian yang digunakan sama akan tetapi pendekatannya berbeda karena pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis wacana. Pada analisis wacana peneniti mengamati suatu media *YouTube* yang menghimpun berbagai video. Misrani mengatakan analisis wacana merupakan penelitian yang memiliki karakter biasanya memfokuskan kajian secara mendalam terkait isi dari suatu pesan media.⁵² Namun Misrani juga mengatakan bahwa, analisis wacana memiliki karakter lebih condong terhadap penelitian kualitatif dan menjadi penyempurnah dari penelitian kuantitatif yang begitu lemah terhadap analisis dari suatu isi media.⁵³

Kualitatif adalah penelitian yang mampu memberikan penjelasan atau mengekspresikan penemuan dengan menggunakan kalimat dan bukan dalam bentuk statistic, karena hanya bisa dijelaskan dengan kalimat sehingga bisa dipahami oleh pembaca.⁵⁴ Menurut Gunawan penelitian kualitatif ini dapat melukiskan atau menggambarkan data yang didapatkan dari objek penelitian, kemudian data tersebut disajikan berdasarkan realitas sebenarnya yang didapat

⁵¹ Cahyani, *Gaya Baha Gus Baha Dalam Video YouTube Ngaji Bareng*. Tujuan penelitian pada hlm 5-6, teori 14-28, jenis dan pendekatan hlm 34, hasil penelitian hlm 124.

⁵² Misnarni, *Analisis Isi* (Jogjakarta: Gawe Buku (group Penerbit CV. Adi Karya Mandiri), 2019), 137.

⁵³ Misnarni, *Analisis Isi*, 149.

⁵⁴ Rasimin, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Kualitatif* (Yogjakarta: Trussmedia Grafika Yogjakarta, 2019).

melalui observasi atau dokumentasi untuk diuraikan peneliti berdasarkan kalimat atau rangkaian kata.⁵⁵ Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menguraikan peristiwa melalui pengumpulan data yang mendalam yang lebih mengutamakan kualitas dan bukan sekedar kuantitas.⁵⁶

Analisis wacana hakikatnya menjadi bagian analisis bahasa yang berkarakter pragmatis, karena sifatnya bebas terhadap deskripsi *linguistic*, serta berupaya untuk mencari jawaban terhadap bahasa yang dipakai oleh manusia.⁵⁷ Menurut Yulianto analisis wacana adalah studi atau intelektual yang menganalisa bahasa komunikasi dan berusaha memahami kegunaannya sebagai bahasa yang mampu mengartikan suatu makna baik dari bahasa lisan atau pun tulisan.⁵⁸ Analisis wacana adalah suatu unit linguistik dari penggunaan bahasa lisan dan tulisan yang dilimpahkan kepada *da'i* dan *mad'u* di dalam suatu komunikasi.⁵⁹

Yulianto mengatakan bahwa, terdapat tiga cara pandang dalam analisis wacana. Pertama, analisis wacana fungsional yang berguna sebagai sarana atau alat untuk berkomunikasi. Kedua, analisis wacana dialektis yang fokus pada struktur bahasa dan konteks. Ketiga, analisis wacana struktural yang fokus pada kata, frase, dan kalimat.⁶⁰ Berdasarkan ungkapan tersebut pada penelitian ini menggunakan analisis wacana structural, fungsional, dan dialektis.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang hendak dilaksanakan, di dalam menggali atau mengumpulkan data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi. Observasi yang hendak dilakukan adalah mengamati beberapa video ceramah Gus Baha yang memiliki nama lengkap K.H. Ahmad Bahaudin Nursalim, dengan demikian lokasi penelitian ini menunjukkan pada video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel

⁵⁵ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 80.

⁵⁶ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 56–57.

⁵⁷ Sutji Muljani, *Analisis Wacana: Peranan dan Implikasinya dalam pengajaran ketrampilan berbahasa produktif* (Universitas Pancasakti Tegal press., 2014), 23.

⁵⁸ Andika Yulianto, *Menelisik Analisis Wacana Dalam Sebuah Kajian Teks* (Jogjakarta: Gawe Buku (group Penerbit CV. Adi Karya Mandiri), 2019), 5.

⁵⁹ Rohana dan Syamsuddin, *Analisis Wacana* (Makasar: CV Samudra Alif-Mim, 2015), 11.

⁶⁰ Yulianto, *Menelisik Analisis Wacana Dalam Sebuah Kajian Teks*, 12.

YouTube NU Online. Sedangkan waktu penelitian berdurasi selama satu sampai dua bulan dan mulainya penelitian ini pada 15, Juli 2022.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data ketika konteksnya di dalam suatu penelitian tentunya memiliki peran sebagai subjek data yang didapatkan oleh peneliti.⁶¹ Ketepatan dalam menentukan sumber data dapat memengaruhi proses dalam pencarian data. Kemudian ketika peneliti telah tepat atau posisi dalam menentukan sumber data tentunya, informasi yang didapatkan akan layak digunakan dan valid.⁶² Data utama dalam penelitian ini bersumber dari video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online.

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang didapatkan peneliti secara langsung.⁶³ Menurut Indrawan sumber data primer adalah salah satu sumber yang memberikan data kepada peneliti secara langsung.⁶⁴ Sumber data primer yang didapatkan dalam penelitian ini berasal dari video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan peneliti secara tidak langsung, namun dapat dikategorikan sebagai orang kedua atau dokumen.⁶⁵ Sumber data sekunder yang didapatkan dalam penelitian ini berasal dari berbagai jurnal, buku, artikel dan lain-lain demi mendapatkan data yang cukup dan lengkap.

⁶¹ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 172.

⁶² Nugrahani, Farida, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta: Cakra Books, 2014), 108.

⁶³ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 225.

⁶⁴ Rully Indrawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* (Surabaya: Refika Aditama, 2014), 77.

⁶⁵ Indrawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*, 77.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah salah satu upaya peneliti untuk menggali data secara sistematis berdasarkan dengan kaidah-kaidahnya.⁶⁶ Observasi ini juga dapat dilakukan dengan cara mengamati suatu objek untuk menemukan data yang dibutuhkan peneliti di dalam suatu penelitian dan menjadi salah satu metode yang berperan sebagai instrumen pengumpulan berbagai data penting yang dikaji secara tersusun.⁶⁷

Terdapat dua macam observasi kualitatif yang berguna sebagai instrument pengumpulan data. Pertama, observasi partisipan dengan nama lain *participant observasi* merupakan pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara menjadi pemain atau golongan dari objek pengamatan. Kedua, observasi langsung dengan nama lain *direct observation* merupakan pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara tidak menjadi pemain atau tidak menjadi golongan dari objek pengamatan, namun peneliti hanya mengamati saja tanpa menjadi bagian dari objek tersebut.

Berdasarkan uraian jenis observasi di atas, peneliti menggunakan jenis *direct observation* karena memanfaatkan media *YouTube* sebagai sarana pengamatan terkait komunikasi persuasif dan retorika dakwah Gus Baha pada channel *YouTube* NU Online. Observasi ini juga dilaksanakan peneliti dengan cara menonton berbagai video tersebut, sehingga mendapatkan data yang dibutuhkan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu kegiatan pengumpulan data yang bersumber dari berbagai catatan, buku, jurnal, surat kabar, laporan penelitian.⁶⁸

Dokumentasi merupakan sumber data yang didapatkan peneliti secara tidak

⁶⁶ Arikunto, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 265.

⁶⁷ Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2015), 319.

⁶⁸ Sadiyah, Dewi, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2015), 91.

langsung atau objeknya sebagai orang kedua. Pada konteks ini biografi Gus Baha menjadi salah satu dokumentasi pendukung dalam penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah kegiatan pengelompokkan dan memilih data berdasarkan susunan yang telah diatur sebelumnya agar dapat disatukan ke dalam katagori, lalu peneliti menemukan pola dan tema yang menjadi hipotesa kerja. Tahapan analisis data berawal dari menelaah seluruh data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, baik melalui observasi, atau melalui dokumen. Setelah itu, mereduksi data, melakukan evaluasi terhadap keabsahan data, dan memaknai data agar bisa dijadikan laporan penelitian.⁶⁹ Menurut Kaelan analisis data merupakan kegiatan peneliti di dalam mengelola data berdasarkan kaidah yang telah tersusun, baik dari tahapan menyusun data, mengelompokkan data agar dapat menjadi satu pola, katagori, dan definisi yang berdasarkan analisis data yang bersifat kualitatif.⁷⁰

F. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran singkat tentang hal-hal yang akan dijelaskan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan sistematika penyusunan ke dalam lima bab.

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisikan landasan teori yang membahas tentang komunikasi persuasif dan retorika dakwah. Teori yang berhubungan dengan komunikasi persuasif meliputi: pengertian komunikasi persuasif, fungsi, tujuan, unsur-unsur, model, prinsip-prinsip, teknik komunikasi persuasive, dan peta konsep teori komunikasi persuasif. Sedangkan retorika dakwah meliputi: pengertian retorika dakwah, fungsi, tujuan, unsur-unsur, metode penyampaian, jenis-jenis, gaya retorika dakwah, dan peta konsep teori retorika dakwah. Kemudian membahas tentang

⁶⁹ Rasimin, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Kualitatif*, 147.

⁷⁰ Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner: bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama dan Humaniora* (Jogjakarta: Paradigma, 2012), 130.

urgensi komunikasi persuasif dan retorika dakwah, serta membahas tentang *YouTube* sebagai media dakwah.

3. Bab III Biografi dan Penyajian Data Gus Baha

Pada bab ini berisikan tentang biografi Gus Baha, profil channel *YouTube* NU Online, dan penyajian data yang akan menjelaskan tentang bagaimana komunikasi persuasif dan retorika dakwah Gus Baha. Pada bagian komunikasi persuasif peneliti akan menjelaskan terkait model, prinsip, dan teknik komunikasi persuasif. Pada bagian retorika dakwah peneliti akan menjelaskan terkait strategi, metode penyampaian, jenis-jenis retorika dakwah dan gaya retorika dakwah yang meliputi: gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak.

4. Bab IV Analisis Data Penelitian

Pada bab ini berisikan analisis data penelitian yang membahas tentang bagaimana komunikasi persuasif dan retorika dakwah Gus Baha. Pada bagian komunikasi persuasif peneliti menganalisis terkait model, prinsip, dan teknik komunikasi persuasif. Pada bagian retorika dakwah peneliti menganalisis terkait strategi, metode penyampaian, jenis-jenis retorika dakwah dan gaya retorika dakwah yang meliputi: gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak Gus Baha. Selain itu, menggambarkan hasil penelitian Gus Baha menggunakan peta konsep.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Ruang Lingkup Komunikasi Persuasif

1. Definisi Komunikasi Persuasif

Awal mula kalimat komunikasi persuasif berasal dari kata komunikasi dan persuasif. Kata komunikasi berdasarkan bahasa latin bermula dari kata *communicatus* atau *comunicare* atau *communication*, sedangkan menurut bahasa Inggris berasal dari sebuah kata *communication* yang berarti berbagi.⁷¹ Ungkapan lain mengatakan komunikasi merupakan perilaku atau perbuatan seseorang dalam bentuk tutur kata atau ucapan yang dikemas menjadi pesan atau informasi kemudian disampaikan ke orang lain.⁷² Fialova dan Havlicek mengatakan bahwa “*communication in the true sense is carried out on the basis of signal transfer.*” Ungkapan tersebut memiliki arti bahwa komunikasi adalah aktifitas pengiriman atau transfer sebuah tanda.⁷³

Menurut Efendy⁷⁴ secara etimologi dari bahasa latin komunikasi berasal dari kata *communicare* yang memiliki makna berpartisipasi, *communis* bermakna milik bersama. Sedangkan dari bahasa Inggris berasal dari kata *communication* yang memiliki makna sama.⁷⁵ Mera menyatakan bahwa “*Communication can be used to persuade individuals to change their intentions*” ungkapan tersebut memiliki makna bahwa, komunikasi dapat digunakan untuk membujuk individu untuk mengubah niat mereka terhadap suatu perencanaan.⁷⁶ Menurut Muslimah dari segi

⁷¹ Riswandi, *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu., 2013), 1.

⁷² Iswandi Syahputra, *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan teori* (Yogyakarta: Calpulis, 2016).

⁷³ Jitka Fialová dan Jan Havlíček, “Perception Of Emotion-Related Body Odours In Humans,” *Anthropologie Published By: Moravian Museum* 50, no. 1 (2012): 96.

⁷⁴ Onong Uchayana Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 9.

⁷⁵ Endang Soelistiyowati dan Vincent Nugroho, *Strategi Komunikasi Untuk Sukses Menjaln Relasi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 16.

⁷⁶ Michell Patricia García Mera, *Effects of Persuasive Communication on Intention to Save Energy: Punishing and Rewarding Messages* (New York: Rochester Institute of Technology, 2015), 4.

kata kerja komunikasi adalah *communicara* yang memiliki makna bermusyawarah dan berdiskusi.⁷⁷

Sedangkan kata persuasif yang sering disebut dengan nama persuasi ditersebut juga *persuasion* dalam bahasa Inggris dan disebut *persuasio* dalam bahasa latin dengan kata kerja *persuader* yang memiliki makna merayu atau mengajak dan membujuk.⁷⁸ Pendapat lain mengatakan “*persuasion is the study of attitudes and how to change them*” ungkapan tersebut memiliki arti bahwa persuasi merupakan salah satu ilmu yang mengkaji terkait cara untuk merubah sikap.⁷⁹ Sedangkan menurut Carl Hovland “*persuasion is any instane in wich an active attempt is made to change a persons mind*” ungkapan tersebut memiliki arti bahwa persuasi merupakan komunikasi intensional yang mana pendekatan yang dilakukan dengan cara satu arah dan pendengar diupayakan untuk bisa dipengaruhi.⁸⁰

Ketika kata persuasif diartikan dalam KBBI memiliki makna bahwa persuasif besifat membujuk, mengajak secara perlahan dan menghimbau.⁸¹ Sedangkan dalam kamus populer persuasif memiliki arti dengan sebuah pendekatan untuk membujuk dan mempengaruhi seseorang dengan modal argumen.⁸² Persuasif dapat diartikan juga dengan ajakan dan hasutan dari sebuah propaganda.⁸³ Ajen mengatakan persuasif lebih cocok dengan suasana demokrasi dan humanistik, dengan demikian hasil yang diperoleh akan menghasilkan perubahan Tindakan dan sikap dari diri seseorang. Selain itu, perubahan sifat tersebut akan lebih kekal dan tahan lama.⁸⁴

Lebih lanjut Soemirat dan Suryana menjelaskan definisi persuasif berdasarkan pendapat dari para ahli. Nothstine (1991) mengatakan bahwa, persuasi

⁷⁷ Muslimah, “Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam,” *jurnal Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016): 116.

⁷⁸ Soleh Soemirat dan Asep Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2016), 23.

⁷⁹ Richard M Perloff, *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21st Century* (London: Lawrence Erlbaum Associates, 2013), 4.

⁸⁰ Inge Hutagalung, *Teori-Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi* (Jakarta: Indeks, 2015), 87.

⁸¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima, *Aplikasi Luring Resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan* (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016).

⁸² Roudhonah, *Ilmu Komunikasi* (Depok: Rajawali Pers, 2019), 185–86.

⁸³ Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia Edisi ke-2* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 356.

⁸⁴ Icek Ajen, *Persuasive Communication Theory in Social Psychology: A Historical Perspective* (Amherst: University of Massachusetts, 2013), 3.

salah satu usaha untuk mempengaruhi *mad'u*. Brembeck dan Howell (1952) dan Bettinghouse (1973) mengatakan persuasi merupakan usaha sadar untuk mengubah pikiran *mad'u*. Menurut Andersen (1972) persuasi sebagai komunikasi yang bersifat interpersonal. Menurut Larson (1986) persuasi sebagai usaha atas terbentuknya sesuatu berdasarkan pernyataan Bersama dan beridentifikasi terhadap symbol-simbol. Menurut Applebaum dan Anatol (1974) persuasi merupakan kegiatan komunikasi dengan harapan memperoleh respon tertentu dari pendengar.⁸⁵

Komunikasi persuasif secara ontologi merupakan interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat baik secara verbal mau pun non verbal yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap, tanggapan, dan perbuatan di dalamnya. Sedangkan secara epistemologi komunikasi persuasif merupakan interaksi sosial yang berupaya mempengaruhi orang lain dengan menggunakan cara pola pikir, pengetahuan, metode, dan prosesnya. Selain itu, komunikasi persuasif secara aksiologi adalah upaya mengembangkan dan menjalankan kaidah-kaidah komunikasi secara serius dan bertanggung jawab.⁸⁶

Komunikasi persuasif menurut Maulana dan Gumelar merupakan salah satu proses yang dapat memperikan respek sehingga dapat mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang untuk bisa bertindak sesuai dengan tujuan komunikator. Meskipun demikian cara yang dilakukan oleh seorang komunikator tersebut tanpa ada paksaan karena komunikasi menjalankannya berdasarkan perasaan yang ikhlas dan suka rela.⁸⁷ Menurut Dia dan Wahyuni komunikasi persuasif mampu memberikan pesan dengan penyampaian yang lebih bijak dan efektif terhadap *mad'u*, sehingga tujuan *da'i* lebih mudah untuk tercapai atau berhasil.⁸⁸ Dengan komunikasi persuasif juga jumlah *mad'u* bisa semakin ramai di

⁸⁵ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 25–26.

⁸⁶ Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2022), 24–27.

⁸⁷ Herdian Maulana dan Gungum Gumelar, *Psikologi komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata, 2013), 8.

⁸⁸ Dia dan Wahyuni, “Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah ‘Apa dan Bagaimana Hijrah Itu,’” *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam*. 19, no. 2 (2021): 67.

dalam mengikuti kajian ilmu, dan bisa menambah keilmuan kepada *mad'u* juga tentang ketauhidan, akhlak, dan beribadah.⁸⁹

Lebih lanjut komunikasi persuasif merupakan sebuah komunikasi yang dikehendaki dan mempunyai keinginan tertentu serta tersusun agar dapat mengubah sikap komunikan.⁹⁰ Komunikasi persuasif merupakan penyampaian pesan dengan menggunakan strategi dan manajemen komunikasi, kemudian adanya perpaduan antara perencanaan komunikasi sebelumnya demi mencapai tujuan yang diharapkan, dengan demikian komunikan dapat menerima pesan dengan lapang dada.⁹¹ Ngalimun mengatakan bahwa, komunikasi persuasif merupakan usaha dengan tujuan agar dapat meyakinkan *mad'u* untuk mengikuti atau bertingkah laku sesuai dengan keinginan *da'i* dengan cara halus dan tanpa paksaan.⁹²

Berdasarkan ungkapan di atas komunikasi persuasif adalah suatu kegiatan untuk memberikan pesan kepada komunikan atau seorang *da'i* memberikan pesan kepada *mad'u* dengan menggunakan strategi membujuk agar dapat mempengaruhi *mad'u*. Ketika seorang *da'i* ingin tercapai tujuannya tentunya, seorang *da'i* harus menggunakan strategi komunikasi persuasif berdasarkan kaidah yang benar dan tepat, sehingga hasil yang diharapkan efektif dan maksimal.

2. Fungsi Komunikasi Persuasif

a. Fungsi kontrol

Kontrol merupakan suatu perbuatan untuk mengendalikan dan menangani kondisi tertentu agar bisa kondusif. Control di sini berarti berfungsi untuk mengendalikan perubahan sikap seorang *mad'u* terhadap ilmu atau pesan yang ia dapatkan dari *da'i*. Dalam hal ini komunikasi persuasif memiliki fungsi untuk mengendalikan dan mengontrol *mad'u* untuk bisa berjalan atau bersikap sesuai dengan keinginan seorang *da'i*.⁹³

⁸⁹ Nurhalima, "Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara" (Tesis, IAIN Medan, 2013), 67–68.

⁹⁰ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 43.

⁹¹ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*.

⁹² Ngalimun, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018), 59.

⁹³ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 70.

b. Fungsi perlindungan

Komunikasi persuasif memiliki fungsi untuk melindungi *mad'u* dari berbagai biasanya paradigma yang salah atau kurang cocok baginya. Seorang *da'i* dapat memberikan pesan persuasif kepada *mad'unya* untuk menghilangkan pemahaman yang mereka anut tapi tanpa mengetahui dasarnya secara logika dan dalil yang benar. Dengan demikian komunikasi persuasif berfungsi sebagai perlindungan untuk para *mad'u*.⁹⁴

c. Fungsi pengetahuan

Komunikasi persuasif memiliki fungsi untuk menambah pengetahuan *mad'u* untuk bisa lebih kritis, teliti, dan memvalidasi semua pesan atau pengetahuan baru yang mereka dapatkan. Maksudnya seorang *mad'u* ketika mendengarkan suatu studi ilmu yang sudah mereka dengarkan atau dapatkan di suatu majelis dari *da'i*, tentu saja diharapkan ketika seorang *mad'u* sedang menghadapi persoalan yang sama dengan pengetahuan yang mereka dapatkan sebelumnya, tentu saja *mad'u* bisa memvalidasi dan memilah serta memilih keputusan setelah proses analisisnya.⁹⁵

3. Tujuan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memiliki tujuan untuk mempengaruhi atau mengambil perhatian sehingga dapat merubah sikap, pendapat dan karakter *mad'u*. Merubah sikap berarti fokus pada aspek afektif, yang mana cenderung terhadap emosional *mad'u*. dalam hal ini, komunikasi persuasif memiliki tujuan untuk menggerakkan hati nurani *mad'u* untuk bisa menghadirkan perasaan tertentu pada kondisi yang serasi. Terkait merubah pendapat berarti merujuk ke arah aspek kognitif, yang mana cenderung kepada gagasan, pemikiran, kepercayaan, dan konsep berfikir. Dengan demikian, hal tersebut dapat mempengaruhi perbuatan *mad'u* di dalam bertindak.⁹⁶

Pesan dalam sebuah komunikasi persuasif tentunya memiliki tujuan agar dapat mempengaruhi *mad'u*. Hal tersebut di ungkapkan oleh Soemerat dan

⁹⁴ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 71.

⁹⁵ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 72.

⁹⁶ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 1.28

Suryana⁹⁷ yang mengatakan bahwa komunikasi persuasif memiliki tiga tujuan, di antaranya sebagai berikut:

a. *Shaping Responses*

Shaping responses atau membentuk tanggapan berarti komunikasi persuasif berupaya untuk menciptakan cara agar *mad'u* dapat memberikan respon terhadap pesan yang ia terima dari *da'i*. Pembentukan tanggapan itu terjadi tentunya ketika *mad'u* banyak paham dengan materi yang telah disampaikan *da'i* kepadanya. Namun ketika *mad'u* tidak memahami sama sekali materi tersebut maka pembentukan tanggapan ini yang pasti akan gagal.

b. *Reinforcing Responses*

Reinforcing responses atau penguatan tanggapan berarti terdapatnya konsisten dari suatu karakter yang sedang dilakukan saat ini, kemudian terus berlanjut hingga ke depannya. Penguatan tanggapan juga merupakan kontinuitas dari sebuah sikap yang dilakukan *mad'u* secara terus menerus atau berkesinambungan. Ketika seorang *mad'u* atau sasaran komunikasi persuasif tidak melanjutkan sikap tersebut atau hanya menentara berarti penguatan tanggapan di kata kan gagal.

c. *Changing Responses*

Changing responses atau perubahan tanggapan berarti seorang *da'i* berupaya untuk merubah kebiasaan *mad'u* yang tidak baik untuk segera hijrah kepada kebenaran. Konteks ini bertujuan agar *mad'u* bisa menerima pesan dakwah yang disampaikan *da'i* namun, isi pesanya berlawanan dengan sikap yang sedang dilakukan oleh *mad'u*. Dengan demikian, tujuan komunikasi persuasif sebagai perubahan tanggapan adalah untuk merubah kebiasaan atau sikap buruk *mad'u* tersebut agar bisa lebih baik.

4. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

a. Memahami Pembicara

Pembicara atau komunikator merupakan orang yang menjadi perhatian dari komunikan, komunikator juga seorang yang memberikan pesan-pesan moral

⁹⁷ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 5.35-5.36

kepada komunikan. Oleh karena itu seorang komunikator harus memiliki sikap reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transmisif.⁹⁸ Menurut Hendri reseptif berarti komunikator bersedia menerima pendapat orang lain, selektif berarti komunikator melakukan validitas atau menyaring semua informasi yang didapatkan, digestif berarti komunikator mampu mencerna gagasan, asimilatif berarti komunikator dapat merangkai gagasan untuk lebih menarik, dan transmitif berarti komunikator harus menggunakan bahasa, dan kata yang fungsional, logis dan memahamkan komunikan.⁹⁹

b. Pesan Komunikasi Persuasif

Secara alami dapat dijelaskan bahwa pesan merupakan perkataan atau tuturan yang dikeluarkan oleh komunikator atau *da'i* dengan menggunakan kata, nada suara, ekspresi wajah, dan gestur badan.¹⁰⁰ Menurut Hendri efektifnya pesan komunikasi persuasif tentunya dapat memberikan respon positif kepada *mad'u*. Oleh karena itu, seorang komunikator harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *mad'u*. Seperti, komunikator harus melakukan analisis sasaran, pesan disampaikan dengan jelas, memotivasi sasaran, dan tujuan yang realistis. Selain itu, seorang komunikator harus memahami rumitnya *mad'u* memahami pesan, adanya perbedaan individu, pemahaman atas dasar fakta, dan pemahaman fakta sebagai hakikat berfikir, berbuat, dan bertindak.¹⁰¹

c. Saluran Komunikasi Persuasif

Saluran komunikasi adalah jaringan atau arus yang sangat efektif mengkoneksikan informasi dari komunikator kepada komunikan dalam struktur atau susunan komunikasi.¹⁰² Saluran komunikasi adalah perantara yang digunakan komunikator untuk berkomunikasi dengan komunikan dengan tujuan agar di antara mereka dapat berbagi informasi baik secara formal atau

⁹⁸ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 2.27

⁹⁹ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 188–189.

¹⁰⁰ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 2.34

¹⁰¹ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 219–221.

¹⁰² Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 231.

non formal, baik secara tatap muka atau pun tidak langsung bertemu, baik dengan bahasa verbal dan nonverbal.¹⁰³

d. Memahami Pendengar

Pendengar atau komunikan yang sering disebut dengan nama *mad'u* merupan sekelompok orang yang memiliki tujuan bersama untuk menerima atau mendengarkan pesan-pesan dakwah dari seorang *da'i*. Komunikan juga salah satu elemen penting dalam suatu kegiatan komunikasi jika suatu proses komunikasi tidak ada komunikan maka, tidak mungkin terjadi interaksi di antaranya.¹⁰⁴

Menurut Sulistyarin dan Zainal pendengar yang mengikuti kegiatan retor berasal dari kalangan dan latar belakang berbeda-beda, dengan demikian wajar saja jika pesan yang terima oleh mereka memiliki respon yang berbeda-beda dan berdasarkan karakter dan latar belakang mereka masing-masing dari setiap *mad'u*.¹⁰⁵

e. Umpan Balik

Umpan balik menurut Sastropetro (1988) merupakan jawaban yang diberikan komunikan terhadap komunikator. Menurut Wiener (1954) umpan balik adalah metode pengontrolan sebuah sistem dengan cara memasukan ulang ke hasil sebelumnya. Menurut Mulyana (1996) umpan balik merupakan balasan atau sikap yang telah diperbuat oleh komunikator terhadap komunikan.¹⁰⁶

Umpan balik terdapat dua jenis, pertama sumber eksternal yang berarti tindakan atau reaksi *mad'u* berdasarkan informasi dari *da'i* yang tidak mereka pahami terhadap penjelasan dari seorang *da'i*. Kedua, sumber internal berarti tindakan yang dilakukan oleh *da'i* karena pesannya yang diberikan kepada *mad'u*.¹⁰⁷

¹⁰³ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 2.36

¹⁰⁴ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 248.

¹⁰⁵ Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar: Retorika* (Banten: CV. AA RIZKY, 2020),

90.

¹⁰⁶ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 2.37-2.38

¹⁰⁷ Soemirat dan Suryana, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 2.38

5. Model Komunikasi Persuasif

Model merupakan representasi suatu peristiwa baik secara nyata atau pun abstrak yang mampu menampilkan unsur-unsur terpenting dalam suatu peristiwa tertentu.¹⁰⁸ Usaha untuk bisa paham dengan model komunikasi persuasif secara sederhana bisa dipahami dengan menggambarkan jalannya proses pesan secara utuh. Oleh karena itu, empat tahap yang perlu di perhatikan.

Pertama, tahap pemahaman pesan berarti pesan yang diterima oleh komunikan berdasarkan urutan dan arus komunikasi. Kedua, *encoding* berarti proses pembedahan atau penyaringan paradigma dalam pikiran terhadap stimulus yang datang. Ketiga, tahap *decoding* berarti proses penyandian atau isyarat suatu pesan dari *da'i* kepada *mad'u*. Empat, tahap evaluasi berarti pengontrolan dari suatu pesan yang telah disampaikan.¹⁰⁹ Dengan demikian, terdapat empat jenis model komunikasi persuasif, adapun beberapa model komunikasi persuasive tersebut, di antaranya sebagai berikut:

a. Model SMCR

Model *source message channel* dan *receiver* (SMCR) merupakan model komunikasi yang terdiri dari sumber, pesan, saluran dan penerima. Sumber merupakan orang yang memberikan pesan, pesan merupakan isi yang disampaikan oleh sumber, saluran merupakan media yang menjadi pelantara suatu pesan, dan penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.¹¹⁰

Menurut Mulyana model komunikasi SMCR ini merupakan model komunikasi yang menghimpun bagian dari unsur-unsur komunikasi, seperti *source, message, channel, dan receiver*. Bila hal tersebut diilustrasikan menjadi konteks dakwah berarti terdiri dari *da'i*, pesan, media, dan *mad'u*. model komunikasi ini biasanya digunakan saat berkomunikasi menggunakan telepon, media online, tv, radio dan *YouTube*.¹¹¹

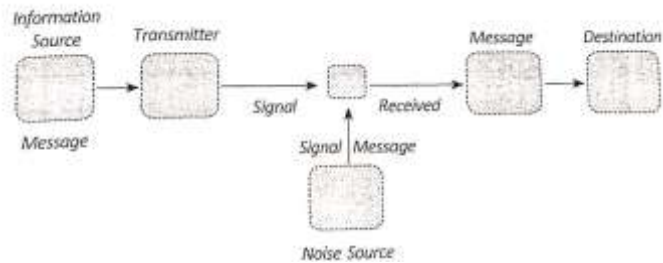
¹⁰⁸ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 121.

¹⁰⁹ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 121–22.

¹¹⁰ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 128.

¹¹¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2017), 148.

Gambar 5. Model SMCR



Pesan merupakan informasi yang memiliki tujuan untuk dapat tersampaikan kepada komunikan dengan melalui proses yang disebut transmitter. Transmitter ini adalah suatu pancaran yang dapat merubah pesan menjadi sinyal yang berbentuk kode atau disesuaikan dengan medianya. Kemudian pesan ini akan sampai atau datang kepada penerima atau *destination*.¹¹²

b. *Probabilogical Model*

Model komunikasi persuasif *probabilogical* merupakan model yang mengkaji atau lebih serius dengan keyakinan komunikan karena, ketika komunikan menerima pesan dakwah biasanya di filter dan dikonfrontasikan terlebih dahulu dengan keyakinan dan kepercayaannya. Setelah itu, ketika sesuai maka pesan dakwah akan diterima dan ketika tidak sesuai pesan yang didapat hanya didiamkan saja.¹¹³

Gambar 6. *Probabilogical model*

$$P(C) = p(AC) + p(A.C)$$

Keterangan:

P = Keseluruhan sikap terhadap objek

A = Keyakinan mengenai objek

C = Evaluasi terhadap atribut

p = Jumlah kepercayaan

Model komunikasi persuasif ini pada intinya seorang komunikan akan menerima pesan dan menjalankannya ketika seorang komunikator telah ada dibenaknya, baik secara langsung atau sekedar isu dari sumber lain yang kemudian membuat dirinya menghadirkan rasa yakin dan percaya. Model ini

¹¹² Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 128–29.

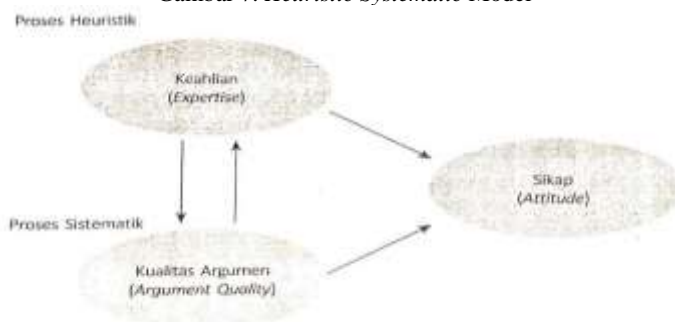
¹¹³ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 130.

juga selain dari keyakinan namun seorang komunikan juga melihat bagaimana faktanya sebenarnya. Sehingga bisa menentukan apakah layak pesann tersebut untuk diterima dan dilaksanakan.¹¹⁴

c. *Heuristic Systematic Model*

Heuristic Systematic Model merupakan model komunikasi persuasif yang memusatkan pesan atau kajian dakwah berdasarkan dengan keahlian, kualitas argumen, dan sikap seorang komunikator. Seorang komunikan akan melakukan filter terkait pesan yang ia terima, apakah memang pesan dakwah tersebut memang memiliki argumen yang kuat. Selain itu, seorang *da'i* yang menyampaikan pesan dakwah, apakah memiliki keahlian dan *attitude* yang baik, sehingga seorang *mad'u* dapat menerima pesan dakwah tersebut tanpa harus dipaksa.¹¹⁵

Gambar 7. *Heuristic Systematic Model*



d. *Extended Parallel Process Model*

Extended parallel process model merupakan model komunikasi persuasif yang memfokuskan pada emosional yang berupa ancaman atau tekanan. Biasanya hal tersebut seperti, rasa takut karena pernah melakukan dosa, rasa bahagia karena selalu berbuat baik, rasa sedih karena selalu tirakat, dan rasa bersalah karena sering melakukan kesalahan. Seorang komunikan akan bisa terpengaruhi atau perpersuasi ketika berada dalam beberapa posisi tersebut, sehingga membuatnya mau untuk melaksanakan solusi atau pesan yang

¹¹⁴ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 131.

¹¹⁵ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 140.

diberikan oleh komunikator atau *da'i*.¹¹⁶ Menurut Popova model ini memfokuskan pada emosional negatif komunikasi dengan metode rasa takut.¹¹⁷

Gambar 8. *Extended parallel process model*



6. Prinsip Komunikasi Persuasif

a. Prinsip Timbal Balik

Hakikat dari suatu komunikasi persuasif adalah interaksi. Suatu komunikasi dikatakan tidak berhasil atau sukses jika di antara *da'i* dan *mad'u* tidak memiliki aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi akan terjadi ketika di dalam komunikasi terdapat respon dari seorang *mad'u* secara stimuli.¹¹⁸ Dengan demikian perinsip timbal balik ini bertujuan untuk memastikan bahwa komunikasi persuasif tersebut sukses dan sesuai dengan indikator yang diinginkan.

b. Prinsip Pertemanan

Salah satu prinsip dari komunikasi persuasif adalah pertemanan. Pada prinsip ini lebih memfokuskan pada kesamaan atau *similarity*. Seorang *mad'u* akan lebih respek atau memberikan respon kepada seorang *da'i* yang menggunakan pendekatan dengan cara masa rasa dan sama rata. Maksudnya persuasi akan lebih mudah dilaksanakan jika di antara *da'i* dan *mad'u* memiliki kesamaan baik dari ideologi, hobi, kepercayaan, paradigma, falsafah, latar belakang, dan sikap.¹¹⁹

¹¹⁶ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 141.

¹¹⁷ Lucy Popova, "The Extended Parallel Process Model: Illuminating the Gaps in Research," *Health Education & Behavior* 39, no. 4 (2012): 457.

¹¹⁸ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 270.

¹¹⁹ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 271.

c. Prinsip Harapan

Harapan menjadi salah satu prinsip dari komunikasi persuasif. Prinsip harapan adalah salah satu cara agar dapat mempengaruhi *mad'u* dengan cara memberikan paradigma tentang sesuatu yang dapat membangun emosional atau motivasi *mad'u* untuk semakin semangat di dalam beribadah atau menjalankan arahan dari seorang *da'i*. ilustrasi lain menggambarkan bahwa, ketika seorang ayah berharap anaknya untuk bisa sukses di dalam Pendidikan pesantren, tentunya seorang anak akan termotivasi untuk berusaha belajar dengan semangat dan rajin.¹²⁰

d. Prinsip Asosiasi

Hakikat pada prinsip asosiasi mengacuh kepada seseorang yang menjadi idola atau patokan terhadap suatu nilai atau objek. Dalam konteks ini seorang *da'i* yang menjadi idola dari seorang *mad'u* tentunya ada nilai positif yang diberikan oleh idolanya. Sehingga mampu menanggapi dan merespon pesan dengan lebih cepat dan respek. Oleh karenanya referensi di dalam suatu keputusan tentunya berdasarkan paradigma dari pengembangannya, sehingga hal ini membuatnya mudah untuk menerima pesan dari seorang *da'i* dan membuatnya cenderung terhipnotis dengan pesan persuasi yang di sampaikan oleh seorang *da'i*.¹²¹

e. Prinsip Kekuasaan

Prinsip kekuasaan dalam komunikasi persuasif yang dimanfaatkan oleh seorang orator atau *da'i* sebagai senjata untuk mempengaruhi *mad'unya* di dalam berdakwah tentunya dapat menjadikan pesan dakwah lebih persuasif. Adanya kekuasaan membuat para *mad'u* lebih menerima fatwahnya. Contohnya seorang ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) memberikan fatwah terkait kapan bulan puasa mulai dilaksanakan. Prinsip kekuasaan ini membuat *mad'u* lebih percaya dan yakin terhadap pesan dakwah yang ia dapatkan karena

¹²⁰ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 273.

¹²¹ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 272.

melihat yang berbicara sebagai orang yang memiliki haknya dalam hal tersebut.

122

7. Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif salah satu unsur yang dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh seorang *da'i* untuk lebih mudah mencapai tujuan dakwah, sehingga keberhasilan di dalam komunikasi persuasif lebih besar dan signifikan.¹²³

a. Teknik *Appeals to Humor*

Teknik *appeals to humor* merupakan teknik yang sering digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah. Teknik ini adalah seorang *da'i* bercerita tentang peristiwa yang di dalamnya terdapat nilai humor yang mampu memikat perhatian *mad'u* meskipun sangat minim untuk memberikan pemahaman tentang materi dakwah yang disampaikan, namun teknik ini membantu *da'i* untuk bisa beradaptasi dengan *mad'u*.¹²⁴ Teknik *appeals to humor* ini juga dapat memberikan persepsi kepada *mad'u* terkait sikap atau karakter seorang *da'i*, dengan demikian akan hadirnya kemesraan di antara mereka.¹²⁵

b. Teknik Asosiasi

Teknik asosiasi merupakan teknik dalam komunikasi persuasif yang mana seorang *da'i* mencari dukungan atau pertolongan dari objek lain agar *mad'u* bisa dipengaruhi. Biasanya *da'i* untuk mengambil perhatian dari *mad'u* memulai pembicaraan dengan membahas peristiwa yang sedang viral atau rame dibicarakan saat itu. Pada momen ini seorang *da'i* memanfaatkan untuk menarik perhatian pendengarnya, kemudian ketika sudah mulai memfokuskan perhatiannya kepada *da'i* mulailah pesan-pesan dakwah disampaikan secara bertahap.¹²⁶

Teknik asosiasi adalah salah satu teknik komunikasi yang dilakukan dengan cara mengikuti peristiwa yang sedang viral atau ramai dibicarakan di dalam

¹²² Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 273–274.

¹²³ Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 68.

¹²⁴ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 279.

¹²⁵ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 8.15

¹²⁶ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 280.

public atau pun masyarakat.¹²⁷ Menurut Effendy teknik asosiasi ini merupakan cara untuk menarik perhatian *mad'u* dengan memulai pembicaraan dengan objek yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat.¹²⁸ Sedangkan menurut Yusuf Teknik komunikasi persuasif dengan katagori asosiasi merupakan Teknik yang memanfaatkan fenomena yang sedang berlangsung untuk dijadikan umpan kepada *mad'u* agar bisa terpesuasif olehnya.¹²⁹

c. Teknik Integrasi

Teknik integrasi merupakan cara yang digunakan *da'i* untuk menyatu menjadi satu dengan *mad'u*. Salah satu contoh kalimat yang menunjukkan bahwa seorang *da'i* menggunakan teknik integrasi adalah menggunakan kata kita atau kami, namun *da'i* tidak memakai kata saya. “Marilah kita sumbangkan harta untuk saudara-saudara kita yang sedang terkena bencana alam di Aceh” kalimat tersebut salah satu contoh dari komunikasi persuasif dengan teknik integrasi.¹³⁰ Sedangkan menurut Yusuf teknik ini berupaya untuk menjadikan satu suara dengan komunikan.¹³¹

Lebih lanjut teknik integrasi ini menurut Effendy merupakan cara seorang *da'i* untuk menyatukan rasa dan hati dengan *mad'u* secara komunikatif, sehingga mereka bisa menjadi satu dan sependapat tentang anjuran yang diberikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Pada teknik ini seorang *da'i* biasanya menggunakan kalimat yang terdapat kata kami dan kita, sehingga terlihat penonton menyetujui atau sependapat dengan *da'i* terkait apa yang sedang diucapkan oleh seorang *da'i*.¹³²

d. Teknik Ganjaran

Teknik ganjaran adalah teknik yang berupaya untuk memberikan paradigma atau pemahaman kepada *mad'u* terkait perbuatan baik atau pertolongan yang

¹²⁷ Rahma Maemona dan Mutia Rahmi Pratiwi, “Teknik Asosiasi: Sebagai Strategi Pesan Dakwah di Instragram,” *Jurkom: Jurnal Risem Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 256–257.

¹²⁸ Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 25.

¹²⁹ Pawit Muhammad Yusuf, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 122.

¹³⁰ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 280.

¹³¹ Yusuf, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*, 122.

¹³² Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 22.

dilakukan oleh setiap orang pasti akan di ganti dengan ganjaran lebih baik. Pada konteks ini seorang *da'i* bisa menggunakan materi tentang sedekah, tolong menolong, berbakti kepada orang tua dan sebagainya.¹³³

e. Teknik *Red Herring*

Teknik *red herring* merupakan teknik dimana seorang *da'i* berusaha untuk menang di dalam berdebat atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mendapatkan umpan balik dari *mad'u*. Cara yang *da'i* lakukan dengan memberikan argumen yang lemah lalu bertahap ke tingkat argument yang sedang hingga tinggi. Seorang *da'i* juga memberikan logika dan dalil yang tepat terhadap suatu permasalahan atau pertanyaan yang di hadapinya. Teknik ini biasa digunakan saat sedang adu argumen atau berdebat.¹³⁴

Teknik *red herring* ini salah satu senjata atau seni yang dimiliki oleh seorang komunikator atau *da'i* di dalam suatu perdebatan, yang mana seorang *da'i* mampu memberikan dalil atau argumen secara aqli atau pun naqli terkait tema yang sedang diperdebatkan. Teknik yang dilakukan oleh seorang *da'i* pada konteks ini bertahap dari argumen yang rendah, lemah, sedang, hingga ke argument yang kuat.¹³⁵

f. Teknik Tataan

Teknik tataan merupakan cara seorang *da'i* untuk mengemas dan menyusun pesan dakwah agar enak didengar, mudah dipahami *mad'u* dan memberikan kesan menyenangkan serta humor, sehingga *da'i* dapat mempengaruhi *mad'u* untuk dapat menerima pesan-pesan yang telah disampaikan.¹³⁶ Teknik tataan atau icing juga termasuk dalam katagori teknik memanis-maniskan kata agar terlihat lebih indah, tersusun rapi, dan lebih menarik perhatian *mad'u*.¹³⁷

¹³³ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 281.

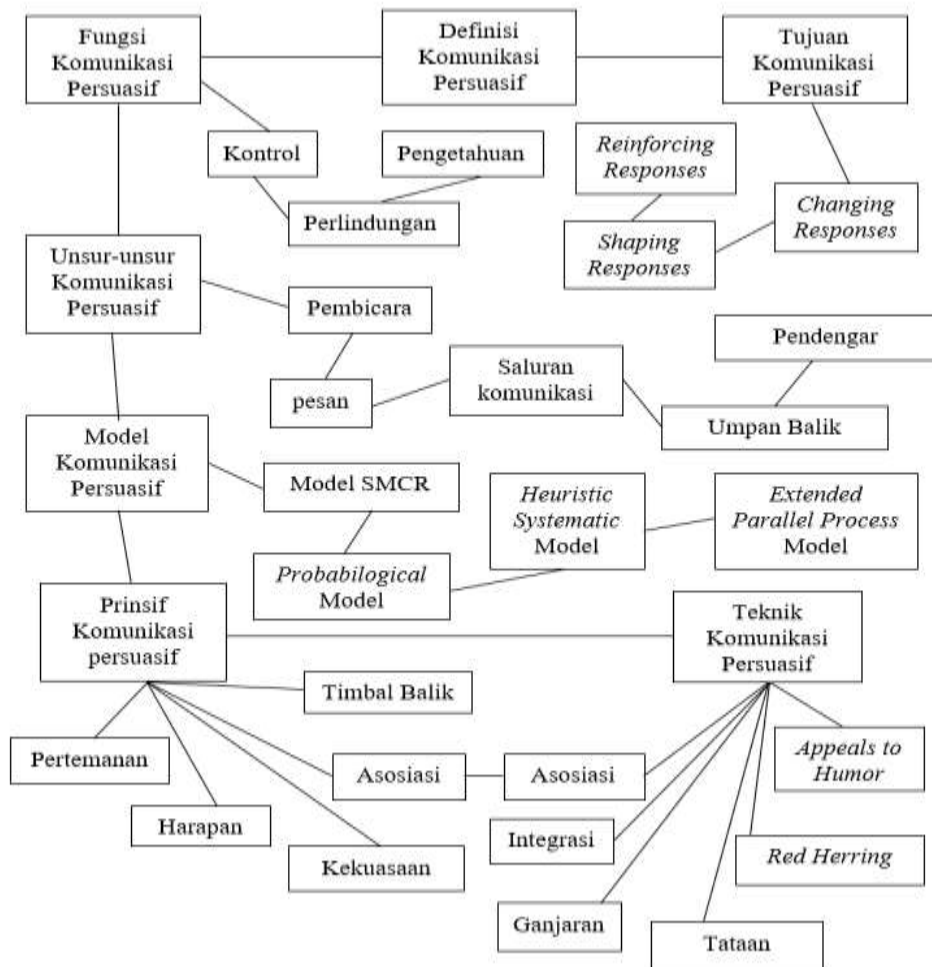
¹³⁴ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 281.

¹³⁵ Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 24.

¹³⁶ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 282.

¹³⁷ Yusuf, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*, 122.

8. Peta Konsep Teori Komunikasi Persuasif



Teori komunikasi persuasif berdasarkan peta konsep di atas menunjukkan bahwa, teori komunikasi persuasif terdiri dari beberapa bagian seperti (1) definisi komunikasi persuasif. (2) Fungsi komunikasi persuasive yang meliputi, fungsi kontrol, perlindungan, dan pengetahuan. (3) Tujuan komunikasi persuasif meliputi, *reinforcing responses*, *shaping responses*, dan *changing responses*. (4) Unsur-unsur komunikasi persuasif meliputi, pembicara, pesan, saluran komunikasi, umpan balik, dan pendengar. (5) Model komunikasi persuasif meliputi, SMCR, *probabilistical model*, *heuristic systematic model*, dan *extended parallel process model*. (6) Prinsip komunikasi persuasif meliputi, pertemanan, harapan, kekuasaan, asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, *appeals to humor*, dan *red herring*.

asosiasi, dan timbal balik. (7) Teknik komunikasi persuasif meliputi, asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, *red herring*, dan *appeals to humor*.

B. Ruang Lingkup Retorika Dakwah

1. Definisi Retorika Dakwah

Kata retorika sudah menjadi sesuatu yang tidak jarang didengar atau suatu kata yang sangat familiar di dengarkan oleh telinga khususnya para *da'i*. Dalam sejarahnya retorika salah satu ilmu yang memang tidak terlalu dominan akan tetapi ilmu retorika ini menjadi ilmu yang bergengsi. Ilmu retorika ini sangat banyak diminati dan digunakan oleh para hakim, politik, pembela dan masyarakat.¹³⁸ Selain itu, kata retorika sebuah istilah yang muncul pertama kali di Yunani sekitar abad ke-5 Sebelum Masehi. Waktu itu merupakan masa kejayaan Yunani sebagai pusat kebudayaan dan keilmuan. Para filsuf Yunani berlomba-lomba mencari hakikat kebenaran sejati, sehingga arus pemikiran dan ide berkembang pesat. Pengaruh Yunani menyebar sampai ke wilayah Timur seperti Mesir, Persia, India dan daerah lainnya.¹³⁹

Retorika dakwah adalah penggabungan dari kata retorika dan dakwah. Menurut bahasa Yunani retorika berasal dari kata *teacher*, *orator*, dan *rhetor*. Retorika secara global adalah teknik persuasi, namun bisa dikatakan juga sebagai seni bermedia baik secara oral maupun tertulis.¹⁴⁰ Lebih lanjut retorika didefinisikan juga sebagai “*the art of constructing arguments and speechmaking*” yang memiliki makna seni berbicara dan berpendapat berdasarkan dasar hukum atau argumentasi.¹⁴¹ Menurut Sunarto retorika secara sempit memiliki pengertian sebagai pengetahuan untuk memahami kaidah-kaidah di dalam berpidato secara efektif, sedangkan secara luas retorika adalah suatu pengetahuan untuk memahami kaidah di dalam tutur dan tulisan.¹⁴²

¹³⁸ Suardi, “Urgensi Retorika dalam Perspektif Islam dan Persepsi Masyarakat,” *Jurnal An-Nida* 41, no. 2 (2017): 135–36.

¹³⁹ Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, “Kajian retorika untuk pengembangan pengetahuan dan ketrampilan berpidato,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2015): 75.

¹⁴⁰ Dewi, Fitriana Utami., *Public Speaking* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar., 2014), 56.

¹⁴¹ Morisan, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group., 2013), 62.

¹⁴² Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)* (Surabaya: Juanda Press, 2014), 5.

Menurut Jaswadi retorika adalah ilmu yang menekuni dan mempelajari tentang kepandaian di dalam menitipkan pesan kepada audience atau pendengar.¹⁴³ Retorika juga sebuah kemampuan teknis berucap, menampilkan, dan menyampaikan pesan kepada *mad'u*. Selain itu, mengajarkan untuk mempengaruhi *mad'u*, berargumen, secara logika dan dalil yang dikemas dengan bahasa yang indah, santun, humoris, dan menarik.¹⁴⁴ Model retorika tersebut kemudian di dikembangkan dan dimodifikasi oleh para ahli sastra atau linguistik dan ahli bahasa.¹⁴⁵ Menurut Aristoteles mengatakan bahwa retorika merupakan suatu seni yang mempunyai nilai-nilai tersendiri dan ciri khas. Nilai-nilai tersebut berupa kebenaran dan keadilan yang memiliki kekuatan dan kekuasaan dalam diri masyarakat.¹⁴⁶

Lebih lanjut Fikry mengatakan retorika adalah seni yang digunakan saat sedang berbicara atau berpidato yang tentunya di dalamnya memiliki kaidah-kaidah tertentu.¹⁴⁷ Littlejohn dan Foss mengatakan retorika sebuah seni yang diperuntukkan dalam penggunaan bahasa baik lisan maupun tertulis yang didasarkan melalui pengetahuan dan pemahaman yang tersusun dengan baik. Selain itu, retorika terjadi sebagai respon terhadap beberapa situasi darurat atau urgensi, problem, atau sesuatu yang tidak beres. Retorika muncul ketika seorang retor melihat atau menciptakan situasi urgensi dan memberikan diskursus yang dirancang untuk menarik perhatian audiensi atau *mad'u*.¹⁴⁸

Memberikan pesan atau informasi tentunya memiliki tujuan untuk mempengaruhi lawan bicara. Dalam hal ini Rahmat mengatakan terdapat tiga cara untuk mempengaruhi lawan bicara atau *mad'u*. Pertama, pendakwah harus sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya dan status terhormat (*ethos*). Kedua, pendakwah harus

¹⁴³ Jaswadi, Syahroni Ahmad, *Public Speaking* (Surabaya: CV. Cahaya Intan XII., 2014), 11.

¹⁴⁴ Umdatul Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer, Cet ke-1* (Banten: Media Madani, 2020), 5.

¹⁴⁵ Safnil, *Pengantar Analisis Retorika Teks 1, Cet ke -3* (Bengkulu: FKIP UNIB, 2020), 17.

¹⁴⁶ Dini Anggraeni Saputri, *Aristoteles; Biografi Dan Pemikiran* (Filsafat Ilmu, 2017), 2.

¹⁴⁷ Ali Fikry, "Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia," *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora* 5, no. 3 (2020): 138.

¹⁴⁸ Stephen W Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories Of Human Communication Tenth Edition*. (America: Waveland Press, Inc., 2016), 125.

menyentuh hati khalayak, perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang mereka (*phatos*). Ketiga, pendakwah meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti atau kelihatan sebagai bukti. Disini pendakwah mendekati khalayak dengan otak (*logos*).¹⁴⁹

Kata dakwah berdasarkan bahasa Arab mermula dari kata “*da’wat*” atau “*da’waton*” berarti memiliki penegertian sebagai ajakan dan seruan, sehingga terbentuknya komunikasi antara *da’i* dan *mad’u*.¹⁵⁰ Menurut Faizah kata dakwah dalam bentuk masdar berdasarkan kaidah *tasrif* berawal dari kata “*da’a, yad’u, da’watan*” yang berarti menyeru, mengundang, mendorong, memanggil, dan mengajak. Dakwah juga mempunyai banyak makna seperti, meminta, do’a, membela dan lain sebagainya.¹⁵¹ Dakwah juga bertujuan untuk mengajak umat agar dapat berjalan di jalan yang benar sehingga diridhoi Allah dan mendapat keselamatan dunia hingga akhirat.¹⁵²

Menurut Hamka dalam Hayati¹⁵³ dakwah adalah seruan atau panggilan yang bertujuan untuk menganut kepada amal ma’ruf nahi mungkar. Menurut Tajirin dakwah merupakan ajakan kepada seluruh umat manusia yang dilakukan melalui tulisan, lisan, dan perbuatan.¹⁵⁴ Secara harfiah dakwah adalah sebuah aktifitas atau pekerjaan yang dikerjakan oleh seseorang dengan cara mengajak, memanggil, menyeru tanpa harus memperhatikan latar belakangnya berasal dari agama dan ras mana pun.¹⁵⁵ Secara esensi atau kenyataannya dakwah berusaha untuk mengajak seseorang agar dapat berupaya memperbaiki keburukan yang diperbuat untuk bisa menjadi baik dan lebih baik.¹⁵⁶

¹⁴⁹ Jalalludin Rakhmat, *Retorika Modern* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 23.

¹⁵⁰ Agus Hermawan, *Pengantar Psikologi Dakwah* (Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus, 2019), 1.

¹⁵¹ Faizah, Dkk, *Psikologi dakwah* (Jakarta: Kalam Mulia, 2015), 4–5.

¹⁵² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali, 2012), 32.

¹⁵³ Umi Hayati, *Nilai-Nilai Dakwah Aktivitas Ibadah dan Perilaku Sosial*, INJECT: *Interdisciplinary Journal of Communication* 2, no. 2 (2017): 175–92.

¹⁵⁴ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 16.

¹⁵⁵ Mustafirin dan Agus Riyadi, *Dinamika Dakwah Sufistik Kiai Salih Darat* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management-Anggota IKAPI, 2022), 24.

¹⁵⁶ Yuyun Affandi dkk., “Da’wah Qur’aniyah Based on Environmental Conversation: Revitalizing Spiritual Capital Ecotheology, Environmentally Friendly, Gender Responsive,” *Pertanika: Jurnal Social Sciences & Humanities* 30, no. 1 (2022): 162.

Dakwah memiliki esensi sebagai Dakwah juga secara hakikat bertujuan untuk menyampaikan kebenaran yang merujuk kepada Al-Qur'an dan Al-Hadist serta berupaya agar kita sebagai hambah dapat mengamalkannya.¹⁵⁷ Ketika dakwah dirujuk berdasarkan Al-Qur'an maka Allah SWT berfirman yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk” (QS. An Nahl [16]: 125).¹⁵⁸

Retorika dakwah merupakan ilmu dan seni berbicara di depan umum yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada *mad'u*.¹⁵⁹ Menurut Alvio retorika dakwah merupakan seni di dalam menyampaikan ajaran kebenaran dengan menggunakan lisan yang diaplikasikan dalam bentuk ceramah baik melalui media sosial maupun secara langsung dengan tujuan untuk mengajak *mad'u* kepada jalan kebenaran.¹⁶⁰ Menurut Noviyanto dan Jaswadi retorika dakwah adalah ilmu bicara yang memiliki prinsip terkait cara memanfaatkan simbol dengan baik dan tepat.¹⁶¹

Lebih lanjut retorika dakwah menurut Hasanah merupakan ilmu berbicara yang digunakan di depan umum terkait berbagai kajian dan materi yang sebagaimana situasi dan kondisi saat itu.¹⁶² Menurut Muhtadi retorika dakwah merupakan seni mengajak orang lain atau *da'i* untuk terampil di dalam berucap.¹⁶³ Retorika dakwah menurut Abidin adalah ceramah yang memuat pesan dakwah.¹⁶⁴

¹⁵⁷ Syamsudin, *Pengantar Sosiologi Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2016), 11.

¹⁵⁸ Departemen Agama, *Al-Hikmah: Al-Quran Dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Diponegoro, 2019).

¹⁵⁹ Agus Hermawan, *Retorika Dakwah* (Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus., 2018), 2.

¹⁶⁰ Ach Tofan Alvino, “Retorika Dakwah KH. Syukron Dzajilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 1 (2021): 75, <https://journal.walisongo.ac.id>.

¹⁶¹ Kholid Noviyanto dan Sahroni A. Jaswadi, “Gaya Retorika *Da'i* dan Perilaku Memilih Penceramah,” *Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 1 (2014): 125.

¹⁶² Hasanah, *Retorika Dakwah Kontemporer, Cet ke-1*, 77.

¹⁶³ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 51.

¹⁶⁴ Yusuf Zaenal Abidin, *Pengantar Retorika* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 132.

Sedangkan menurut Millah, Solahudin, dan Bahrudin retorika dakwah adalah keterampilan seorang *da'i* yang harus ada di dalam dirinya sehingga dapat menyampaikan ajaran syariat Islam secara lisan demi memberikan kephahaman kepada *mad'u*.¹⁶⁵

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa, retorika dakwah adalah ilmu yang mengajarkan seorang *da'i* untuk bisa mengelola bahasa, menajemen situasi, dan merangkai kata-kata tertentu berdasarkan kaidah retorika. Retorika dakwah juga merupakan pesan dakwah yang di sampaikan kepada *mad'u* dengan menggunakan kaidah tertentu, sehingga seorang *da'i* saat sedang ceramah di hadapan *mad'u* bisa lebih menarik, elegan, ideal, dan berwibawa.

2. Fungsi Retorika Dakwah

Terkait fungsi retorika secara pesifik Sunarto mengatakan terdapat fungsi positif, normatif, dan fungsi khusus. Fungsi positif adalah retorika sebagai ilmu yang dapat memberikan pemahaman baik terkait segala hal tentang retorika yang berguna untuk kegiatan bertutur. Fungsi normatif adalah ilmu retorika memberikan cara tentang bertutur. Fungsi khusus adalah retorika mengajarkan kita untuk melakukan persiapan, menyusun kerangka tutur, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan retorika.¹⁶⁶

Lebih lanjut fungsi retorika menurut Aristoteles dalam Sunarto¹⁶⁷ mengatakan terdapat empat fungsi di antaranya sebagai berikut:

- a. Korektif, yaitu berpihak kepada kebenaran atau membela kepada hakiki yang terkadang bahkan seringkali tertindas karena orang tidak dapat mempertahankannya.
- b. Instruktif, yaitu mendidik dan memberikan pelajaran serta arahan kepada orang yang tidak dapai dikuasai dengan metode akal atau logika.
- c. Sugesti, yaitu memberikan argumen atau teknik serta saran terkait cara menghadapi pendapat lawan, sehingga mampu mengendalikan kondisi

¹⁶⁵ Asep Saeful Millah, Dindin Solahudin, dan Bahrudin, "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2018): 172.

¹⁶⁶ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 24.

¹⁶⁷ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 23.

d. Defensif, yaitu instrumen yang berfungsi untuk menghadapi musuh sehingga defensif dapat menjadi alat pertahanan.

Sedangkan fungsi retorika menurut Raudhonah dalam Sulistyarini dan Zainal¹⁶⁸ terdapat beberapa poin di antaranya sebagai berikut:

- a. *Mass Information*, pada bagian ini berfungsi untuk memberi dan menerima informasi dari khalayak atau dari mana pun.
- b. *Mass Education*, pada bagian ini berfungsi untuk memberikan pelajaran atau Pendidikan kepada *da'i*.
- c. *Mass Persuasion*, pada bagian ini berfungsi untuk dapat mempengaruhi dan menghipnotis *mad'u* agar dapat searah dengan *da'i*.
- d. *Mass Intertainment*, pada bagian ini berfungsi untuk dapat menghibur *mad'u* agar suasana lebih menyenangkan.

Lebih lanjut akhirnya secara rinci fungsi retorika diuraikan menjadi tiga aspek. Pertama, memberikan gambaran secara rinci dan jelas terkait bagaimana manusia mampu menggunakan bahasa, berkomunikasi, beraktifitas dan segala sesuatu yang menggambarkan segala hal tentang manusia, sehingga retorika bisa digunakan secara baik dan benar untuk mempengaruhi manusia tersebut. Kedua, menampilkan beberapa gambaran yang detail terkait bahasa dan instrumen yang dapat digunakan untuk mengelola ucapan.¹⁶⁹

Ketiga, memberikan bimbingan kepada *da'i* untuk mampu memilih topik perkataan atau ucapan, saat beretorika. Selain itu, memberikan gambaran tentang teknik menatap, menganalisis topik ucapan agar mendapatkan ulasan yang persuasif. Fungsi retorika juga dapat membimbing pengucap untuk memperhatikan beberapa faktor non arsitik, selain itu dapat menata jenis penutur, bagian-bagian penutur, bahasa penutur, gaya bahasa penutur, gaya bertutur, dan penampilan penutur saat sedang beretorika. Dengan demikian hasil yang didapatkan lebih efektif dan efisien.¹⁷⁰

¹⁶⁸ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 70.

¹⁶⁹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 21.

¹⁷⁰ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 23–24.

3. Tujuan Retorika Dakwah

Tujuan retorika dakwah menurut Hermawan adalah untuk memberikan kemampuan kepada seorang *da'i* agar dapat menjelaskan berbagai jenis konsep dakwah. Selain itu, menambah kemampuan seorang *da'i* untuk mampu menyusun strategi dan segala materi dakwah berdasarkan dengan kebutuhan dan kondisi. Serta mampu membuat seorang *da'i* untuk mengaplikasikan ucapan atau penyampaian pesan dakwah berdasarkan kaidah-kaidah retorika yang baik dan benar.¹⁷¹

Lebih lanjut tujuan retorika dakwah di dalam suatu persuasi adalah sebagai seni penyusunan argument, naskah atau seni berbicara yang dapat memberikan nilai persuasi kepada *mad'u* melalui perkataan, perbuatan, permohonan dan bujukan sehingga dengan adanya retorika *da'i* dapat lebih handal di dalam berorator.¹⁷² Abidin mengatakan bahwa fungsi retorika dakwah adalah untuk membangun rasa kebersamaan, kerjasama, membangun pengertian dan menghadirkan kedamaian.¹⁷³

Sedangkan Sunarto¹⁷⁴ juga mengatakan bahwa tujuan retorika dapat dibedakan menjadi tiga bagian, di antaranya sebagai berikut:

a. Secara Informatif

Secara informatif retorika bertujuan untuk menambah pengetahuan *mad'u* terkait pesan yang disampaikan *da'i*, sehingga dapat memahami pesan berdasarkan makna sesungguhnya atau adanya sama pemahaman di antara keduanya.

b. Secara Rekreatif

Secara rekreatif retorika bertujuan untuk memberikan hiburan atau humor kepada *mad'u*, namun pesan yang disampaikan harus tetap memiliki nilai positif dan baik. Artinya pengemasan dalam menyampaikan pesan yang dikelola lebih humoris.

¹⁷¹ Hermawan, *Retorika Dakwah*, 3.

¹⁷² Nandiasuti, "Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui YouTube," 20.

¹⁷³ Abidin, *Pengantar Retorika*, 2013, 58.

¹⁷⁴ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 35.

c. Secara Persuasif

Secara persuasif tujuan retorika adalah untuk memberikan kepercayaan kepada *mad'u* dengan sendirinya tanpa harus adanya paksaan dan *mad'u* dapat mengikuti serta menjalankan isi pesan yang disampaikan oleh *da'i*.

4. Unsur-Unsur Retorika Dakwah

Retorika dakwah salah satu kunci kesuksesan bagi seorang *da'i* di saat berceramah. Dengan demikian setiap kegiatan retorika pasti menghimpun pembicara, lawan bicara, dan isi pembicaraan. Sunarto¹⁷⁵ mengatakan unsur-unsur retorika terdiri dari pembicara (*da'i*), lawan bicara (*mad'u*) dan pembicaraan (pesan). Sulistyarin dan Gustina juga mengatakan bahwa unsur-unsur retorika dakwah terdiri dari *da'i*, *mad'u* dan pesan.¹⁷⁶

a. Komunikator (*Da'i*)

Komunikator atau *da'i* adalah seseorang yang memberikan pesan dakwah kepada orang lain.¹⁷⁷ Seorang *da'i* merupakan orang yang melakukan orator dan berdakwah dengan tujuan agar *mad'u* dapat menerima pesan-pesannya dengan baik.¹⁷⁸ Sunarto mengatakan seorang *da'i* agar dapat mempengaruhi *mad'u* tentunya harus melakukan tindakan seperti, setiap ucapan harus memilih bahasa tutur agar dapat memahami *mad'u*, setiap ucapan harus memberikan ulasan dan argument agar lebih dipercaya oleh *mad'u*, dan penampilan *da'i* harus menggunakan gaya dan ciri khas tertentu sehingga dapat memberikan umpan balik yang positif dari *mad'u*.¹⁷⁹

b. Komunikan (*Mad'u*)

Istilah *mad'u* menurut Ilahi adalah pendengar atau penerima pesan yang terbagi menjadi tiga golongan yaitu: golongan cerdas cendikiawan adalah mereka yang cinta dengan kebenaran, golongan awam adalah mereka yang tidak mampu berfikir lebih dalam, dan golongan berbeda dengan keduanya

¹⁷⁵ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)* (Surabaya: Jaudar Press., 2014), 20–21.

¹⁷⁶ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 90.

¹⁷⁷ Aminuddin, "Konsep Dasar Dakwah," *Jurnal Al-Munzir* 9, no. 1 (2016): 36.

¹⁷⁸ Aziz, Mohammad Ali, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 75.

¹⁷⁹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 26.

adalah mereka yang suka mengkaji ilmu hanya dengan waktu tertentu dan tidak sanggup untuk mengupas hakikatnya.¹⁸⁰ Sunarto mengatakan bahwa *mad'u* adalah audien yang memiliki peran sebagai objek dari bagian unsur-unsur retorika.¹⁸¹

Sekelompok orang-orang yang menerima dakwah atau *mad'u*, mereka adalah seluruh umat manusia yang mana Rasulullah di utus untuk memberikan risalah untuk semua manusia di muka bumi. Allah SWT berfirman:

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْنُوزًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبِيثَاتِ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٥٧

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, Nabi yang Ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggubelunggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung” (QS. Al-A'raf: 157).¹⁸²

Mad'u merupakan orang-orang yang ada di muka bumi dan mendapatkan petunjuk untuk menerima dakwah yang telah dibawah oleh Rasulullah untuk jalan hidup atau tuntunan mereka di dalam menjalankan kehidupan di dunia. Objek *mad'u* di sini berlaku untuk semua umat manusia dengan apa pun bahasanya, negaranya, ras, dan budayanya karena Islam dapat mancover semua yang di dunia ini.

¹⁸⁰ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya., 2013), 20.

¹⁸¹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 22.

¹⁸² Departemen Agama, *Al-Hikmah: Al-Quran Dan Terjemahannya*. 2019.

c. Pesan

Pesan adalah kaidah atau nilai keislaman yang berisi pesan moral dan kebenaran.¹⁸³ Menurut Sunarto dalam konteks ini pesan adalah isi dari ucapan atau pesan yang disampaikan oleh pembicara (*da'i*).¹⁸⁴ Dalam konteks ini pesan yang disampaikan bernilai dakwah atau berisi tentang kaidah-kaidah Islam. Menurut Madjid pesan dakwah biasanya berhubungan dengan ketuhanan, manusia dan alam semesta.¹⁸⁵

d. Media Dakwah

Media dari bahasa latin yaitu median dalam bentuk jamaknya medium yang berarti secara etimologi memiliki makna akar pelantara.¹⁸⁶ Media dakwah merupakan instrumen atau alat yang di manfaatkan sebagai pelantara untuk membawah pesan dari *da'i* kepada *mad'u*.¹⁸⁷ Menurut Yusuf media dakwah merupakan peralatan yang dipakai untuk menghantarkan pesan dakwah kepada *mad'u*.¹⁸⁸

e. Umpan Balik

Umpan balik merupakan tanggapan atau tindakan yang diberikan audiens (*mad'u*) setelah mendapatkan atau menerima pesan dakwah dari pembicara (*da'i*).¹⁸⁹ pendapat lain mengatakan bahwa umpan balik bisa disebut juga dengan respon, *feedback*, dan tanggapan yang terjadi di dalam suatu proses komunikasi, yana mana penerima pesan dakwah memberikan sikap atau tanggapan terhadap pesan yang ia terima.¹⁹⁰

¹⁸³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Prenada Media, 2019), 94.

¹⁸⁴ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 21.

¹⁸⁵ Nurcholish Madjid, *Islam Kemoderenan dan Keindonesiaan* (Bandung: Mizan, 2013), 30.

¹⁸⁶ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajafindo Persada, 2013), 113.

¹⁸⁷ Aminuddin, "Media Dakwah," *Al-Munzir* 9, no. 2 (2016): 346.

¹⁸⁸ Muhammad Yusuf, "Seni Sebagai Media Dakwah," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 2, no. 1 (2018): 237.

¹⁸⁹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 22.

¹⁹⁰ Devia Munawaroh, Dadan Suherdiana, dan Nase, "Respon Jamaah terhadap Dakwah KH. Aspuri melalui TQN," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2020): 4.

5. Strategi Penyusunan Retorika Dakwah

a. Penemuan Bahan (*Invention*)

Penemuan bahan atau *invention* merupakan pengembangan suatu argumen yang ditemukan oleh seorang *da'i* yang mana argumen tersebut akan lebih relevan dan cocok dalam suatu materi saat sedang berorator. Pada poin ini seorang *da'i* dituntut untuk mampu memiliki kemampuan agar dapat mendapatkan, atau menemukan, menggali, menganalisa, dan memilih topik yang cocok untuk *mad'unya* berdasarkan suasana dan kondisi pada saat itu.¹⁹¹

b. Penyusunan Materi (*Arrangement*)

Penyusunan materi merupakan tahapan di dalam menata dan menyusun sebuah gagasan atau ide terhadap suatu topik di dalam ceramah. Dengan demikian penataan ide yang tersusun dengan baik dan efektif dapat menghasilkan pesan yang lebih persuasif dan menyenangkan *mad'u*. sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik olehnya.¹⁹²

c. Gaya Bahasa yang Indah (*Style*)

Style dalam konteks ini adalah cara di dalam menggunakan bahasa saat mengaplikasikan ide atau gagasan. Penggunaan *style* yang baik dan benar serta berdasarkan kaidah retorika tentunya dapat memberikan hasil yang *powerful* dan memuaskan. Dengan demikian poin ini sangat penting bagi seorang *da'i* memanfaatkan untuk mempengaruhi pendengarnya.¹⁹³

d. Mengingat Materi (*Memory*)

Ingatan menjadi pengaruh besar saat sedang menjelaskan ceramah. Ingatan juga merupakan sesuatu hal yang berhubungan dengan apa yang akan disampaikan kepada *mad'u*. ingatan yang kuat tentunya akan menjadi poin bagus di dalam kualitas seorang *da'i*, begitu pula sebaliknya. Namun kebanyakan seorang *da'i* memiliki ingatan yang kuat karena mereka mampu menyampaikan pesan dengan baik dan maksimal.¹⁹⁴

¹⁹¹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 84.

¹⁹² Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 84.

¹⁹³ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 84.

¹⁹⁴ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 85.

e. Penyampaian (*Delivery*)

Penyampaian atau *delivery* merupakan cara atau strategi yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah. Bagian ini merupakan salah satu poin penting di dalam strategi penyusunan retorika dakwah. Dengan demikian ketika penyampaian pesan dakwah dengan cara atau strategi yang baik tentunya hasil akan memuaskan dan mampu membuat *mad'u* terpukau.¹⁹⁵

6. Metode Penyampaian Retorika Dakwah

a. Metode Naskah

Terkait metode naskah waktu bisa menjadi faktor dalam naskah ceramah. Meski terlihat mudah, menyampaikan ceramah dari sebuah manuskrip membutuhkan keterampilan yang hebat. Dengan demikian metode ini lebih condong dengan panduan atau pedoman naskah atau catatan kecil berupa rangkuman pesan dakwah yang digunakan saat sedang ceramah.¹⁹⁶

Metode naskah atau dengan nama lain metode membaca merupakan metode dimana seorang *da'i* membawah teks atau naskah saat sedang ceramah. Membawah kitab atau buku juga termasuk dalam katagori metode ini. Namun jika hanya membawah catatan kecil dan krangka kecil yang berisi ucapan penghormatan tidak termasuk membawah teks atau metode naskah.¹⁹⁷

b. Metode Menghafal

Diantara prestasi *da'i* yang legendaris dan terkenal, sudah tidak ada lagi yang membuat kita lebih kagum dari pada menyampaikan ceramah yang panjang dan paling kompleks sepenuhnya dari ingatan, serta penggunaan retorika yang tepat. Saat ini sudah tidak lazim lagi seorang *da'i* untuk menghafal teks, akan tetapi kebanyakan dari mereka sudah dihafal dan diluar kepala. Dengan demikian metode ini lebih fokus dengan daya ingatan.¹⁹⁸

Sunarto mengatakan metode menghafal biasanya menyiapkan gagasan secara tertulis sebelum melaksanakan ceramah. Metode menghafal ini

¹⁹⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 85.

¹⁹⁶ Stephen E Lucas, *The Art of Publik Speaking* (New York: McGraw-Hill, 2012), 295.

¹⁹⁷ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 47.

¹⁹⁸ Lucas, *The Art of Publik Speaking*, 296–97.

merupakan cara menulis ide atau gagasan dengan membuat kerangka materi secara tersusun dan bertahap kemudian dipahami dan dihafalkan. Setelah itu semua materi dan gagasan yang sudah dipahami dan dihafal akan disampaikan kepada *mad'u*.¹⁹⁹

c. Metode Berbicara Mendadak

Ketika seorang *da'i* menyampaikan pesan dakwah dengan cara mendadak tentunya sedikit mengalami kesulitan, akan tetapi ketika seorang sudah berpengalaman dan mahir hal tersebut bukanlah menjadi penghambat. Dengan demikian penyampaian pesan dakwah akan tetap maksimal. Pada metode ini biasanya sering dialami oleh *da'i* ketika diminta untuk menyampaikan pesan singkat atau berucap sekata dua kata.²⁰⁰ Metode ini biasanya paling sering dan populer digunakan oleh ahli-ahli ceramah. *Da'i* yang memakai metode ini tidak mempersiapkan materi, menyusun naskah dan membuat teks secara tertulis, akan tetapi hanya menyusun *outline* atau garis besarnya saja.²⁰¹

d. Metode Berbicara Tanpa Persiapan

Berceramah tanpa persiapan berarti sama dengan dadakan. Namun secara teknis dan pelaksanaan keduanya berbeda. Ceramah tanpa dengan persiapan berarti seorang *da'i* mengucapkan atau menyampaikan pesan dakwah berdasarkan kondisi *mad'u* saat itu atau berdasarkan *muqtadhol makom* dan *muqtadhol hal*, namun bisa saja karena seorang *da'i* memang sudah mahir sehingga tidak perlu menyiapkan materi yang akan disampaikan pada saat dipanggil.²⁰²

Metode berbicara tanpa persiapan atau spontan biasanya terjadi ketika seseorang atau *da'i* disuruh memberikan pesan kepada *mad'u* secara dadakan atau tanpa dikabarkan sebelumnya oleh panitia acara. Keuntungan metode ini adalah seorang ahli dalam beretorika tidak harus gugup atau cemas karena memang ia sudah bisa memberikan penyajian terbaik kepada *mad'unya*. Ia

¹⁹⁹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 49.

²⁰⁰ Lucas, *The Art of Publik Speaking*, 298.

²⁰¹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 51.

²⁰² Lucas, *The Art of Publik Speaking*, 299.

mampu berfikir dengan aktif, kreatif, santun, humor dan cerdas di dalam menguasai panggung.²⁰³

7. Jenis-Jenis Retorika

a. Monologika

Retorika monologika adalah sebuah studi ilmu yang berisi seni berorator yang dilakukan satu arah atau hanya satu yang berbicara, yang lain hanya mendengarkan.²⁰⁴

b. Dialogika

Retorika dialogika adalah sebuah studi ilmu yang berisi seni berorator yang dilakukan dua arah atau pembicara dan pendengar bisa saling berdialog dan tanya jawab. Pada jenis retorika ini biasanya *da'i* dan *mad'u* banyak berdiskusi.²⁰⁵

c. Pembinaan Teknik Bicara

Pada jenis ini teknik berbicara menjadi syarat bagi seorang *da'i* untuk berretorika. Poin ini lebih fokus mengkaji teknik bernafas, berbicara, mengelola kata, dan bercerita. Oleh karena itu, pembinaan teknik berbicara merupakan bagian yang penting dalam retorika.²⁰⁶

8. Gaya Retorika Dakwah

Gaya retorika dakwah tentunya menjadi poin penting untuk tercapainya komunikasi yang selaras dan persuasif, oleh karenanya terdapat tiga konsep dalam retorika agar bisa tercapainya tujuan tersebut. Tiga konsep tersebut berupa etika yang indikatornya berasal dari karakter *da'i*, penggunaan bahasa yang menarik dan menyenangkan, kemudian rasa empati terhadap *mad'u* agar terjalinnya hubungan batin di dalamnya.²⁰⁷ Penjelasan di atas dapat dirangkum menjadi tiga aspek yaitu gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak.

²⁰³ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 46.

²⁰⁴ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 71.

²⁰⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 71.

²⁰⁶ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 71.

²⁰⁷ Muh Irfan dan Jusratul Aini, "Gaya Komunikasi dan Retorika Dakwah T.G.K.H Muhammad Zainul Majdi dalam Pengajian Hultah Ke-70-80 NWDI di Pancor," *Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 1, no. 3 (2019): 187-88.

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan teknik atau cara seorang *da'i* ketika menggunakan bahasa untuk berucap di saat sedang ceramah. Kemudian gaya bahasa yang digunakan oleh *da'i* tersebut menjadi penilaian baginya untuk diketahui bahwa seorang *da'i* berasal dari daerah mana, pendidikannya setinggi apa, dan bagaimana lingkuangnya serta karakternya.²⁰⁸

Hal yang menarik pada konteks ini adalah gaya bahasa yang digunakan oleh seorang *da'i* dapat menjadi ciri khas atau brand baginya. dengan demikian seorang *da'i* harus memilah dan memilih bahasa yang bagus dan tepat serta menarik, sehingga *mad'u* dapat terpesona dan dapat menerima pesan yang disampaikan padanya.²⁰⁹

Gaya bahasa mempunyai beberapa macam dan pembagian di antaranya sebagai berikut:

1) Gaya Bahasa Berdasarkan Pemilihan Kata

Ceramah akan baik dan termasuk dalam katagori sukses ketika seorang *da'i* dapat menyampaikan pesan dakwah dengan jelas, tegas, menarik perhatian, dan bernilai persuasif. Namun, penyampaian pesan juga tidak gugup, bertele-tele, dan tidak mampu mencairkan situasi dengan baik.²¹⁰

Dengan demikian, pada konteks ini bahasa dibagi menjadi tiga macam di antaranya sebagai berikut:

a) Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi merupakan bahasa yang digunakan berdasarkan dengan kaidah EYD dan biasanya nada yang digunakan lebih cenderung datar. Selain itu, gaya bahasa ini lazimnya digunakan pada acara resmi atau formal seperti, seminar, kepresidenan, dan lain sebagainya.²¹¹

²⁰⁸ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 76.

²⁰⁹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 71–72.

²¹⁰ Joko Indro Cahyono Dwijonegoro Suwarno, *Seni Pidato Publik: Praktis Akademis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020), 81.

²¹¹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 72–73.

b) Gaya bahasa tidak resmi

Gaya bahasa tidak resmi merupakan bahasa yang tidak cenderung menggunakan kaidah EYD dan biasanya nada yang digunakan lebih cenderung dengan logat masing-masing seorang *da'i*. Selain itu, gaya bahasa ini lazimnya digunakan pada acara tidak resmi atau non formal, sehingga karakternya lebih konservatif. Gaya bahasa ini juga sering digunakan di karya tulis atau pun artikel sehingga sifatnya lebih lentur dan elastis.²¹²

c) Gaya bahasa percakapan

Gaya bahasa percakapan merupakan gaya bahasa yang lebih cenderung dengan *style* yang populer. Gaya bahasa ini juga lebih membangun percakapan terhadap lawan bicara atau *mad'u*. ciri khas dari gaya bahasa percakapan ini adalah bahasa yang digunakan tidak baku, dapat juga menggunakan bahasa atau istilah asing, bahasanya lebih gaul, singkat, seru dan menggunakan kalimat langsung.²¹³

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada menurut Aziz terdapat tiga macam yaitu, gaya bahasa dengan nada sederhana, gaya bahasa dengan nada menengah, dan gaya bahasa dengan nada mulia dan bertenaga.²¹⁴ Gaya bahasa berdasarkan nada disebabkan dari sugesti yang diutarakan melalui tutur kemudian dapat mempengaruhi suasana atau kondisi. Dengan demikian pada konteks ini bahasa berdasarkan nada dibagi menjadi tiga macam di antaranya sebagai berikut:

a) Gaya sederhana

Gaya bahasa sederhana merupakan gaya bahasa yang lebih condong untuk memberikan intruksi, ajakan dan perintah karena bahasa yang digunakan lebih santun. Gaya bahasa ini juga sangat efektif bagi seorang

²¹² Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 73.

²¹³ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 73.

²¹⁴ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 227.

da'i untuk memberikan ajakan untuk menjalankan suatu ibadah dan kebaikan.²¹⁵

b) Gaya mulia dan bertenaga

Gaya bahasa ini lebih mengutamakan vitalitas dan tenaga atau energi. Selain itu, gaya bahasa ini juga menggunakan perkataan mulia dan keagungan di dalam berbicara kepada *mad'u*. Perkataan mulia tersebut dapat membangun dan menggerakkan emosi *mad'u*, sehingga secara perlahan tujuan *da'i* untuk mempengaruhi dan memberikan pesan-pesan kebaikan dapat tersampaikan.²¹⁶

c) Gaya menengah

Gaya bahasa menengah merupakan gaya bahasa yang lebih cenderung untuk membangkitkan suasana bahagia dan tentram. Pada gaya bahasa ini juga biasanya menggunakan bahasa yang lemah lembut, kasih sayang, dan dipenuhi dengan kesenangan yang di dalamnya terdapat humor yang sesuai kadarnya.²¹⁷

3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

a) Gaya bahasa *klimaks*

Gaya bahasa klimaks merupakan gaya di dalam menggunakan bahasa selalu mengandung runtutan pikiran secara bertahap terus meningkat dari ide sebelumnya. Pada poin ini informasi terpenting di kupas pada bagian puncak, sedangkan informasi yang digunakan sebelumnya hanya seperlunya saja.²¹⁸

b) *Antiklimaks*

Gaya bahasa *antiklimaks* merupakan gaya bahasa yang berlawanan dengan klimaks. Gaya bahasa ini mengandung runtutan pemikiran atau ide yang mana menjelaskan ide lebih penting terlebih dahulu kemudian ke ide yang kurang penting.²¹⁹

²¹⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 74.

²¹⁶ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 74.

²¹⁷ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 75.

²¹⁸ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 76.

²¹⁹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 76.

c) *Paralelisme*

Gaya bahasa jenis *paralelisme* merupakan gaya bahasa yang berupaya untuk mencari keserasian atau keseimbangan antara kata atau prasa terhadap suatu pengucapan. Gaya bahasa ini berusaha untuk menampilkan kata yang memiliki sama fungsinya. Namun jika terlalu sering kalimat yang digunakan untuk berucap akan terlihat kaku dan bahkan mati.²²⁰

d) *Antitesis*

Gaya bahasa jenis *Antitesis* merupakan gaya bahasa yang mana ide atau gagasan selalu bertentangan atau perbandingan dan perlawanan antara kalimat satu dengan kalimat yang lain.²²¹

e) *Repetisi*

Gaya bahasa jenis *repetisi* merupakan gaya bahasa yang biasanya menggunakan perulangan bunyi atau ucap, suku kata dan kalimat. Pengulangan tersebut biasanya dianggap penting, sehingga harus diberikan tekanan dan khususnya di dalam menuturkannya.²²²

b. Gaya Suara

Gaya suara yang dikeluarkan oleh *da'i* saat sedang ceramah tentunya sangat mempengaruhi kualitas kepercayaan *mad'u*. Alasan mendasar mengapa gaya suara sangat diperlukan di dalam ceramah karena *mad'u* umumnya tertarik kepada penceramah yang suaranya empuk dan enak didengar.²²³ Sedangkan menurut Aisyah suksesnya suatu ceramah tergantung dengan *da'i* bagaimana mengemas dan menyampaikan pesan dengan baik dan maksimal.²²⁴ Oleh karena itu, gaya suara menjadi indikator keberhasilan tersebut. Dengan demikian beberapa hal yang harus *da'i* ketahui terkait gaya suara di dalam berretorika, di antaranya sebagai berikut:

²²⁰ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 76–77.

²²¹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 77.

²²² Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 77.

²²³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Pidato* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2015), 190.

²²⁴ Siti Asiyah, "Public Speaking dan Kontribusinya Terhadap Kompetensi Dai'," *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (2017): 211.

1) *Pitch*

Pitch merupakan tinggi dan rendahnya suara seorang *da'i* saat sedang berceramah. Ketika istilah ini di qiyaskan dengan ilmu musik maka poin ini masuk dalam katagori tangga nada. Pada pion ini menurut Sulistyani dan Zainal terdapat empat katagori. Pertama, nada paling tingga dengan simbol nomor 4, biasanya suara keras dan sangat tinggi. Kedua, nada tinggi dengan simbol nomor 3, biasanya suara tegas. Ketiga, nada sedang dengan simbol nomor 2, biasanya suara datar. Keempat, nada rendah dengan simbol 1, biasanya suara yang dikeluarkan seperti orang bicara biasa.²²⁵

Menurut Sunarto ketika seorang *da'i* menggunakan *Pitch* naik biasanya suasana hati sedang tidak baik, seperti marah, berang dan sebagainya. Sedangkan ketika seorang *da'i* menggunakan *pitch* turun biasanya suasana hati sedang baik, seperti senang, bahagia, jatuh hati dan sedih. Sedangkan untuk suasana bosan, biasanya mengeluarkan suasana yang datar. Nada yang naik-turun biasanya menunjukkan suasana semangat, antuisme dan optimisme, secara teknis ini disebut *infleksi*.²²⁶

2) *Loudnes*

Loudnes merupakan nada suara yang dikeluarkan seseorang berdasarkan dengan keras atau tidaknya. *Loudnes* ini bertujuan untuk membedakan nada suara normal karena hakikatnya nada suara yang dikeluarkan haruslah berdasarkan dengan makna kalimat yang dituturkan. Baik makna dari kalimat tersebut menunjukkan lembut, sedih atau pun tegas dan marah.²²⁷

3) *Rate* dan *Rhytem*

Rate dan *rhythm* merupakan perjalanan atau laju dari nada suara yang digunakan *da'i* saat sedang ceramah. *Rate* juga biasanya dikontrol oleh *pause* sehingga penggunaan kata lebih efektif. Seorang *da'i* harus teliti dan mempersiapkan strateginya dalam berucap sehingga dapat menggunakan

²²⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 79.

²²⁶ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 75.

²²⁷ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 79.

rate dan *rhythm* yang tepat.²²⁸ Menurut Aziz *rate* adalah cepat atau lambatnya suara. Suara yang memiliki irama bagus tentunya lebih gampang untuk menarik perhatian *mad'u*. Selain itu, lebih mudah memberi pemahaman kepada *mad'u* terkait pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*.²²⁹

4) *Pause*

Pause merupakan jeda di saat seorang pembicara sedang berucap. Dalam konteks ini *pause* berfungsi untuk mengontrol gagasan pembicara agar bisa tersampaikan secara teratur dan rapi. Dalam berucap ketika diqiyaskan dengan *pause* biasanya seorang orator sering menggunakan kata ehh, emm dan lain sebagainya.²³⁰

Menurut Sunarto *pause* adalah menghentikan suatu bunyi, yang mana di dalam berhenti atau jeda biasanya ada suatu bunyi yang dikeluarkan oleh *da'i*. Bunyi tersebut biasanya menggunakan kata “eh”, “anu”, dan “apa namanya.” Tentunya suara ini dapat mengganggu pendengaran *mad'u* dan bahkan kata ini tidak memiliki manfaat bagi *mad'u* namun, bunyi ini sangat sering didengarkan *mad'u* saat sedang mendengarkan ceramah.²³¹

c. Gaya Gerak

1) Sikap Badan

Sikap badan merupakan gerak tubuh yang terjadi saat seorang komunikator atau *da'i* sedang bertutur, sikap tersebut bisa dalam bentuk gerakan badan dengan duduk, berdiri, dan berjalan. Semua Gerakan yang dilakukan akan mempengaruhi makna dan keefektipan saat sedang ceramah.²³²

Sikap badan juga dapat digunakan untuk mengisyaratkan sesuatu, mendeskripsikan sesuatu, menegaskan sikap dan perasaan.²³³ Menurut

²²⁸ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 80.

²²⁹ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 126.

²³⁰ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 80–81.

²³¹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 76.

²³² Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 82.

²³³ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 80.

Fitriyah ketika seorang *da'i* mengeluarkan narasi atau berucap namun tidak didukung atau tidak selaras dengan gerakan badan tentunya narasi yang disampaikan kurang bermakna karena tidak adanya penghayatan dari sikap badan seorang *da'i*.²³⁴

2) Penampilan dan Pakaian

Penampilan merupakan *style* atau keadaan dan gaya badan yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah. Sedangkan pakaian merupakan busana yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah. Saat sedang tampil di hadapan *mad'u* tentunya penampilan yang rapi dan pakaian yang sopan menjadi indikator penting untuk mempengaruhi *mad'u* untuk dapat menerima pesan dakwah. Dengan demikian hal tersebut saat penting diperhatikan oleh seorang *da'i*.²³⁵

3) Ekspresi Wajah dan Gerak Tangan

Ketika seorang *da'i* sedang ceramah tentunya menggunakan ekspresi wajah menjadi faktor pendukung di dalam memahami *mad'u* terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Oleh karena itu ekspresi wajah merupakan raut wajah yang didasarkan dengan tutur kata dan suasana saat itu. Sedangkan Gerakan tangan berfungsi untuk memberi pemahaman di dalam menjelaskan suatu gagasan.²³⁶

4) Pandangan Mata

Pandangan mata merupakan tatap seorang *da'i* yang diberikan kepada *mad'unya*. Pandangan mata ini salah satu bentuk penghargaan dan penghormatan terhadap *mad'u*. dengan demikian *mad'u* merasa senang dan gembira karena mereka diperhatikan dan dihormati oleh *da'inya*. Pandangan mata ini juga menjadi simbol komunikasi yang bertujuan untuk menarik perhatian pendengarnya.²³⁷

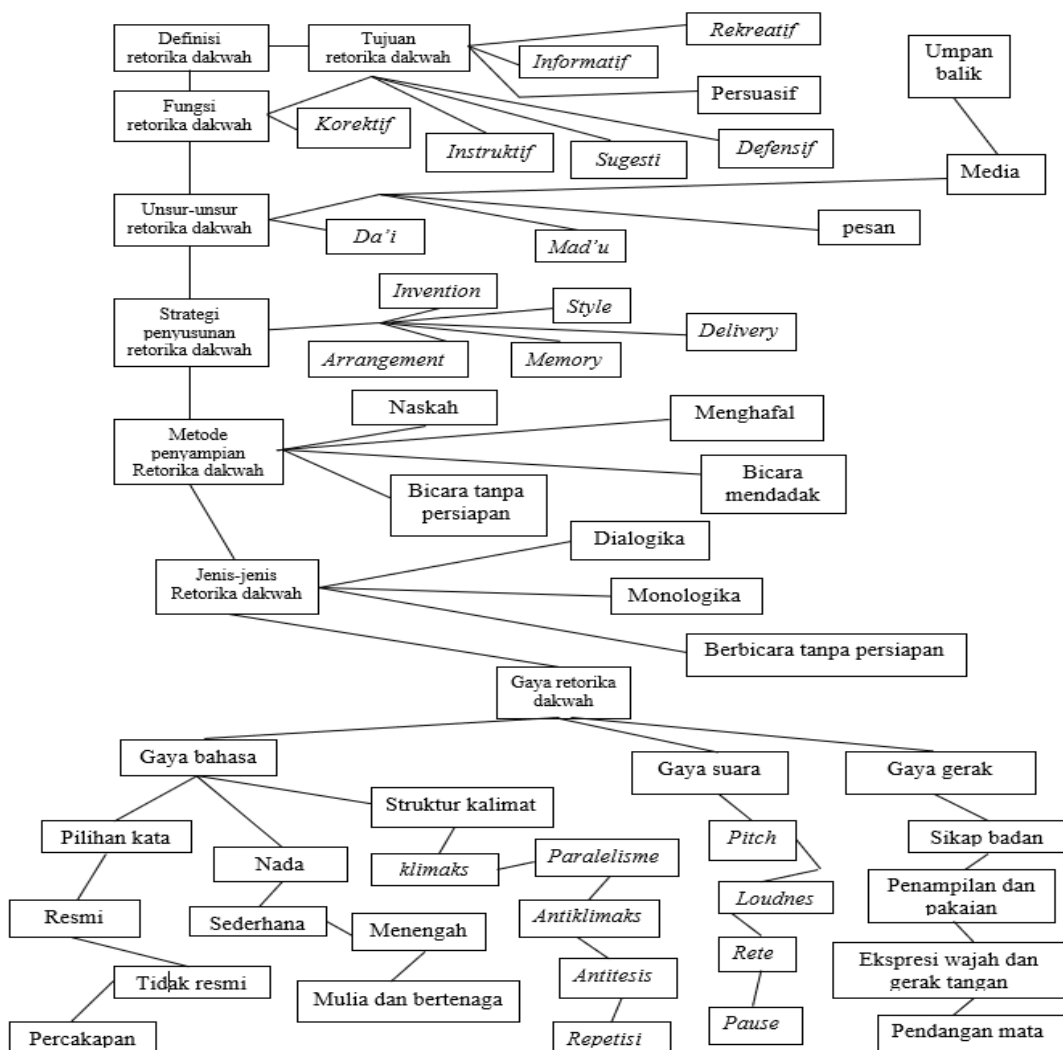
²³⁴ Luluk Fikri Fitriyah, *Public Speaking* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 74.

²³⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 82.

²³⁶ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 82–83.

²³⁷ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 83.

9. Peta Konsep Teori Retorika Dakwah



Teori retorika dakwah berdasarkan peta konsep di atas menunjukkan bahwa, teori retorika dakwah terdiri dari beberapa bagian seperti (1) Definisi retorika dakwah. (2) Tujuan retorika dakwah meliputi, *informatif*, *rekreatif*, dan *persuasif*. (3) Fungsi retorika dakwah meliputi, *korektif*, *instruktif*, *sigesti*, dan *defensive*. (4) Unsur-unsur retorika dakwah meliputi, *da'i*, *mad'u*, pesan, media, dan umpan balik. (5) Strategi penyusunan retorika dakwah meliputi, *invention*, *style*, *arrangement*, *memory*, dan *delivery*. (6) Metode penyampian retorika dakwah meliputi, naskah, menghafal, bicara mendadak, dan bicara tanpa persiapan. (7) Jenis retorika dakwah meliputi, dialogika,

monologika, dan berbicara tanpa persiapan. (8) Gaya retorika dakwah meliputi, gaya bahasa, suara, dan gaya gerak. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata terdiri dari bahasa resmi, tidak resmi, dan percakapan, gaya bahasa berdasarkan nada terdiri dari bahasa sederhana, menengah, mulia dan bertenaga, gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat terdiri dari *klimaks*, *paralelisme*, *antiklimaks*, *antitesis*, dan *repetisi*. Gaya suara terdiri dari *pitch*, *loudness*, *rate*, dan *pause*. Gaya gerak terdiri dari sikap badan, penampilan dan pakaian, ekspresi wajah dan gerak tangan, serta pandangan mata.

C. Urgensi Komunikasi Persuasif dan Retorika Dakwah

Persuasif merupakan kaidah untuk mengajarkan seni berbicara dengan lisan berdasarkan sudut pandang dari tata bahasa, logat, dan dialektika.²³⁸ Ketika komunikasi persuasif dalam konteks dakwah memiliki istilah dengan nama *tabisyir* yang mulanya berasal dari kata *basyara* yang memiliki makna memperhatikan dan merasa bahagia. Sedangkan secara luas memiliki makna bahwa, penyebaran pesan dakwah yang menghimpun kabar gembira kepada penerimanya.²³⁹

Menurut Mc. Guire mengatakan bahwa, mengapa komunikasi persuasif penting bagi seorang *da'i* di saat sedang berdakwah karena, komunikasi persuasif memiliki beberapa tahapan yang mampu membujuk *mad'u* seperti tahapan perhatian adalah upaya seorang *da'i* untuk memberikan kesan dan perhatian, pengertian adalah upaya seorang *da'i* untuk memberikan pesan yang mudah dimengerti oleh *mad'u*, pengaruh adalah upaya seorang *da'i* untuk memberikan kekuatan kepada *mad'u*, ingatan adalah upaya seorang *da'i* untuk memberikan resapan kepada *mad'u* terhadap suatu kaidah, dan tahapan tindakan adalah suatu praktek yang diberikan *da'i* kepada *mad'u*, sehingga menghasilkan pesan persuasif.²⁴⁰

Komunikasi persuasif memiliki konsep yang mana konsep tersebut terdiri dari lima bagian di antaranya seperti, *invention* merupakan penemuan suatu bukti atau kebenaran dan argumen dari suatu pengetahuan. *Arrangement* merupakan pengorganisasian atau manajemen segala sesuatu yang berkaitan dengan orator dakwah. *Style* merupakan

²³⁸ Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 49.

²³⁹ Hariyanto, "Komunikasi Persuasif *Da'i* Dalam Pembinaan Keagamaan Narapidana (Studi Pada Lembaga Pemasyarakatan Wanita Kelas II A Bandar)," *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (2017): 185.

²⁴⁰ Jalaludin Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 37.

gaya yang digunakan oleh seorang *da'i* saat sedang berorator tentang dakwah. *Delivery* merupakan penyampaian pesan dakwah yang dilakukan berdasarkan kondisi, situasi, dan latar belakang *mad'u*. *Memory* merupakan daya ingat yang harus menjadi poin pendukung *da'i* di dalam menyampaikan pesan dakwah.²⁴¹

Lebih lanjut di dalam komunikasi persuasif memiliki beberapa teknik yang mampu memberikan solusi kepada *da'i* agar dapat mempengaruhi *mad'u*, sehingga *mad'u* dapat menerima pesan dakwah tanpa harus terpaksa atau di provokasi oleh seorang *da'i*. Dengan demikian teknik tersebut seperti asosiasi, integrasi, *pay off*, dan *icing*.²⁴² Dalam hal ini Hendri menambahkan yaitu teknik *appeals to humor*, *red herring* dan teknik ganjaran.²⁴³ Adanya teknik yang berbeda-beda tentunya di sebabkan oleh *mad'u* yang berbeda-beda latar belakang, sehingga perlunya teknik khusus yang digunakan berdasarkan jenis *mad'unya*.

Menurut Rakhmawati *mad'u* berdasarkan kecerdasan terbagi menjadi tiga bagian, pertama kelompok cerdas cendekiawan adalah mereka yang berfikir kritis, suka dengan kebenaran, dan cepat respon atau tanggap terhadap pesan yang didapatkan. Kedua, kelompok awam adalah mereka yang tidak kritis, tidak kuat dengan paradigma rumit dan mendalam. Ketiga, kelompok tengah tengah adalah mereka yang suka berdiskusi dan bertukar fikiran demi menciptakan fikiran yang hakiki.²⁴⁴ Beberapa kelompok ini tentunya memiliki cara yang berbeda-beda di dalam memahami proses dakwah yang mereka terima dari seorang *da'i*. Dengan demikian, retorika dakwah menjadi sangat penting di dalam menyelesaikan masalah tersebut.

Lebih lanjut menurut Atabik *mad'u* terdiri dari banyak kriteriat, di antaranya berdasarkan segi biologis *mad'u* terdiri dari masyarakat pedesaan, kota kecil dan kota besar. Berdasarkan dari struktur kelembagaan *mad'u* terdiri dari pemerintah, masyarakat, dan keluarga. Berdasarkan sosial kultur *mad'u* terdiri dari golongan priyayi, santri, dan abangan. Berdasarkan usia *mad'u* terdiri dari anak-anak, remaja,

²⁴¹ Alo Liliweri dan L Daga, "Telaan Tradisi Perspektif Teori Komunikasi," *Jurnal Communio* 1, no. 1 (2012): 26.

²⁴² Ahmad Atabik, "Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Quran," *AT-TABSYYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2014): 128–29.

²⁴³ Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 279–82.

²⁴⁴ Isina Rakhmawati, "Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah (Relasi Atas Pendekatan Stelistika Bahasa)," *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013): 52.

dan orang tua. Berdasarkan golongan *mad'u* terdiri dari petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri, dan petugas negara. Berdasarkan tingkat ekonomi terdiri dari orang miskin, kaya, dan menengah. Berdasarkan jenis kelamin *mad'u* terdiri dari kaum laki-laki dan perempuan. Berdasarkan kebutuhan khusus *mad'u* terdiri dari narapidana, tuna Susila, wisma, dan tuna karya.²⁴⁵

Beberapa kriteriat ini tentunya memiliki latar belakang yang berbeda-beda, dengan demikian seorang *da'i* membutuhkan retorika sebagai instrument untuk bisa mengemas dan memberikan pesan dakwah sesuai dengan beberapa kriteriat tersebut. Pentingnya retorika di dalam berdakwah yang harus dikuasai atau digunakan seorang *da'i* tentunya menjadi poin penting yang harus benar-benar diperhatikan. Dengan demikian, seorang *da'i* mampu memberikan pesan persuasi dan menarik perhatian *mad'u* dengan mudah dan lebih gampang. Keberhasilan seorang *da'i* di saat sedang berorator atau ceramah tentunya dipengaruhi dari unsur satu ke unsur lain atau dari *da'i* kepada *mad'u* kemudian efek yang dihasilkan. Jiika seorang *da'i* sedang ceramah tentunya mengemas dan menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan latar belakang seorang *mad'u*, dengan demikian ilmu retorika ini berfungsi untuk mengatur strategi seorang *da'i* di dalam mengemas, menyampaikan dan memberikan pesan kepada *mad'unya*.

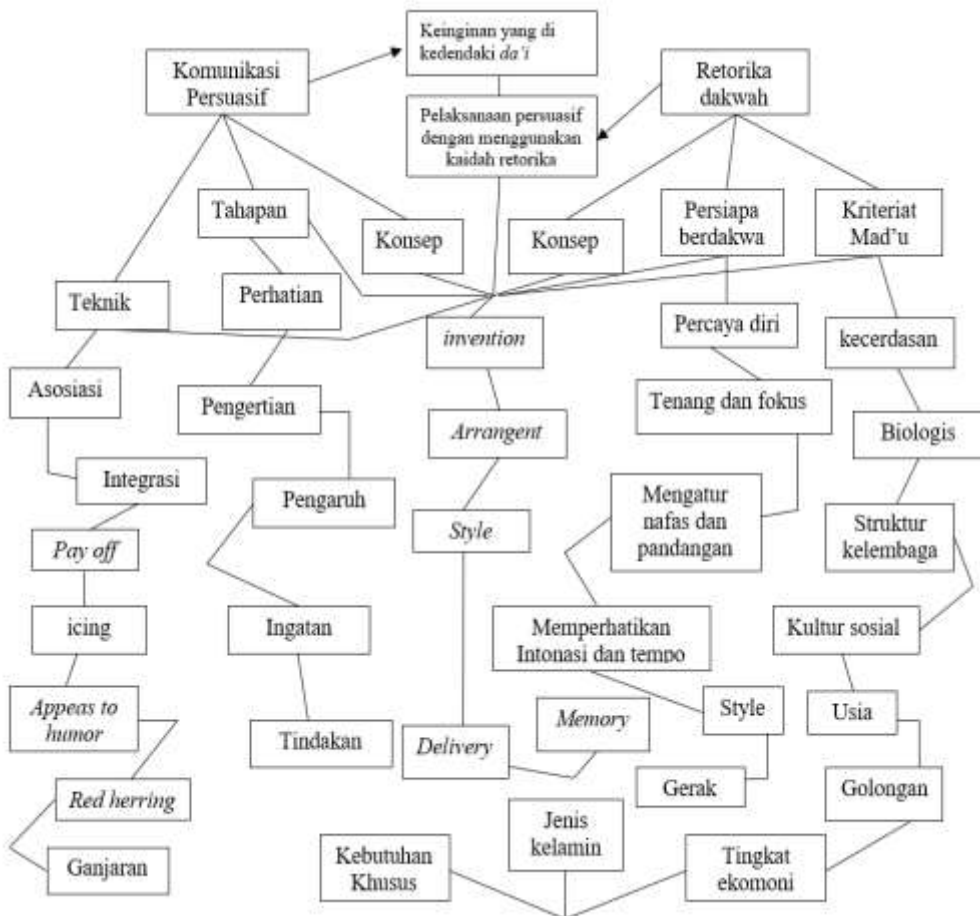
Terdapat beberapa cara di dalam berdakwah yang harus dilakukan seorang *da'i* untuk menghilangkan gugup dan demam panggung. Beberapa cara tersebut seperti, percaya diri, berupaya untuk tenang dan fokus, mengatur napas dengan teratur, dan memandang *mad'u* berdasarkan kaidah semestinya. Selain itu, seorang *da'i* harus berbicara berdasarkan dengan latar belakang atau *style* nya, berbicara dengan model sederhana, memperhatikan intonasi, tempo, memberikan ekspresi wajah dengan ceria dan berdasarkan suasana panggung saat itu, menggunakan gaya bahasa, nada, dan gerak yang tepat, agar *mad'u* bisa menerima dan terpujau terhadap *da'i* yang memberikan ceramah saat itu. Beberapa hal tersebut menjadikan alasan bahwa betapa pentingnya retorika bagi seorang *da'i* untuk berdakwah.²⁴⁶

²⁴⁵ Atabik, "Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Quran," 124–25.

²⁴⁶ Mohd. Rafiq, "Urgensi Retorika Dalam Aktivitas Dakwah," *FITRA* 1, no. 1 (2015): 143.

Lebih lanjut terkait pentingnya retorika saat berdakwah Asriadi mengatakan bahwa di dalam berorator seorang *da'i* harus memperhatikan beberapa poin penting seperti, penemuan atau *invention* adalah seorang *da'i* harus menemukan argumen yang ia jadikan rujukan, pengaturan atau *arrangement* adalah melakukan pengaturan atau manajemen materi atau apa pun demi hasil yang maksimal, Gaya atau *style* adalah pemilihan gaya bahasa sesuai dengan situasi kondisi, penyampaian atau *delivery* adalah kolaborasi antara bahasa tubuh dengan suara yang di keluarkan saat ceramah, dan ingatan atau *memory* adalah berupaya untuk berlatih dan menguasai pesan dakwah yang akan di sampaikan kepada *mad'u*.²⁴⁷

Gambar pola urgensi komunikasi persuasif dan retorika dakwah



²⁴⁷ Asriadi, "Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah," *Al-Munzir* 13, no. 1 (2020): 95–98.

Gambar di atas memberikan penjelasan bahwa, komunikasi persuasif dan retorika dakwah menjadi perkara yang urgent bagi seorang da'i demi menciptakan dakwah yang sukses. Seorang da'i tanpa menggunakan kaidah retorika tidak dapat menciptakan komunikasi yang persuasi dan membuat mad'u nyaman dengan pesan dakwahnya. Dengan demikian, beberapa pola di atas menjadi salah satu alasan betapa pentingnya komunikasi persuasif bagi seorang da'i untuk mempengaruhi mad'u di dalam berdakwah. Serta penyampaian dakwah juga akan lebih elegan, ideal, bijak, dan berwibawah ketika seorang da'i menggunakan kaidah retorika di dalam dakwahnya.

D. *YouTube* Sebagai Media Dakwah

YouTube merupakan situs web yang berisi video berbagi dan populer. Setiap pengguna *YouTube* dapat melakukan bermacam aktifitas seperti mengupload, menonton, dan mendownload video secara gratis. Selain itu, *YouTube* menjadi data base berupa video yang paling populer di dunia internet bahkan *YouTube* menjadi media yang paling lengkap dan bervariasi videonya.²⁴⁸ Nanurun mengatakan bahwa, *YouTube* merupakan media berbagi dan setiap pengguna dapat melakukan banyak aktivitas secara gratis.²⁴⁹

Lebih lanjut Nasrullah mengatakan bahwa *YouTube* merupakan media sosial yang berupa video berbagi. Video tersebut berupa konten yang memiliki berbagai informasi yang dapat ambil oleh penontonya. Sedangkan video tersebut disebar luaskan melalui *YouTube* yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja.²⁵⁰ Menurut Chandra *YouTube* berisikan klip film, klip televisi, video musik, blog video, video pendidikan, video humoris atau lawak, video cerita pendek, dan video ceramah.²⁵¹ Melihat di waktu saat ini *YouTube* dapat di dimanfaatkan diberbagai bidang dan kebutuhan, tentunya *YouTube* bisa digunakan sebagai media dakwah bagi seorang *da'i* atau mubaligh.

²⁴⁸ Faiqoh, Fatty, *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA 5, no. 2 (2016): 23.

²⁴⁹ Ricardo F Nanuru, "Seni Berwawasan Teknologi Modern," Journal 3, no. 1 (2013).

²⁵⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 32.

²⁵¹ Edy Chandra, "Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (2017): 407.

Berdasarkan ungkapan tersebut maka, *YouTube* tentunya dapat dimanfaatkan oleh *da'i* untuk berdakwah dalam bentuk video. Hamdan dan Mahmuddin mengatakan bahwa, penggunaan *YouTube* sebagai sarana dakwah saat ini sangat memungkinkan, karena adanya kesamaan sasaran, segmen, dan kebutuhan di antara penggunanya baik posisinya sebagai *da'i* maupun sebagai *mad'u*.²⁵² Dengan demikian, dakwah yang dilakukan dari generasi ke generasi yang terus berkesinambungan membuat cara berdakwah terus berkembang dan mengikuti zaman.²⁵³

Kondisi saat ini *YouTube* lebih mudah untuk diakses dan disajikan dalam bentuk video yang menarik. Selain itu, video tersebut dapat dijadikan sebagai sarana berdakwah. Dengan adanya implementasi terhadap teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang akhirnya membuat para *da'i* memanfaatkannya sebagai sarana dakwah melalui *YouTube* dengan cara membuat konten video ceramah.²⁵⁴ Aziz mengatakan bahwa *YouTube* sebagai media sosial yang menjadi unsur tambahan dalam rutinitas dakwah. Saat media dakwah berupa *YouTube* dapat dijadikan sebagai perantara yang dimanfaatkan untuk berinteraksi dari *da'i* kepada *mad'u*.²⁵⁵

Lebih lanjut menurut Sumadi terkait media sosial yang salah satunya *YouTube* memang nyatanya dapat dimanfaatkan untuk sarana berdakwah, menyebar butiran kebaikan, dan mengajak kepada orang lain untuk mengikuti dan berbuat baik kepada siapa pun. Meskipun hal ini menjadi tantangan besar bagi seorang *da'i* pada zaman global saat ini, namun kondisi ini juga dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan dakwah sampai keseluruh dunia khususnya Indonesia.²⁵⁶

²⁵² Hamdan dan Mahmuddin, "*YouTube Sebagai Media Dakwah*," 78.

²⁵³ Adi Wibowo, "Media Sosial Sebagai Trand Media Dakwah Pendidikan Islam Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019): 342.

²⁵⁴ Nanik Rahmawati dkk., "Optimalisasi YouTube Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial," *Jurnal PAI Raden Fatah* 3, no. 4 (2021): 387.

²⁵⁵ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Devisi dari Prenamedia Group, 2017), 345.

²⁵⁶ Eko Sumadi, "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi," *Jurnal AT-TABSYIR* 4, no. 1 (2016): 75.

BAB III

BIOGRAFI DAN PENYAJIAN DATA GUS BAH

A. Biografi Gus Baha

1. Riwayat Hidup Gus Baha

Gus Baha salah satu *da'i* yang sangat terkenal baik di dalam atau pun di luar negeri, dengan dakwahnya yang memiliki ciri khas dan kesederhanaannya membuat para pecintanya semakin mengidolakannya. Gus Baha seorang *da'i* yang tanpa mengharapkan popularitas, namun nyatanya Gus Baha sampai saat ini dikenal oleh masyarakat karena dakwahnya yang sangat menarik.²⁵⁷

Gus Baha memiliki nama lengkap KH. Ahmad Bahauddin, namun nama yang sangat populer dikalangan santri dengan panggilan Gus Baha, karena memang dari keturunan atau anak seorang kyai, sehingga panggilan Gus tersebut menjadi hal yang sangat dominan bagi kalangan santri khususnya di pulau Jawa. Nama Gus Baha sebagaimana diketahui oleh kebanyakan masyarakat bahwa, nama Gus Baha disematkan nama bapaknya yakni Nur Salim, sehingga menjadi Ahmad Bahauddin Nursalim. Hal serupa terjadi pada gurunya Gus Baha yaitu K.H Maimoen yang selalu disematkan nama bapaknya yakni Zubair, sehingga menjadi KH. Maimoen Zubair.²⁵⁸

Gus Baha lahir pada 29 September 1970²⁵⁹ di Sarang, Kabupaten Rembang, Provinsi Jawa Tengah.²⁶⁰ Menurut Adib salah satu lulusan Ponpes LP3IA mengatakan bahwa, Gus Baha sebenarnya lahir pada 29 September 1970 di Rembang.²⁶¹ Gus Baha sangat akrab dengan lingkungan religius, karena memang dari silsilah Gus Baha dilahirkan dari keluarga yang sangat kental dengan agama. Silsilah Gus Baha dari empat generasi ke atas atau hitungan dari neneknya hingga

²⁵⁷ Azyumardi Azra dkk., *Islam Indonesia 2020* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2020), 284.

²⁵⁸ Qowim Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," *Musala: Jurnal Pesantren dan Kebudayaan Islam Nusantara* 1, no. 1 (2022): 80.

²⁵⁹ Budi, "Biografi Gus Baha' (KH. Ahmad Bahauddin Nursalim)," *laduniid*, 2020.

²⁶⁰ Saifuddin Zuhri Qudsy dan Althaf Husein Muzakky, "Dinamika Ngaji Online Dalam Tagar Gus Baha: Studi Living Qur'an Di Media Sosial," *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan* 2, no. 1 (2021): 7.

²⁶¹ Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," 80.

empat generasi sampai kepada sunan Kudus. Sedangkan silsilah dari ibunya Gus Baha berasal dari ulama Lasem yaitu Mbah Sambu atau Mbah Abdurrahman yang merupakan waliyullah.²⁶² Sedangkan untuk istri Gus Baha bernama Shofiyah yang merupakan putri dari Mbah Hafshah.²⁶³

2. Perjalanan Mencari Ilmu Gus Baha

Sejak kecil Gus Baha sudah diajarkan dengan ilmu agama oleh bapaknya, mulai tirakat dari berbagai bidang studi keilmuan agama hingga hafalan Al-Qur'an. Perjuangan tersebut membuahkan hasil dan membuat Gus Baha hafal Al-Qur'an, hal tersebut juga berkat usaha dan didikan dari bapaknya sendiri.²⁶⁴ Integritas dan kualitas keilmuan Al-Qur'an Gus Baha sangat terjamin karena pengajaran yang diberikan bapaknya berdasarkan kaidah tajwid, kaidah makharijil huruf, dan kaidah lainnya. Hal tersebut terjadi karena memang bapaknya Gus Baha belajar dari KH Arwani Amin Kudus yang sangat populer dengan kepribadian disiplin dan ketatnya.²⁶⁵

Selain belajar kepada KH Arwani Amin Kudus, bapak Gus Baha juga belajar Al-Qur'an dengan KH Abdullah Salam yang berasal dari Kajen, Pati.²⁶⁶ Masuk usia dewasa bapak Gus Baha yang bernama KH Nur Salim menitipkan anaknya kepada KH Maimoen Zubair yang merupakan pengasuh Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang, kabupaten Rembang. Dengan demikian kualitas ilmu Gus Baha bisa dipertanggungjawabkan karena memang Gus Baha belajar di ulama besar yang memang ahlinya.²⁶⁷ Saat di Pondok Pesantren Al-Anwar Gus Baha terkenal dengan

²⁶² Qudsy dan Muzakky, "Dinamika Ngaji Online Dalam Tagar Gus Baha: Studi Living Qur'an Di Media Sosial," 8.

²⁶³ Isti'anah dan Hakamah, "Rekonstruksi Pemahaman Konsep I'jaz al-Qur'an Perspektif Gus Baha," 188.

²⁶⁴ Gunawan, "Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam Youtube," 63.

²⁶⁵ Qudsy dan Muzakky, "Dinamika Ngaji Online Dalam Tagar Gus Baha: Studi Living Qur'an Di Media Sosial," 9.

²⁶⁶ Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," 80.

²⁶⁷ Azra dkk., *Islam Indonesia 2020*, 285.

santri yang cerdas dan menguasai berbagai bidang ilmu seperti ilmu fiqih, tafsir, hadist, tasawuf, dan ilmu filsafat.²⁶⁸

Pendapat lain mengatakan bahwa Gus Baha ahli pada bidang ilmu fiqih. Sumber ini di ambil berdasarkan pernyataan Gus Baha pada saat ceramahnya mengatakan bahwa di Pondok Pesantren Al-Anwar sangat ketat dengan kajian kitab-kitab fiqihnya.²⁶⁹ Rohman mengatakan bahwa kurikulum di Pondok Pesantren Al-Anwar tentang pembelajaran atau kajian terhadap bidang ilmu fiqih mencapai 11.8%, dengan demikian kajian terhadap ilmu tersebut lebih banyak dan dominan dari pada beberapa bidang ilmu lain. Beberapa kitab yang digunakan pada saat musyawarah seperti *fathul al-qorib*, ada juga kitab *fathul mu'in* dan kitab *al-mahalli* yang menjadi referensi utama.²⁷⁰

Lebih lanjut setelah menjadi alumni dari Pondok Pesantren Al-Anwar Serang tersebut akhirnya Gus Baha pulang dan mengembangkan ilmu yang ia pelajari. Saat awal berdakwah Gus Baha lebih mengkaji ilmu tafsir namun, bukan berarti Gus Baha sudah tidak ahli lagi di bidang ilmu fiqih tetapi memang saat itu kondisi dakwahnya memulai dengan kajian ilmu tafsir. Dakwahnya dengan kajian ilmu tafsir membuat Gus Baha menjadi terkenal sehingga dengan keahlian tersebut membuatnya diminta dari Universitas Islam Indonesia untuk menjadi tim ahli di bidang ilmu tafsir.²⁷¹ Dakwah tersebut di mulai Gus Baha karena waktu di dalam mencari atau pun menimba ilmu sudah cukup dan sudah waktunya Gus Baha untuk memulai dakwah ilmiyyahnya.

3. Sanad Keilmuan Gus Baha

Soal sanad keilmuan Gus Baha memiliki guru yang sangat berpengaruh di dalam menggemleng dan meningkatkan kualitas keilmannya. Gus Baha mampu menguasai ilmu fiqih dan ilmu tafsir pada gurunya KH. Nur Salim yang merupakan

²⁶⁸ Gunawan, "Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam Youtube," 285.

²⁶⁹ Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," 81.

²⁷⁰ Fathur Rohman, "Pembelajaran Fiqih Berbasis Masalah melalui Kegiatan Musyawarah di Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang Rembang," *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 2 (2017): 188.

²⁷¹ Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," 81.

bapaknya sendiri, dan KH. Maimoen Zubair.²⁷² Sedangkan untuk sanad keilmuan Gus Baha pada jalur gurunya KH. Maimoen Zubair di antara sebagai berikut:²⁷³

- 1) KH. Ahmad Bahauddin (Gus Baha)
- 2) KH. Maimoen Zubair
- 3) Syaikh Yasin Padang
- 4) Syaikh Umar Hamdan
- 5) Syaikh Mahfudz Termas
- 6) Sayyid Abu Bakar bin Muhammad Syatha
- 7) Sayyid Ahmad bin Zaini Dahlan
- 8) Syaikh Utsman bin Hasan Al-Dimyathi
- 9) Syaikh Ali Al-Syanwani
- 10) Syaikh Isa bin Muhammad Al-Barrowi
- 11) Syaikh Muhammad Ad-Dafari
- 12) Syaikh Salim bin Abdillah Al-Bashri
- 13) Syaikh Muhammad bin Alaudin Al-Babili
- 14) Syaikh Salim bin Muhammad As-Sanhuri
- 15) Syaikh Najm Muhammad bin Ahmad Al-Ghaithi
- 16) Syaikh Zakariyah AL-Anshari
- 17) Syaikh Ibnu Hajar Al-Atsqalani
- 18) Syaikh Ibrahim bin Ahmad At-Tanukhi
- 19) Syaikh Abdul Abbas Ahman bin Abi Thalib Al-Hajjar
- 20) Syaikh Al-Husain bin Mubarak Az-Zabidi
- 21) Syaikh Abdul Awwal bin Isa As-Sijzi
- 22) Syaikh Abdul Hasan Abdurrahman Al-Muzaffar bin Dawud Ad-Dawudi
- 23) Syaikh Abdullah bin Ahmad As-Sarakhsi
- 24) Syaikh Muhammad bin Yusuf bin Mathor Al-Firobi
- 25) Syaikh Imam Bukhari

²⁷² Mustofa, Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," 81.

²⁷³ Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," 81–82.

- 26) Syaikh Al-Humaidi Abdullah bin Zubair
- 27) Sufyan bin Uyainah
- 28) Yahya bin Sa'd Al-Ansori
- 29) Muhammad bin Ibrahim At-Taimi
- 30) Alqamah bin Waqqash Al-Laitsi
- 31) Umar bin Khattab
- 32) Muhammad SAW

Selain urutan sanad di atas, Gus Baha juga merupakan seorang pendakwah yang hafal Al-Qur'an. Gus Baha belajar Al-Qur'an kepada ayahnya KH. Nur Salim yang merupakan murid dari KH. Abdullah Salam yang berasal dari Kajen kabupaten Pati. Sedangkan KH. Abdullah Salam merupakan murid dari KH. Arwani yang berasal dari kabupaten Kudus, yang mana ia pun merupakan murid dari KH. Munawwir yang berasal dari Krapyak Yogyakarta.²⁷⁴

4. Karya-karya Gus Baha

Salah satu karya Gus Baha terkait kaidah ilmu qiraat Gus Baha pernah meringkas kitab yang berjudul *Hifdzuna Li Hadza al-Mushaf* yang mana kitab tersebut merupakan hasil ringkasan dari kitab *al-Muqni*. Kitab *al-Muqni* merupakan karya dari Abu Amr Ad-Dani. Kitab Al-Mugni yang tebalnya mencapai 500 halaman kini diringkas oleh Gus Baha menjadi 69 halaman saja. Selain itu, alasan Gus Baha meringkas kitab tersebut karena terdapat beberapa kejanggalan yang menggunakan *rasm qiyasi*, sedangkan seharusnya menggunakan *rasm isthilahi*. Hal ini terjadi karena hakikatnya Al-Qur'an harus dibaca berdasarkan riwayatnya yang mutawatir.²⁷⁵

Gus Baha juga pernah menulis buku bersama dengan Gus Wafi yang merupakan putranya KH. Maimoen Zubair atau sebagai Gurunya Gus Baha. Buku tersebut mengkaji tentang diskusi Gus Baha dengan Gus Wafi saat masih dalam kondisi belajar di Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang yang membahas ilmu

²⁷⁴ Jigang, *Sanad Keilmuan Gus Baha Hingga Rasulullah* (JIGANG.ID, 2020), <https://jigang.id/sanad-keilmuan-gus-baha-hingga-rasulullah/>.

²⁷⁵ Mustofa, "Profil KH. Bahauddin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial," 83.

Nahwu. Kemudian singkat waktu ketika putra KH. Maimoen Zubair hendak berangkat ke Yaman, Gus Baha memberikan hadiah berupa buku tersebut kepada Gus wafi. Buku tersebut berjudul “*Khazanah Andalus Menguk Karya Monumental Alfiyah Ibnu Malik*” yang mengkaji tentang bait-bait kitab *Al-Fiyah Ibnu Maliki*.²⁷⁶

Lebih lanjut dalam hal ilmu tafsir Gus Baha memiliki karya yang dijadikan oleh Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta sebagai rujukannya. Tafsir Al-Qur’an yang dibuat oleh Gus Baha merupakan sebuah tafsir yang menggunakan metode tahlil. Tafsir tersebut terbit pada tahun 2018 dan terdiri dari 10 jilid. Terkait kapan waktu Gus Baha menulis tafsir tersebut belum diketahui secara jelas, akan tetapi dilihat kondisi saat itu Gus Baha menjadi bagian dari tim ahli tafsir UII mungkin saja tafsir tersebut ditulis sejak tahun 2004 atau 2005 saat Gus Baha berada di Yogyakarta.²⁷⁷

B. Profil Channel *YouTube* NU Online

1. Channel *YouTube* NU Online

Channel *YouTube* NU Online adalah media resmi Nahdlatul Ulama (NU) yang menyampaikan informasi sosial masyarakat dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat. Channel NU Online ini juga merupakan pengembangan dari website www.nu.or.id yang juga hadir di berbagai platform media sosial seperti yang kita ketahui *Twitter* dengan akun @nu_online, *Facebook* dengan akun NU Online, dan *Instagram* dengan nama akun @nuonline_id. Selain itu, semua akun resmi NU Online memiliki tanda lencana verifikasi. Channel NU Online sudah bergabung di *YouTube* sejak 10 Maret 2017. Pada saat ini channel NU Online memiliki 772 ribu *subscribe* dan upload konten sebanyak 2700 video.

²⁷⁶ Mustofa, Mustofa, “Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial,” 84.

²⁷⁷ Mustofa, Mustofa, “Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial,” 84.

Gambar. 9 Channel *YouTube* NU Online



Channel NU Online merupakan salah satu channel yang berada di aplikasi *YouTube* yang menyajikan konten-konten dakwah. Channel NU Online merupakan channel yang dibuat untuk mensyi'arkan berbagai ceramah dari kalangan ulama-ulama NU. Dalam channel NU Online terdapat berbagai konten dakwah yang disajikan kepada penonton atau *mad'u* agar bisa melaksanakan pesan dakwah dan mengikuti tauladan *da'i* yang mereka tonton melalui *YouTube* tersebut. Dalam channel NU Online ini juga terdapat berbagai video dakwah dari berbagai mubaligh NU, di antaranya Gus Miftah, Gus Baha, Gus Muwafiq, Habib Luthfi dan berbagai tokoh mubaligh lainnya.

2. Perbedaan Channel *YouTube* NU Online dengan Channel *YouTube* Lain

Channel NU Online untuk saat ini bisa dijadikan sebagai referensi bagi para *mad'u* sebagai sarana belajar atau pendidikan khususnya Aswaja. Channel NU Online ini sebagai media untuk kemaslahatan umat tentunya berupaya untuk memberikan konten terbaik berdasarkan hakikatnya. Sedangkan Channel *YouTube* yang lain yang statusnya juga menyajikan video ceramah Gus Baha tujuannya untuk mencari subscribe dengan akhirnya mereka mendapatkan keuntungan dari hal tersebut.

C. Penyajian Data

Pembahasan tentang komunikasi persuasif dan retorika dakwah peneliti akan menggunakan enam video Gus Baha yang terdapat pada channel *YouTube* NU Online. Pada video tersebut nantinya dijadikan bahan untuk penelitian. Bagian komunikasi persuasif difokuskan pada model komunikasi persuasif Gus Baha, prinsip komunikasi persuasif, dan teknik komunikasi persuasif yang digunakan Gus Baha saat sedang

berdakwah. Sedangkan pada retorika dakwah difokuskan pada metode penyampaian retorika dakwah Gus Baha, jenis retorika, gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak Gus Baha saat sedang ceramah.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan enam video ceramah Gus Baha, beberapa video tersebut memiliki judul yang berbeda-beda. Adapun judul video ceramah tersebut seperti, Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati, Kenyamanan Akal dan Iman, Betapa Mudahnya Masuk Surga, Ingat Mati Itu Tidak Selalu Baik, Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha, dan Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan. Beberapa video tersebut akan mewakili dari 69 video Gus Baha yang terdapat dalam channel NU Online.

1. Model Komunikasi Persuasif Gus Baha

Model komunikasi persuasif yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah adalah Model *source message channel* dan *receiver* (SMCR) dan *Heuristic Systematic Model*. Komunikasi persuasif Model SMCR merupakan model komunikasi yang terdiri dari *da'i*, pesan, media, dan *mad'u*. Sedangkan komunikasi persuasif *Heuristic Systematic Model* merupakan model komunikasi yang terdiri dari keahlian, kualitas argumen, dan sikap. Komunikasi persuasif model SMCR yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramahnya yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online.

Gambar 10. Video Gus Baha di upload melalui channel *YouTube* NU Online



Gambar di atas dapat dijelaskan bahwa, Gus Baha berperan sebagai komunikator (*source*), sedangkan isi ceramah sebagai pesan dakwah (*message*), channel *YouTube* NU Online sebagai sarana atau media (*channel*), dan audiens sebagai komunikan (*receiver*). Penjelasan tersebut menjadi bukti jika Gus Baha

menggunakan komunikasi persuasif model SMCR. Sedangkan komunikasi persuasif *Heuristic Systematic Model* dapat dilihat dari video Gus Baha yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 09.00 yang mengatakan bahwa:

“Imam Amudi ketika ditanya kenapa kamu bisa yakin kalau Allah itu ada, ya jawabnya gampang hadzihil makhlukot maujuda, ini mahluk ini maujud semua, bagaimana maujudat kholqohal adam, bagaimana suatu yang maujudat kemudian penciptanya adalah yulizem, sesuatu yang tidak ada. Jika juber bin hut ini pemikir Arab top, ketika nabi membaca surat tur di antaranya ada ayat am khuliku min ghoiri sya’in dia langsung Islam, masak hadzihil maujudat kholaqohal adam, masak yang maujud diciptakan yang tidak maujud itu gak masuk akal”

Ungkapan di atas menjelaskan bahwa, Gus Baha di dalam ceramah memberikan suatu paradigma atau pengetahuan terkait adanya tuhan berdasarkan dengan kualitas argumen yang disertakan dengan dalil aqli dan naqli. Selain itu, dengan kemampuan Gus Baha yang memang ahli di bidang tersebut membuat *mad’u* percaya dengan pengetahuan tersebut, ditambah lagi dari sikap Gus Baha yang memiliki sopan santun, dan *attitude*. Kemudian ketika dilihat dari video lain yang menunjukkan kalau Gus Baha memang menggunakan komunikasi persuasif *Heuristic Systematic Model* saat sedang ceramah. Dapat di lihat pada video yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 05.16 yang berbunyi:

“Jadi supaya Islam ini gampang ya, saya pernah cerita ke kyai yang khusus, kalau sholat lama sekali tak ceritani hadist, nabi itu gak pernah menegur orang yang sholat cepat yang ada itu sanad negur sholat lama, wes tak ceritani hadistnya Mu’ad tertawa-tawa dia. Gus kamu itu kok an masih punya dalil, saya punya sanad, ada gak sanad nabi negur orang yang baca surat pendek kan gak ada, yang ada itu yang baca surat panjang. Hehehehe, nanti bisa direvisi bersama Habib Zidan kalau gak cocok tapi ini yang rilek-rilek saja karna potongan Islam Jowo ni kalau dijak berat-berat gak akan kuat. Jadi ya, ya sudah. Innakun Munafirin kata nabi, sholat yang lama itu munafirin kata nabi, afatta ta fatta ta mu’ad, kamu bikin umat ini gak nyaman karena kalau kamu jadi imam itu lama sekali.”

Ungkapan di atas memberikan penjelasan bahwa, Gus Baha di dalam ceramah ketika memberikan materi selalu disertakan dengan dalil aqli dan naqli yang kuat

dan berdasarkan dengan argumen yang memiliki sanad. Selain itu, didukung dengan keahlian Gus Baha membuat *mad'u* dapat menerima pesan dakwahnya.

2. Prinsip Komunikasi Persuasif Gus Baha

a. Prinsip timbal balik

Komunikasi persuasif dengan prinsip timbal balik yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Betapa Mudahnya Masuk Surga” pada menit ke 03.00 yang berbunyi:

“Terus ketika kenangan buruk saya, ketika jadi kyai itu gini, saya ada beberapa guru SD datang ke saya ini agak-agak masalah besar, Gus boleh gak buka ujian nasional yang masih di segel? semua guru bilang gak boleh itu kriminal, ada satu guru yang bikin analogi agak kacau, boleh saja wong ujian di kuburan saja dibocorkan para kyai gapapa. Hahahahaha ini kriminal, kemudian Gus Reza berkata: perhatian kepada kyai gak boleh memukul pemateri, Gus Baha berkata lagi: jadi itu tentu analogi yang salah, jadi kan tuhan kamu siapa, nabi kamu siapa, imam kamu siapa, ini kan sudah dibocorkan oleh para kyai. Artinya apa? nak ora iso jawab ke bablasan, terus guru ini berfikir, kalau ujian akhirot sekerusial itu saja bisa dibocorkan, kenapa ujian nasional endak boleh, tentu ini qiyas yang salah, saya gak mengajarkan seperti itu. Tetapi saya mengajarkan ke kalian betapa mudahnya masuk surga.”

Gambar 11. Video Gus Baha dipukul menggunakan kopia



Berdasarkan ungkapan dan gambar di atas, Gus Baha mendapatkan respon secara seponatan dalam bentuk tertawa dan pukulan kyai terhadapnya menggunakan kopia yang datang dari arah belakang Gus Baha. Berdasarkan ungkapan dan gambar tersebut Gus Baha menggunakan prinsip timbal balik.

b. Prinsip pertemanan

Komunikasi persuasif dengan prinsip pertemanan yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada menit ke 00.01 yang mengatakan bahwa:

“Ketika Gus Dur dilengserkan dari presiden yang paling saya kenang dan para ulama seluruh Indonesia mungkin seluruh dunia mengenang adalah keberhasilan Gus Dur mengelola konflik itu tidak dengan pertumpahan darah, satu prestasi yang insyallah jadi amal beliau semoga mendapat ridhonya Allah SWT. Karena yang paling dihindari oleh Islam sebisa mungkin adalah jangan ada darah menetes apa lagi hanya demi kekuasaan.”

Ungkapan di atas, Gus Baha membahas Gus Dur yang merupakan pendiri pondok Tebuireng, Jombang yang memiliki ideologi Nahdlatul Ulama (NU). Sedangkan lokasi Gus Baha ceramah berada di Pondok Pesantren Tebuireng, yang mana *mad'unya* mayoritas santri dari pondok pesantren tersebut. Dengan demikian adanya kesamaan atau *similarity* di antara Gus Baha yang posisi sebagai *da'i* dengan santri-santri Tebuireng yang posisinya sebagai *mad'u*. Kesamaan tersebut adalah dari segi ideologi.

c. Prinsip harapan

Komunikasi persuasif dengan prinsip harapan yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 09.41 yang mengatakan bahwa,

“Artinya saya ingin lah keseharian kita yang awam yang apa itu harus cari bekapan hadist. Supaya semua keseharian kita itu ada apa, sanad. Minsyalnya sampean kalau malem itu gak bisa tidur, tahajjud endak, witr endak, ya muthola'ah endak, tapi lihatlah itu sebagai tarkul ma'asih, apa tarkul ma'asih saja alhamdulillah, malem ini saya endak zina, endak maling, endak dugem, coba kalau kamu malem-malem di kamar itu namanya apa? Endak tahajjud edak witr kan tapi kamu syukur karena itu tarkul zina, tarkul sariqoh, tarkul kadza wakadza.”

Ungkapan di atas, Gus Baha memberikan motivasi dan emosional kepada *mad'u* untuk dapat melakukan perbuatan tersebut. Meskipun pada malam hari tidak sholat tahajjud akan tetapi diniatkan untuk menghindari dosa dan perbuatan yang dilarang Islam.

d. Prinsip asosiasi

Komunikasi persuasif dengan prinsip asosiasi yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan” pada menit ke 00.03. Pada video tersebut terdapat

seorang *mad'u* yang bertanya kepada Gus Baha dengan mengawali perkataannya dengan salam, lalu Gus Baha bertanya kepada *mad'u* tersebut “rumahnya mana? ngapak yaa” di jawab *mad'u* “iya Gus Cilacap” lalu Gus Baha berucap, “pakai bahasa Cilacap aja kalau bahasa Indonesia gak saya jawab, pokoknya kalau pakai bahasa Indonesia gak usah di jawab ya, dan pakai bahasa kasarnya gak boleh pakai bahasa halusnya.”

Lalu singkat waktu *mad'u* bertanya, “kalau ngaji nang *YouTube*, apa entok pahala? apa sanadnya bisa nyambung?” Kemudian, Gus Baha menjawab pertanyaan *mad'u* tersebut dan mengatakan bahwa, pahalanya dapat dan sanadnya nyambung kecuali untuk mufti syaratnya harus ketemu gurunya dan lain-lain. Berdasarkan pertanyaan *mad'u* yang bertanya tentang ngaji lewat *YouTube* apakah mendapat pahala tersebut termasuk dalam katagori prinsip asosiasi karena Gus Baha memberikan argumen yang membuat *mad'u* percaya ditambah lagi Gus Baha sebagai idola dari *mad'u* atau penonton tersebut.

3. Teknik Komunikasi Persuasif Gus Baha

Teknik komunikasi persuasif yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah adalah teknik *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, *red herring*, dan Teknik tataan.

a. Teknik *appeals to humor*

Teknik *appeals to humor* adalah seorang *da'i* bercerita tentang peristiwa yang di dalamnya terdapat nilai humor yang mampu memikat perhatian *mad'u* meskipun sangat minim untuk memberikan pemahaman tentang materi dakwah yang disampaikan. Komunikasi persuasif dengan teknik *appeals to humor* yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Betapa Mudahnya Masuk Surga” pada menit ke 03.10. Pada video tersebut Gus Baha berkata

“Saya ada beberapa guru SD datang ke saya ini agak-agak masalah besar, Gus boleh gak buka ujian nasional yang masih di segel? semua guru bilang gak boleh itu kriminal, ada satu guru yang bikin analogin agak kacau, boleh saja wong ujian di kuburan saja dibocorkan para kyai gapapa.”

Lebih lanjut Gus Reza berkata, “perhatian kepada kyai gak boleh memukul pemateri.” Gus Baha saat itu menceritakan tentang seorang guru yang bertanya terkait boleh atau tidaknya membuka segel jawaban soal ujian sekolah. Pada kondisi itu Gus Baha mengemas pesan dakwahnya menjadi lebih menarik dan humoris sehingga dapat membuat para *mad'u* tertawa dan respek dengan dakwahnya.

b. Teknik asosiasi

Teknik asosiasi adalah seorang *da'i* mencari dukungan dari objek lain. Biasanya membahas yang sedang viral atau apa pun yang dapat membantu *da'i* di dalam mengambil perhatian *mad'unya*. Komunikasi persuasif dengan teknik asosiasi yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada menit ke 05.13 yang mengatakan bahwa,

“Di sini ada kitab ini, diterjemahkan beberapa kali, Sebagian oleh KH. Mustofa Bisri, Sebagian oleh Kyai Shodiq Semarang. Saya punya edisi asli, edisi Arabnya karena saya dari awal ingin ngaji sama santri-santri Tebuireng, karena buyut-buyut saya itu termasuk gurunya Mbah Sholeh Darat, jadi buyut saya yang di Kudus pondok Damaren itu dulu Mbah Sholeh Darat ngaji di situ, dan Mbah Hasyim kecil pernah ngaji sama Mbah Sholeh Darat, dan tentu biasa itu di dalam ilmu sanad, guru-guru saya induknya di Mbah Hasyim, Mbah Hasyim juga pernah ngaji di beberapa ulama di Pantura dan saya pastikan di antara perilaku atau manhat Mbah Hasyim adalah ini saya baca guru-guru beliau, kemudian ada perilaku yang persis ditiru Gus Dur. Jadi itu bukan sekedar apa, eh eh bukan sekedar mitos atau kebetulan, beliau punya pilihan yang dipilih sampai akhir hayatnya.”

Ungkapan di atas, Gus Baha menceritakan tentang Mbah Hasyim, Gus Dur dan buyut-buyutnya Gus Baha. Mbah Hasyim masih memiliki sanad keilmuan dengan buyut-buyutnya Gus Dur. Selain itu, Gus Dur juga memiliki sanad keilmuan dari mbah Hasyim, dari hal tersebut mendapatkan poin positif bahwa di antara mereka saling bertautan sanad keilmuannya. Gus Baha juga menceritakan sikap Gus Dur yang meniru sikap dari ulama-ulama tersebut. Gus Dur juga sebagai pendiri pondok Tebuireng dan santri-santri yang menjadi *mad'u* pada ceramah tersebut juga merupakan santri dari pondok Tebuireng.

Dengan demikian, Gus Baha menggunakan hal tersebut sebagai objek pembantu untuk mempengaruhi perhatian *mad'u*.

c. Teknik integrasi

Teknik integrasi merupakan cara yang digunakan *da'i* untuk satu suara dengan *mad'u*. Kata yang biasanya digunakan pada teknik ini adalah kata kita atau kami dan lain-lain. Komunikasi persuasif dengan teknik integrasi yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 03.18 yang berbunyi:

“Masyarakat kita anti zina, anti prostitusi, karena itu fahsyah sehingga juga tidak milih pemimpin yang punya perilaku seperti itu. Masyarakat kita humanis, menghormati hak-hak orang lain, hak buruh juga tidak akan milih pemimpin yang jahat yang sadis yang macem-macem. Nah nilai bersama ini yang coba kita bangun. Wawu dawuh e pak Syukron bikin *saqofah Islamiyah*. Sehingga ini dimulai dari kita.”

Ungkapan di atas, Gus Baha menggunakan kata kita. Dengan demikian kata tersebut Seakan-akan bisa sependapat, mengalihkan dan mengambil perhatian *mad'u* untuk bisa menerima pesan dakwahnya.

d. Teknik tataan

Teknik tataan merupakan cara *da'i* untuk mengemas dan menyusun pesan dakwah agar enak didengar, mudah dipahami *mad'u* dan memberikan kesan menyenangkan serta humor. Komunikasi persuasif dengan teknik tataan yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah beliau yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 02.35 yang mengatakan bahwa,

“Banyak orang yang mempunyai anak cantik dilamar orang kaya gak mau hanya karena orang kaya raya ini gak sholat. Padahal kalau nikah sama orang kaya ekonominya sudah selesai, padahal miskin sekali. Jadi rakyat iku mpun heroik khusus pun, demi cari mantu yang sholat ti direwangi duwe mantu melarat, santri mergo sholat, seng ngelamar sugeh boten sholat. Nah, kalau rakyat sudah punya kosesus gitu mereka gak akan milih pemimpin yang terkenal tidak sholat apa pun baiknya sosialnya. Sehingga tolak ukur kebenaran ini menjadi tolak ukur politik juga. Kan gak mungkin masyarakat yang sholat terus ngambil pemimpin yang tidak sholat.”

Ungkapan di atas, Gus Baha memberikan materi untuk memilih dan memiliki pemimpin yang tepat dengan cara mengqiyaskan dengan cerita perjodohan seorang wanita cantik dengan pemuda yang kaya raya akan tetapi tidak taat untuk beribadah sholat. Dalam pesan tersebut Gus Baha menyampaikan kepada masyarakat untuk *muhasabatunnafsi* dan berbenah diri agar bisa lebih baik lagi.

4. Metode Penyampaian Retorika Dakwah Gus Baha

Metode penyampaian dakwah Gus Baha saat sedang ceramah menggunakan metode naskah, menghafal, berbicara mendadak, dan metode berbicara tanpa persiapan. Adapun metode penyampaian retorika dakwah tersebut di antaranya sebagai berikut:

a. Metode naskah

Metode naskah yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada channel *YouTube* NU Online.

Gambar. 12 Video ceramah Gus Baha dengan tema “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha”



Pada video ceramah tersebut, Gus Baha terlihat membawa kitab yang digunakan sebagai materi pada kajian saat itu, Gus Baha membawa kitab karya Muhammad Hasan Sihab asal dari Lebanon. Kemudian kitab tersebut pernah diterjemahkan oleh KH Mustofa Bisri, lalu diterjemahkan lagi oleh KH. Shodiq, Semarang. Pada video tersebut terlihat Gus Baha menggunakan metode naskah. Ketika dilihat pada video lain, Gus Baha juga menggunakan kitab sebagai bahan materi untuk ceramah, dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada channel *YouTube* NU Online.

Gambar. 13 Video ceramah Gus Baha dengan tema
“Ingat Mati Itu Tidak Selalu Baik”



Pada video ceramah tersebut, Gus Baha terlihat membawa kitab yang diletakkan di atas meja. Kitab tersebut digunakan Gus Baha untuk kajian atau sebagai bahan yang digunakan untuk materi dakwah yang akan dibahas nantinya saat sedang ceramah. Pada video ceramah lain yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan” pada channel *YouTube* NU Online Gus Baha juga menggunakan kitab sebagai referensi dan bahan untuk berdakwah.

Gambar 14. Video ceramah Gus Baha dengan tema
“Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan”



Pada video ceramah tersebut, Gus Baha terlihat membawa kitab yang diletakkan di atas meja. Kitab tersebut adalah kitab *Ihya Ulumuddin* karya Imam Ghazali. Kitab tersebut dibawah Gus Baha untuk kajian atau sebagai bahan yang digunakan untuk materi dakwah yang akan dibahas nantinya saat sedang ceramah. Berdasarkan beberapa video di atas Gus Baha menggunakan metode naskah di dalam berdakwah di depan public.

b. Metode menghafal

Metode menghafal adalah seorang *da'i* tidak membawah kitab, catatan dan teks saat sedang ceramah. Metode menghafal yang digunakan Gus Baha dapat

dilihat dari video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” kemudian bisa dilihat juga pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada channel *YouTube* NU Online.

Gambar 15. Video ceramah Gus Baha dengan tema “Kenyamanan Akal dan Iman”



Gambar 15. Video ceramah Gus Baha dengan tema “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati”



Pada dua video ceramah tersebut, Gus Baha terlihat tidak membawa catat, teks atau pun kitab yang digunakan sebagai bahan materi dakwah. Pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” Gus Baha tidak menggunakan catatan sama sekali. Pada saat ceramah itu Gus Baha bersama dengan Habib Zidan, Ustadz Yusuf Mansur, dan bersama beberapa tokoh lainnya.

c. Metode bicara mendadak

Ketika seorang *da'i* menyampaikan pesan dakwah dengan cara mendadak tentunya sedikit mengalami kesulitan, akan tetapi ketika seorang sudah berpengalaman dan mahir hal tersebut bukanlah menjadi penghambat. Dengan demikian penyampaian pesan dakwah akan tetap maksimal. Pada metode ini biasanya sering dialami oleh *da'i* ketika diminta untuk menyampaikan pesan singkat atau berucap sekata dua kata. Metode ini biasanya paling sering dan populer digunakan oleh ahli-ahli ceramah. Gus Baha dalam ceramah juga menggunakan metode berbicara mendadak. Hal tersebut terbukti ketika Gus Baha mengucapkan pada video ceramah yang berjudul “Betapa Mudahnya masuk Surga” pada menit ke 04.46 yang mengatakan bahwa:

“Di antara ini yang mulai, saya ngomong serius supaya, tadi kan guyonan sudah di ambil Gus Reza sama Gus Kautsar, saya tau kenapa mereka guyon, kalau ngomong serius takut kalah sama saya, hahahahah, (suara tertawa ceriah) karena say aini sudah terkenal pemikir serius, jadi artinya tu satu kepintaran mengalihkan, itu bukti beliau-beliau ini cerdas.”

Ungkapan tersebut memberikan pemahaman bahwa, kondisi saat itu terdapat tiga pemateri atau *da'i* di antaranya Gus Baha, Gus Reza, dan Gus Kautsar. Pada kesempatan itu Gus Baha menjadi pembicara yang terakhir atau hanya sekedar meneruskan pembicara sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut berarti Gus Baha hanya dimintakan untuk memberikan sedikit pesan dakwah kepada *mad'u*. Dengan demikian, Gus Baha memberikan pesan secara mendadak atau tidak ada persiapan. Namun, karena Gus Baha sudah mahir dan ahli serta berpengalaman sebagai mubalig atau *da'i* akhirnya Gus Baha dapat memberikan pesan dakwah dengan menarik, ideal, bijak, humoris dan berwibawah.

d. Metode bicara tanpa persiapan

Berceramah tanpa persiapan berarti sama dengan dadakan. Namun secara teknis dan pelaksanaan keduanya berbeda. Ceramah tanpa dengan persiapan adalah seorang *da'i* yang menyampaikan pesan dakwah berdasarkan situasi dan kondisi acara atau *mad'u* saat itu. Berdasarkan video ceramah Gus Baha yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” terdapat materi yang disampaikan oleh Gus Baha sesuai dengan situasi dan kondisi acara saat itu. Hal tersebut terbukti ketika Gus Baha mengatakan dalam video di menit ke 05.57 yang berkata,

“Mbah Hasyim kecil pernah ngaji sama Mbah Sholeh Darat, dan tentu biasa itu di dalam ilmu sanad, guru-guru saya induknya di Mbah Hasyim, Mbah Hasyim juga pernah ngaji di beberapa ulama di Pantura dan saya pastikan di antara perilaku atau manhat Mbah Hasyim adalah ini saya baca guru-guru beliau, kemudian ada perilaku yang persis ditiru Gus Dur.”

Ungkapan tersebut merupakan materi yang tepat karena kondisi saat itu Gus Baha sedang mengisi pengajian di Pondok Tebuireng yang mana pendirinya adalah Gus Dur. Dengan demikian, materi yang disampaikan

berdasarkan muqtadhol makom dan muqtadhol hal. Pada video lain yang berjudul “Betapa Mudahnya masuk Surga” Gus Baha juga mengatakan pada menit ke 03.50 bahwa, “Di antara ini yang mulai, saya ngomong serius supaya, tadi kan guyonan sudah di ambil Gus Rezal sama Gus Kautsar, saya tau kenapa mereka guyon, kalau ngomong serius takut kalah sama saya.” Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa merupakan pembicara setelah Gus Reza dan Gus Kautsar dengan demikian, Gus Baha berperan sebagai pemateri tambahan saja.

5. Jenis Retorika Dakwah Gus Baha

Jenis retorika dakwah yang digunakan Gus Baha dalam ceramahnya hanya menggunakan retorika dakwah monologika dan retorika dakwah dialogika. Adapun jenis retorika tersebut di antaranya sebagai berikut:

a. Monologika

Retorika monologika adalah seni berbicara dengan satu arah atau yang berbicara hanya seorang *da'i* saja. Jenis retorika monologika Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah beliau yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” dan lihat juga video Gus Baha yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman.”

Gambar 16. Video ceramah Gus Baha dengan tema “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” dan “Kenyamanan Akal dan Iman”



Beberapa video di atas menunjukkan jenis retorika yang digunakan Gus Baha adalah jenis monologika karena yang menjadi pemateri pada acara pengajian tersebut hanya Gus Baha saja. Jika di ilustrasikan bahwa pada video tersebut hanya menggunakan komunikasi satu arah.

b. Dialogika

Retorika dialogika adalah seni berbicara dengan satu dua arah atau yang berbicara lebih dari satu orang dalam suatu majelis. Janis retorika dialogika Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan” yang mana pada video tersebut terjadi dua arah komunikasi antara Gus Baha dengan jama’ah.

Gambar 17. Video ceramah Gus Baha dengan tema Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan



Pada video di atas Gus Baha sedang mendengarkan pertanyaan dari *mad'unya*. Pada saat itu *mad'u* bertanya kepada Gus Baha tentang apakah ngaji melalui *YouTube* mendapatkann pahala dan apakah sanadnya sampai atau nyambung. Berdasarkan video tersebut yang menggunakan komunikasi dua arah berarti Gus Baha saat ceramah menggunakan juga retorika jenis dialogika.

6. Retorika Dakwah Gus Baha

Retorika dakwah tentunya menjadi poin penting dan harus diperhatikan oleh seorang *da'i* agar dakwahnya bisa berjalan dengan efektif dan maksimal. Retorika dakwah juga salah satu ilmu yang harus dikuasai oleh seorang *da'i*, dengan demikian dakwah yang dilakukan bisa menghasilkan pesan yang persuasif. Pada konteks ini retorika dakwah Gus Baha yang akan di bahas terdiri dari gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak. Adapun beberapa gaya tersebut di antaranya sebagai berikut:

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa pada konteks ini terdiri dari gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa berdasarkan pemilihan nada, dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat. Adapun beberapa gaya bahasa tersebut di antaranya sebagai berikut:

1) Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata pada video ceramah Gus Baha menggunakan gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, dan gaya bahasa percakapan. Adapun gaya bahasa tersebut di antaranya sebagai berikut:

a) Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi adalah bahasa yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah berdasarkan EYD dan nada suaranya lebih cenderung datar. Gaya bahasa resmi yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari ucapan beliau pada video ceramah yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada menit ke 00.06 yang mengatakan bahwa,

“Ketika Gus Dur dilengserkan dari presiden yang paling saya kenang dan para ulama seluruh Indonesia, mungkin seluruh dunia mengenang adalah keberhasilan Gus Dur mengelola konflik itu tidak dengan pertumpahan darah.”

Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa, Gus Baha di saat ceramah menggunakan gaya bahasa resmi saat menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'unya*. Pada perkataan Gus Baha di atas menggunakan bahasa Indonesia yang sesuai dengan susunan EYD. Dengan demikian, Gus Baha menyampaikan gaya bahasa berdasarkan dengan kondisi *mad'u* saat itu.

b) Gaya bahasa tidak resmi

Gaya bahasa tidak resmi adalah bahasa yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah tidak berdasarkan EYD. Gaya bahasa tidak resmi yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari ucapan beliau pada video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 03.01 yang mengatakan bahwa,

“Masyarakat kita humanis, menghormati hak-hak orang lain, hak buruh juga tidak akan milih pemimpin yang jahat yang sadis yang macam-macam. Nah nilai bersama ini yang coba kita bangun. Wawu dawuh e pak Syukron bikin *saqofah Islamiyah*. Sehingga ini dimulai dari kita.”

Sedangkan bahasa tidak resmi lainnya yang digunakan Gus Baha dapat dilihat juga pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 04.56 yang mengatakan bahwa:

“Jadi supaya Islam ini gampang ya, saya pernah cerita ke kyai yang khusuk, kalau sholat lama sekali tak ceritani hadist, nabi itu gak pernah menegur orang yang sholat cepat yang ada itu sanad negur sholat lama, wes tak ceritani hadistnya Mu’ad tertawa-tawa dia. Gus kamu itu kok an masih punya dalil, saya punya sanad, ada gak sanad nabi negur orang yang baca surat pendek kan gak ada, yang ada itu yang baca surat panjang.”

Lebih lanjut bahasa tidak resmi lainnya yang digunakan Gus Baha dapat dilihat juga pada video ceramah yang berjudul “Betapa Mudahnya Masuk Surga” pada menit ke 03.20 yang mengatakan bahwa,

“Jadi kan tuhan kamu siapa, nabi kamu siapa, imam kamu siapa, ini kan sudah dibocorkan oleh para kyai. Artinya apa? nak ora iso jawab ke bablasan, terus guru ini berfikir, kalau ujian akhirot sekerusial itu saja bisa dibocorkan, kenapa ujian nasional endak boleh, tentu ini qiyas yang salah, saya gak mengajarkan seperti itu.”

Bahasa tidak resmi lainnya digunakan juga Gus Baha pada video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 03.12 yang mengatakan bahwa,

“Jadi rakyat iku mpun heroik khususe pun, demi cari mantu yang sholat di direwangi duwe mantu melarat, santri mergo sholat, seng ngelamar sugeh boten sholat. Nah, kalau rakyat sudah punya kosesus gitu mereka gak akan milih pemimpin yang terkenal tidak sholat apa pun baiknya sosialnya.”

Beberapa ungkapan tersebut memberikan penjelasan bahwa, Gus Baha saat sedang ceramah juga menggunakan bahasa tidak resmi. Pada perkataan Gus Baha di atas menggunakan bahasa Jawa. Bahasa Jawa yang digunakan Gus baha seperti, wawu dawuh e pak Syukron bikin saqofah Islamiyah, wes tak ceritani hadistnya Mu’ad tertawa-tawa dia, nak ora iso jawab ke bablasan, dan kalimat Jadi rakyat iku mpun heroik khususe pun, demi cari mantu yang sholat direwangi duwe mantu melarat, santri mergo sholat, seng ngelamar sugeh boten sholat.

Bahasa tersebut digunakan Gus Baha karena kebanyakan *mad'u* mayoritas orang Jawa dan Gus Baha juga termasuk orang Jawa. Dengan demikian, hal yang wajar jika Gus Baha menggunakan bahasa Jawa tersebut saat sedang ceramah. Alasan lain bisa saja Gus Baha menggunakan bahasa Jawa tersebut karena sudah kebiasaan ketika di pondok saat masih menjadi santri dan bisa juga karena lingkungan yang menggunakan bahasa Jawa.

c) Gaya bahasa percakapan

Gaya bahasa percakapan adalah gaya bahasa yang berupaya mengajak interaksi dengan *mad'u* selain itu, gaya bahasa ini juga lebih cenderung dengan *style* ucapan. Gaya bahasa percakapan Gus Baha bisa dilihat dari video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 00.01 yang mengatakan bahwa,

“Setiap mubah yang kita lakukan pasti di saat itu ada harom yang kita tinggalkan (ting galkan) makannya dulu banyak orang-orang yang sholeh yang semalaman tuh guyon tok, guyon sampai pagi, bukan karena ingin urakan nggak karena, mengalahkan setan malam tuh godaannya ingin, mungkin ingin ngintip siapa tuh masih kuat sekali, ingin nonton siapa tuh kuat sekali, terus setan dilawan dengan guyon.”

Ungkapan di atas memberikan pemahaman bahwa, pada perkataan Gus Baha dengan kata tinggalkan menunjukkan keinginan Gus Baha untuk berinteraksi kepada *mad'u* dengan harapan *mad'u* merespon juga kalimat tersebut. Kalimat ini menunjukkan bahwa Gus Baha menggunakan gaya bahasa percakapan di dalam ceramahnya demi menciptakan komunikasi yang persuasif.

Lebih lanjut gaya bahasa percakapan adalah gaya bahasa yang berupaya mengajak interaksi dengan *mad'u*. Gaya bahasa percakapan Gus Baha bisa dilihat dari ucapan beliau pada video ceramah yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad keilmuan” pada menit ke 00.03. Pada video tersebut terdapat seorang *mad'u* yang bertanya kepada Gus Baha dengan mengawali perkataannya dengan

salam, lalu Gus Baha bertanya kepada *mad'u* tersebut “rumahnya mana? ngapak yaa” di jawab *mad'u* “iya Gus Cilacap” lalu Gus Baha berucap, “pakai bahasa Cilacap aja kalau bahasa Indonesia gak saya jawab, pokoknya kalau pakai bahasa Indonesia gak usah dijawab ya, dan pakai bahasa kasarnya gak boleh pakai bahasa halusnya.”

Lalu singkat waktu *mad'u* bertanya, “kalau ngaji nang *YouTube*, apa entok pahala? apa sanadnya bisa nyambung?” Kemudian, Gus Baha menjawab pertanyaan *mad'u* tersebut dan mengatakan bahwa, pahalanya dapat dan sanadnya nyambung kecuali untuk mufti syaratnya harus ketemu gurunya dan lain-lain. Berdasarkan pertanyaan Gus Baha yang tujuannya untuk mengetahui asal dan bercandaanya kepada *mad'u* tersebut membuat komunikasi pada ceramah Gus Baha lebih persuasif karena adanya percakapan di dalamnya antara *da'i* dan *mad'u*.

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada pada video ceramah Gus Baha menggunakan gaya sederhana dan gaya menengah. Adapun gaya tersebut di antaranya sebagai berikut:

a) Gaya sederhana

Gaya bahasa sederhana adalah gaya bahasa yang lebih cenderung untuk memberikan intruksi dan ajakan karena bahasa yang digunakan lebih sopan dan santun. Gaya sederhana Gus Baha bisa dilihat dari perkataan beliau pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 09.41 yang mengatakan bahwa,

“Artinya saya ingin lah keseharian kita yang awam yang apa itu harus cari bekapan hadist. Supaya semua keseharian kita itu ada apa, sanad. Minsyalnya sampean kalau malem itu gak bisa tidur, tahajjud endak, wistir endak, ya muthola’ah endak, tapi lihatlah itu sebagai tarkul ma’asih, apa tarkul ma’asih saja alhamdulillah, malem ini saya endak zina, endak maling, endak dugem, coba kalau kamu malem-malem di kamar itu namanya apa? Endak tahajjud edak wistir kan tapi kamu syukur karena itu tarkul zina, tarkul sariqoh, tarkul kadza wakadza.”

Ungkapan di atas memberikan penjelasan bahwa, Gus di dalam memberikan pesan tersebut dikemas agar dapat memberikan ajakan kepada *mad'u* untuk bisa memanfaatkan waktu dan keadaan awam ini bisa melaksanakan segala sesuatu berdasarkan hadistnya atau memiliki sanad dan anjuran yang berdasarkan ajaran Islam. Selain itu, Gus Baha juga mengajak kepada *mad'u* untuk bisa bersyukur kepada sang kholik meskipun tidak melakukan ibadah di waktu malam setidaknya kita tidak melakukan dosa, zina, maling dan mabuk-mabukan.

Ungkapan Gus Baha di atas tidak memaksa *mad'unya* untuk melakukan sholat tahajjud atau pun sholat hajad akan tetapi secara sopan santun Gus Baha mengajak *mad'u* untuk bersyukur meskipun tidak melakukan sholat tersebut. Ini salah satu cara Gus Baha di dalam memberikan intruksi atau ajakan kepada *mad'u* dengan cara lemah lembut dan sopan santun, serta tidak memaksa *mad'u*, karena seakan-akan kata yang diucapkan Gus Baha tersebut tidak memberikan perintah. Berdasarkan perkataan Gus Baha tersebut berarti Gus Baha telah menggunakan gaya bahasa sederhana.

b) Gaya menengah

Gaya bahasa menengah adalah gaya bahasa yang lebih cenderung untuk membangkitkan suasana bahagia dan tenang serta kesenangan yang di dalamnya terdapat humor yang sesuai kadarnya. Gaya bahasa menengah Gus Baha bisa dilihat dari video ceramah yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad keilmuan” pada menit ke 00.03.

Pada video tersebut terdapat seorang *mad'u* yang bertanya kepada Gus Baha dengan mengawali perkataannya dengan salam, lalu Gus Baha bertanya kepada *mad'u* tersebut “rumahnya mana? ngapak yaa?” di jawab *mad'u* “iya Gus Cilacap” lalu Gus Baha mengatakan, “Pakai bahasa Cilacap aja kalau bahasa Indonesia gak saya jawab, pokoknya

kalau pakai bahasa Indonesia gak usah di jawab ya, dan pakai bahasa kasarnya gak boleh pakai bahasa halusny.”

Lalu singkat waktu *mad'u* bertanya, “kalau ngaji nang *YouTube*, apa entok pahala? apa sanadnya bisa nyambung?” Kemudian, Gus Baha menjawab pertanyaan *mad'u* tersebut dan mengatakan bahwa, pahalanya dapat dan sanadnya nyambung kecuali untuk mufti syaratnya harus ketemu gurunya dan lain-lain. Berdasarkan komunikasi yang dilakukan antara Gus Baha dengan *mad'u* dapat membangkitkan suasana bahagia, tentram, senang, dan humor yang sesuai dengan semestinya.

3) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat pada video ceramah Gus Baha menggunakan gaya bahasa paralelisme, antithesis, dan repetisi. Adapun gaya bahasa tersebut di antaranya sebagai berikut:

a) *Paralelisme*

Gaya bahasa *paralelisme* adalah gaya bahasa yang mencari keserasian dan keseimbangan dan memiliki fungsi yang sama. Gaya bahasa *paralelisme* yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 02.38 yang mengatakan bahwa,

“Banyak orang yang mempunyai anak cantik dilamar orang kaya gak mau hanya karena orang kaya raya ini gak sholat. Padahal kalau nikah sama orang kaya ekonominya sudah selesai, padahal miskin sekali. Jadi rakyat iku mpun heroik khusus pun, demi cari mantu yang sholat ti direwangi duwe mantu melarat, santri mergo sholat, seng ngelamar sugeh boten sholat. Nah, kalau rakyat sudah punya kosesus gitu mereka gak akan milih pemimpin yang terkenal tidak sholat apa pun baiknya sosialnya. Sehingga tolak ukur kebenaran ini menjadi tolak ukur politik juga. Kan gak mungkin masyarakat yang sholat terus ngambil pemimpin yang tidak sholat.”

Ungkapan Gus Baha tersebut memberikan penjelasan bahwa, Gus Baha di dalam memberikan materi tentang memilih pemimpin yang baik dan sesuai dengan anjuran Islam menggunakan istilah perjodohan gadis cantik. Selain itu, Gus Baha memberikan pesan kepada masyarakat untuk

bisa memiliki ahklak mulia dan berakhlakul karimah berdasarkan ajaran Islam.

b) *Antitesis*

Gaya bahasa *antitesis* adalah gaya bahasa yang menggunakan perlawanan kata atau perbandingan. Gaya bahasa *antitesis* yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari video ceramah yang berjudul “Kenyamnan Akal dan Iman” pada menit ke 18.24 yang mengatakan bahwa,

“Ada pemuda itu hiper seks gak bisa Islam, karena kalau Islam melarang zina akhirnya geger, istazana fizina saya mau masuk Islam tapi boleh zina, gegerkan sohabat menghalang supaya gak sowan ke nabi, jadi ketika geger nabi tau, jadi ada apa? ada pemuda mau masuk Islam tapi tazinu fizina, dia boleh zina. Kata nabi suruh sini, betul kamu pemuda yang mau Islam kalau tetep boleh zina? Ya ya rosulollah saya ni hiper seks, saya ini. Kata nabi, nabi ngedikan pertama itu atuhibbu liummi, kamu suka anak ibu kamu jadi demenan orang, ya gak suka ya rosulullah, atuhibbulibinti, kamu suka punya anak putri jadi demenan orang? Ya gak suka nabi, atuhibbu likholatik, atuhibbu li hulli ‘ammatik, terus iya selalu jawab walamnas latuhibbuna, semua orang gak suka kalau ibunya begini, putrinya begini gin. Terus kata pemuda tadi demi Allah saya belum keluar dari majlis rosulullah gak ada suatu pun yang abghoda syai’in ilayabla zina, gak ada sesuatu yang paling saya benci kaya zina.”

Perkataan Gus Baha di atas dapat menjelaskan bahwa, terdapat seorang pemuda yang hiper seks kemudian nabi Muhammad bertanya kepada pemuda tersebut bagaimana ketika putrinya juga disukai atau diperlakukan dan menjadi korban seperti apa yang dilakukan oleh pemuda tersebut. Perkataan Gus Baha dalam video ceramahnya tersebut menggunakan gaya bahasa *antitesis* karena gaya bahasa yang di gunakan oleh Gus Baha adalah perlawanan kata atau perbandingan meskipun pada konteks yang digunakan oleh nabi lebih dari makna suatu pengertian terhadap peristiwa yang terjadi pada pemuda tersebut.

c) *Repetisi*

Gaya bahasa *repetisi* adalah gaya bahasa yang melakukan pengulangan suatu kata atau bunyi. Gaya bahasa repetisi yang digunakan

Gus Baha bisa dilihat dari video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan hati” pada menit ke 07.42 yang mengatakan bahwa:

“Makanya saya ini jenis kyai yang jarang istigfar bukan karena sombong, saya ulang lagi bukan karena saya sombong. Saya itu pengagum Sofyan As-Sauri itu di antaranya jarang berdo’a pak ustadz. Ketika ditanya kenapa kamu jarang berdo’a. Selagi saya ngajar kata beliau ini, selagi saya ngajar itu masuk hadist ‘*alahulafa’i rohmatullah waman khulafa’uka ya rosulullah al ladzina yuhyuna amatahunnas min sunnati*, jadi kalua saya baca bukhori otomatis saya dapet do’anya nabi.”

Ungkapan di atas dapat memberikan penjelasan bahwa, Gus Baha di dalam ceramah menggunakan kalimat atau kata pengulangan. Gus Baha mengucapkan “saya ini jenis kyai yang jarang istigfar bukan karena sombong, saya ulang lagi bukan karena saya sombong” dan mengucapkan kalimat “selagi saya ngajar kata beliau ini, selagi saya ngajar.” Kalimat tersebut termasuk dalam katagori struktur kalimat dengan jenis *repetisi*.

b. Gaya Suara

Gaya suara pada video ceramah Gus Baha menggunakan gaya suara dalam katagori *pitch*, *loudness*, *rate* dan *rhytem*, dan *pause*. Adapun gaya suara tersebut di antaranya sebagai berikut:

1) *Pitch*

Pitch adalah tinggi dan rendahnya suara seorang *da’i* saat sedang ceramah di depan *mad’u*. *Pitch* yang digunakan Gus Baha berdasarkan pengamatan peneliti dari beberapa video melalui channel *YouTube* NU Online adalah gaya suara dengan *pitch* sedang dengan istilah gaya suara yang tidak rendah dan tidak terlalu tinggi. Dapat dilihat *pitch* yang digunakan Gus Baha pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 00.01 yang mengatakan bahwa,

“Setiap mubah yang kita lakukan pasti di saat itu ada harom yang kita tinggalkan (ting galkan) makannya dulu banyak orang-orang yang sholeh yang semalaman tuh guyon tok, guyon sampai pagi, bukan karena ingin

urakan nggak karena, mengalahkan setan malam tuh godaannya ingin, mungkin ingin ngintip siapa tuh masih kuat sekali, ingin nonton siapa tuh kuat sekali, terus setan dilawan dengan guyon.”

Gaya suara pada kalimat di atas yang diucapkan oleh Gus Baha saat sedang ceramah terbukti menggunakan gaya suara santai dan dalam suasana damai, nyaman serta tentram.

2) *Loudnes*

Loudnes adalah nada suara yang dikeluarkan seorang *da'i* berdasarkan dengan keras atau tidaknya. *Loudnes* yang digunakan Gus Baha dapat dilihat juga pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 04.56 yang mengatakan bahwa,

“Jadi supaya Islam ini gampang ya, saya pernah cerita ke kyai yang khusuk, kalau sholat lama sekali tak ceritani hadist, nabi itu gak pernah menegur orang yang sholat cepat yang ada itu sanad negur sholat lama, wes tak ceritani hadistnya Mu’ad tertawa-tawa dia. Gus kamu itu kok an masih punya dalil, saya punya sanad, ada gak sanad nabi negur orang yang baca surat pendek kan gak ada, yang ada itu yang baca surat panjang.”

Gaya suara pada kalimat di atas yang diucapkan oleh Gus Baha saat sedang ceramah terbukti menggunakan gaya suara sedang. Selain itu, saat mengucapkan kalimat tersebut dalam suasana damai, dan tentram. Dengan demikian gaya suara berdasarkan *loudnes* Gus Baha menggunakan suara sedang dan tidak terlalu keras dan pelan.

3) *Rate*

Rate adalah cepat atau lambatnya suara yang dikeluarkan seorang *da'i* saat sedang ceramah di hadapan *mad'u*. *Rate* yang digunakan Gus Baha menggunakan *rate* cepat dengan istilah tidak lambat tapi cenderung lebih cepat di dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*. *Rate* tersebut dapat dilihat dari perkataan Gus Baha pada beberapa video ceramah yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online.

Salah satu contoh dapat dilihat pada video yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit 19.49 yang mengatakan bahwa, “Karena saya

ingat betul di antara wasiatnya Mbah Hamid itu masih sepupunya mbah saya itu ke bapak saya itu aku iku sholeh-sholehku dewe tak nggo gawe ridhone pangeran.” Pada kalimat yang diucapkan Gus Baha tersebut menggunakan *rate* cepat karena dari waktu ke 19.49 sampai ke 19.56 Gus Baha mampu menyampaikan 29 karakter kata. Pada video ceramah yang sama dan judul “Ingat Mati Itu Tidak Selalu Baik” pada menit ke 48. 06 yang mengatakan bahwa,

“Kata imam Ghozali kalau orang itu bisa jaga tidak riya maka sebaiknya dipertontonkan karena kebaikan harus yang muncul, bukan yang tidak baik yang muncul, makanya ketika UNISULA memaklumkan diri sebagai, ingin menjadi generasi *khoirol umah*, itu kalau diterjemahkan itu kan, wohh, *khoiroh umah* umat terbaik itu kan kaya agak angkuh itu, tapi gak apa-apa itu gak apa-apa, masak kita kampanye UNISULA siap digeradasi moral yok kan lucu kan, masa jualan ya gitu, yak kan lucu.”

Pada kalimat yang diucapkan Gus Baha tersebut menggunakan *rate* cepat karena dari waktu ke 48. 06 sampai ke 48. 35 Gus Baha mampu menyampaikan lebih dari 70 karakter kata.

4) *Pause*

Pause adalah menghentikan suatu bunyi, yang mana di dalam berhenti ada suatu bunyi yang dikeluarkan oleh *da'i*. Bunyi tersebut biasanya menggunakan kata “eh”, “anu”, dan “apa namanya.” *Pause* yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari perkataan beliau pada video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 05.57 yang mengatakan bahwa,

“Mbah Hasyim kecil pernah ngaji sama Mbah Sholeh Darat, dan tentu biasa itu di dalam ilmu sanad, guru-guru saya induknya di Mbah Hasyim, Mbah Hasyim juga pernah ngaji di beberapa ulama di Pantura dan saya pastikan di antara perilaku atau manhat Mbah Hasyim adalah ini saya baca guru-guru beliau, kemudian ada perilaku yang persis ditiru Gus Dur. Jadi itu bukan sekedar apa, eh eh eh bukan sekedar mitos atau kebetulan, beliau punya pilihan yang dipilih sampai akhir hayatnya.”

Sedangkan *pause* lainnya yang digunakan Gus Baha dapat dilihat juga pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati”

pada menit ke 05.13 yang mengatakan bahwa, “Artinya saya ingin lah kesehariann kita yang awam yang apa itu harus cari bekapan hadist. Supaya semua keseharian kita itu ada apa, sanad.”

Beberapa ungkapan Gus Baha di atas dari segi *pause* menggunakan kata apa dan ehh. Kata tersebut memang tidak begitu penting bagi *mad'u* karena tidak memiliki nilai dakwah atau pesan positif akan tetapi kata tersebut sangat sering keluar dari perkataan seorang *da'i* tanpa ia sadari. Meskipun kata tersebut tidak begitu penting bagi *mad'u* tapi kata tersebut dapat membantu *da'i* untuk berfikir sejenak atau menyusun kata yang akan keluar setelahnya.

c. Gaya Gerak

Gaya gerak pada konteks ini terdiri dari sikap badan, penampilan dan pakaian, ekspresi wajah dan Gerakan tangan, dan pandangan mata. Adapun beberapa gaya gerak tersebut di antaranya sebagai berikut:

1) Sikap Badan

Sikap badan adalah gerak tubuh yang lebih cenderung dari gerakan duduk, berdiri, dan berjalannya seorang *da'i* saat sedang ceramah. Gerakan ini sangat mempengaruhi respon *mad'u* dan keefektifan di dalam berdakwah. Sikap badan yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari beberapa video ceramah Gus Baha, di antaranya sebagai berikut:

Gambar 18. video ceramah Gus Baha



Berdasarkan video di atas Gus Baha saat sedang ceramah menggunakan sikap badan dengan posisi duduk, sebanyak enam video yang peneliti ambil semua posisinya yang Gus Baha gunakan adalah duduk. Dengan demikian sikap badan Gus Baha saat ceramah adalah dengan posisi duduk di atas kursi atau lesehan di atas panggung.

2) Penampilan dan Pakaian

Penampilan adalah *style* atau gaya yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah. Sedangkan pakaian adalah busana yang digunakan *da'i* saat sedang ceramah di depan *mad'u*. Penampilan dan pakaian yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari beberapa video ceramahnya yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online.

Gambar. 19 penampilan dan pakaian Gus Baha



Beberapa penampilan gambar pada video tersebut Gus Baha selalu menggunakan baju putih, sarungan, dan berpeci hitam. Gus Baha menggunakan pakaian sesuai dengan posisinya sebagai *da'i*. Pakaian yang digunakan Gus Baha saat ceramah mencerminkan simbol atau ciri khas orang-orang muslim khususnya *style* budaya berpakaian muslim Jawa. Selain itu, Gus Baha berpenampilan sesuai dengan posisinya sebagai mubalig dan lebih cenderung dengan *style* santri-santri pondok salaf.

3) Ekspresi Wajah dan Gerak Tangan

a) Ekspresi wajah

Ekspresi wajah adalah suatu penampilan yang diaplikasikan melalui wajah karena adanya kondisi tertentu yang mana hal tersebut berdasarkan pesan dakwah yang disampaikan. Ekspresi wajah yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari beberapa video ceramahnya yang

bertema “Kenyamanan Akal dan Iman” dan “Betapa Mudahnya Masuk Surga.”

Gambar 20. video ceramah Gus Baha dengan tema “Kenyamanan Akal dan Iman” dan “Betapa Mudahnya Masuk Surga.”



Berdasarkan video di atas ekspresi wajah Gus Baha pada video yang bertema “Kenyamanan Akal dan Iman” memberikan ekspresi wajah yang seakan-akan menunggu atau melihat bagaimana respon dari *mad'u* atau memastikan pesan dakwah yang Gus Baha sampaikan didengarkan oleh *mad'u* setelah Gus Baha memberikan pesan kepadanya.

Sedangkan pada video yang bertema “Betapa Mudahnya Masuk Surga” Gus Baha menunjukkan ekspresi wajah Bahagia, ceria, dan tertawa karena pada saat ini Gus Baha memberikan pesan *da'i* dengan humor. Selain itu, juga situasi saat itu Gus Baha dan penonton sedang tertawa. Dengan demikian Gus Baha memberikan ekspresi wajah berdasarkan dengan suasana dan situasi saat sedang ceramah di depan *mad'u*.

b) Gerak tangan

Gerakan tangan adalah suatu gerak yang dilakukan oleh *da'i* dengan menggunakan tangan demi menunjang atau mendukung keefektifan pesan yang disampaikan kepada *mad'u*. Gerakan tangan yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari beberapa video ceramahnya yang bertema “Kenyamanan Akal dan Iman,” “Betapa Mudahnya Masuk Surga,” “Fiqih Gus Baha Dikagumi Gus Baha,” dan “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati.”

Gambar 21. video ceramah Gus Baha



Beberapa video Gus Baha di atas menampilkan gerak tangan yang digunakan oleh Gus Baha sebagai penunjang atau pendukung ucapan atau kata yang Gus Baha sampaikan. Pada video yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman,” dan “Betapa Mudahnya Masuk Surga,” Gus Baha meletakkan tanganya di dadanya yang mana, pada saat itu Gus Baha mengucapkan kata saya.

Selain itu, pada video yang berjudul “Fiqih Gus Baha Dikagumi Gus Baha,” Gus Baha menggunakan jari telunjuk tangan kanannya sebagai pendukung dari kata yang Gus Baha ucapkan. Pada saat itu Gus Baha mengatakan kata Allah SWT. Kemudian pada video yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati.” Gus Baha menggunakan tangan kanannya untuk menunjukkan sesuatu, dan pada saat itu Gus Baha mengucapkan kata itu. Berdasarkan beberapa penjelasan di atas menunjukkan bahwa Gus Baha menggunakan Gerakan tangan sesuai dengan kaidahnya.

4) Pandangan Mata

Pandangan mata yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” dan “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati.”

Gambar 22. video ceramah Gus Baha berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” dan “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati.”



Beberapa video di atas memberikan penjelasan bahwa, pada ceramah Gus Baha menggunakan tatapan atau pandangan mata sebagai bentuk penghormatan kepada *mad'u*. Gus Baha juga menatap penonton ketika sedang menjelaskan pesan dakwah yang sedang disampaikan kepada mereka. Dengan demikian, penonton merasa diperhatikan dan dihormati oleh Gus Baha.

BAB IV ANALISIS DATA

A. Komunikasi Persuasif Gus Baha

1. Model Komunikasi Persuasif

Model komunikasi persuasif yang digunakan Gus Baha pada video ceramah melalui channel *YouTube* NU Online biasanya menggunakan model *source message channel* dan *receiver* (SMCR) dan *Heuristi Systematic Model*.

a) Model *source message channel* dan *receiver* (SMCR)

Komunikasi persuasif model SMCR yang digunakan Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online menunjukkan bahwa Gus Baha telah memenuhi syarat dalam katagori model komunikasi SMCR. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa, Gus Baha berada pada bagian *source* dengan nama terkenalnya sebagai mubalig atau *da'i*, sedangkan isi ceramah sebagai pesan dakwah atau *message*, kemudian channel *YouTube* NU Online sebagai sarana atau media yang disebut dengan *channel*, dan audiens sebagai komunikan atau *receiver*.

Model komunikasi yang digunakan Gus Baha berarti sesuai dengan kaidah model SMCR. Kemudian ketika dilihat berdasarkan teori yang digunakan komunikasi persuasif model SMCR memiliki definisi sebagai model komunikasi yang terdiri dari sumber, pesan, saluran dan penerima. Sumber merupakan orang yang memberikan pesan, pesan merupakan isi yang disampaikan oleh sumber, saluran merupakan media yang menjadi pelantara suatu pesan, dan penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.²⁷⁸ Hal tersebut sependapat dengan Mulyana, bahkan mulyana juga menambahkan Model SMCR sering digunakan saat berkomunikasi menggunakan telepon, media online, tv, radio dan *YouTube*.²⁷⁹

²⁷⁸ Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 128.

²⁷⁹ Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, 148.

Lebih lanjut, teori lain juga mengatakan bahwa, terkait model SMCR merupakan suatu model yang menghimpun sumber, pesan, saluran, dan penerima.²⁸⁰ Agar lebih kuat peneliti menambahkan teori lain lagi yang mengatakan bahwa, model komunikasi SMCR meliputi, *source* (komunikator), *message* (pesan), *channel* (media), dan *receiver* (komunikasikan).²⁸¹ Teori ini menjadi salah satu penguat pada teori sebelumnya sebagaimana di atas.

Berdasarkan dengan beberapa kaidah SMCR, teori yang digunakan dan hasil pengamatan yang peneliti temukan menunjukkan bahwa, di antara beberapa unsur tersebut telah memiliki kesamaan atau di antara hal tersebut sudah sesuai, dengan demikian teori yang digunakan sudah sesuai dengan pembahasan. Hal demikian terbukti dari uraian peneliti yang telah di jelaskan pada paragraf sebelumnya.

b) *Heuristi systematic* model

Komunikasi persuasif *heuristi systematic* model sering digunakan oleh Gus Baha, sebagai mana diketahui pada video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 09.00 yang mengatakan bahwa,

“Imam Amudi ketika ditanya kenapa kamu bisa yakin kalau Allah itu ada, ya jawabnya gampang hadzihil makhlukot maujuda, ini mahluk ini maujud semua, bagaimana maujudat kholqohal adam, bagaimana suatu yang maujudat kemudian penciptanya adalah yulizem, sesuatu yang tidak ada. Jika juber bin hut ini pemikir Arab top, ketika nabi membaca surat tur di antaranya ada ayat am khuliku min ghoiri sya’in dia langsung Islam, masak hadzihil maujudat kholaqohal adam, masak yang maujud diciptakan yang tidak maujud itu gak masuk akal.”

Ungkapan tersebut dapat dijelaskan bahwa, Gus Baha di dalam ceramah memberikan suatu paradigma tentang adanya tuhan berdasarkan dengan kualitas argumen dengan didukung dalil aqli dan naqli. Selain itu, dengan kemampuannya yang memang ahli dibidang tersebut membuat *mad’u* percaya

²⁸⁰ Misnawaty Usman, “Pengembangan Model Pembelajaran Kosakata Bahasa Jerman (Wortschatz) Berdasarkan Model Komunikasi SMCR-Berlo Di SMA Negeri Di Kota Makassar,” *Eralingua: Jurnal Pendidikan Bahasa Asing dan Sastra* 2, no. 1 (2018): 17.

²⁸¹ Syukur Saud, Misnawaty Usman, dan Nurning Saleh, “Efektivitas Model Komunikasi Smer Berlo Dalam Pengajaran Wortschatz,” *Jurnal Penelitian Pendidikan INSANI* 14, no. 1 (2013): 47.

dengan pengetahuan tersebut, ditambah lagi dari sikap Gus Baha yang memiliki sopan santun, dan *attitude* saat sedang berdakwah.

Komunikasi persuasif *heuristi systematic* model yang digunakan Gus Baha berarti sesuai dengan kaidahnya, dengan demikian model komunikasi Gus Baha pada saat ceramah melalui channel *YouTube* NU Online berarti menggunakan *heuristi systematic* model. Kemudian ketika dilihat berdasarkan definisi teori, model komunikasi *heuristi systematic* ini memusatkan pesan atau kajian dakwah berdasarkan dengan keahlian, kualitas argumen, dan sikap seorang *da'i*.²⁸² Lebih lanjut ketika dilihat dari pendapat lain teori ini memiliki pengertian bahwa, *heuristi systematic* model adalah proses berfikir secara heuristik, ahli di dalam bidangnya, dan memberikan sikap dasar manusia yang membuatnya lebih mudah untuk dipengaruhi dan dibujuk.²⁸³

Menurut pendapat lain mengatakan bahwa teori ini menggunakan model dengan dua proses atau ganda yaitu *heuristi* yang menghimpun komponens sumber pesan, template, durasi pesan, dan tema dari suatu pesan. Sedangkan *systematic* merupakan suatu kendali yang berupaya untuk mencari konten dari suatu pesan sehingga lebih akurat.²⁸⁴ Kaidah dari model ini terdiri dari kualitas argumen atau pemikiran dan keahlian dalam bidangnya. Meskipun demikian, teori ini masih sependapat dengan teori sebelumnya. Lalu Bordens dan Horowitz berpendapat bahwa model *heuristi systematic* ini hampir mirip dengan *elaboration likelihood* model namun, pada *heuristi systematic* lebih fokus dengan pesan *inferensial* untuk dikupas lebih serius dan mendalam berdasarkan argumen yang dimiliki.²⁸⁵ Khalifa mengatakan bahwa, teori ini lebih fokus dengan argumen, dan keahlian seorang pembicara.²⁸⁶

²⁸² Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 140.

²⁸³ Fatma Laili Khoirun Nida, "Peruasi Dalam Media Komunikasi Massa," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabsyir* 2, no. 2 (2014): 91.

²⁸⁴ Xin (Robert) Luo dkk., "Investigating phishing victimization with the Heuristics-Systematic Model: A theoretical framework and an exploration," *Computers & Security* 38 (2013): 29.

²⁸⁵ Kenneth S. Bordens dan Irwin A. Horowitz, *Social Psychology* (New York: psychology press, 2012), 215.

²⁸⁶ Hussein Khalifa Hassan Khalifa, "A Conceptual Review on Heuristic Systematic Model in Mass Communication Studies," *International Journal of Media and Mass Communication* 4, no. 2 (2022): 164.

Pada beberapa teori tersebut terdapat tiga kaidah penting yaitu argumen, keahlian, dan sikap. Berdasarkan dengan ceramah Gus Baha pada video yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 09.00 di atas ternyata telah menghimpun tiga kaidah teori di atas. Dengan demikian, berdasarkan beberapa hal tersebut komunikasi persuasif *heuristi systematic* model telah selaras dengan kaidah, teori dan hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti.

2. Prinsip Komunikasi Persuasif

Prinsip komunikasi persuasif yang digunakan Gus Baha pada video ceramah melalui channel *YouTube* NU Online adalah prinsip timbal balik, pertemanan, harapan, dan prinsip asosiasi.

a) Prinsip timbal balik

Prinsip timbal balik memiliki definisi sebagai interaksi. Suatu komunikasi dikatakan sukses jika di antara *da'i* dan *mad'u* memiliki aksi dan reaksi. Aksi dan reaksi akan terjadi ketika di dalam komunikasi terdapat respon dari seorang *mad'u* secara stimuli atau sebaliknya.²⁸⁷ Dengan prinsip ini seorang *mad'u* akan mau mengikuti dan memenuhi pesan dakwah yang telah disampaikan oleh *da'i* ketika seorang *da'i* mampu memberikan senyuman dan sambutan sebagai penghormatan kepadanya.²⁸⁸

Pendapat lain mengatakan bahwa, prinsip timbal balik merupakan suatu sikap positif yang diberikan kepada *mad'u*, kemudian sikap tersebut akan kembali kepada seorang *da'i*.²⁸⁹ Teori ini memiliki indikator interaksi atau respon yang menjadi tolak ukur atau kaidahnya. Prinsip komunikasi persuasif timbal balik salah satu prinsip yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah atau berdakwah di depan *mad'u*.

Sebagai mana diketahui pada video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online yang berjudul “Betapa Mudahnya Masuk

²⁸⁷ Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 141.

²⁸⁸ Gisela Hennita, Meisy Efna Prisyilia, dan Violita Saffira, “Analisis Komunikasi Persuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image,” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 231.

²⁸⁹ Daeng Sani Ferdiansyah dkk., *Human Relations* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), 35.

Surga” pada menit ke 03.00 di atas memiliki maksud bahwa, Gus Baha saat sedang ceramah menggunakan prinsip timbal balik. Hal tersebut terlihat dari ungkapan Gus Baha pada video ceramahnya. Gus Baha memberikan respon kepada penonton secara langsung berupa tertawa, dan bentuk pukulan kyai terhadap Gus Baha yang menggunakan kopia.

Berdasarkan dari hasil pengamatan peneliti pada video di atas ditemukan interaksi antara Gus Baha dan *mad'u*, sehingga berdasarkan teori, kaidah dan pengamatan peneliti dapat disimpulkan bahwa, komunikasi persuasif dengan prinsip timbal balik sudah sesuai dengan teori, kaidah dan hasil pengamatan.

b) Prinsip pertemanan

Prinsip komunikasi persuasif pertemanan merupakan salah satu prinsip yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah atau berdakwah di depan *mad'u*. Sebagai mana diketahui pada video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada menit ke 00.01. Gus Baha pada video ceramah tersebut membicarakan tentang Gus Dur, yang mana Gus Dur merupakan pendiri Pondok Pesantren Tebuireng. Kemudian *mad'u* Gus Baha saat itu adalah para santri dari Tebuireng atau santri Gus Dur. Dengan demikian, pesan dakwah yang disampaikan Gus Baha sesuai dengan kondisinya dan situasi *mad'u* saat itu.

Lebih lanjut ketika dilihat dari teori prinsip pertemanan, memiliki definisi pertemanan dan lebih fokus pada kesamaan atau *similarity*. kesamaan tersebut baik dari ideologi, hobi, kepercayaan, paradigma, falsafah, latar belakang, dan sikap.²⁹⁰ Indikator dari teori ini adalah kesamaan atau *similarity* yang menjadi kaidah penting. Kemudian, berdasarkan dengan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada video di atas menunjukkan bahwa, prinsip pertemanan yang digunakan Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator kaidah yang digunakan.

²⁹⁰ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 271.

c) Prinsip harapan

Prinsip komunikasi persuasif harapan merupakan salah satu prinsip yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah atau berdakwah di depan *mad'u*. Sebagai mana diketahui pada video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 09.41 yang mengatakan bahwa,

“Artinya saya ingin lah keseharian kita yang awam yang apa itu harus cari bekapan hadist. Supaya semua keseharian kita itu ada apa, sanad. Minsyalnya sampean kalau malem itu gak bisa tidur, tahajjud endak, witr endak, ya muthola’ah endak, tapi lihatlah itu sebagai *tarkul ma’asih*, apa *tarkul ma’asih* saja *alhamdulillah*, malem ini saya endak zina, endak maling, endak dugem, coba kalau kamu malem-malem di kamar itu namanya apa? Endak tahajjud edak witr kan tapi kamu syukur karena itu *tarkul zina*, *tarkul sariqoh*, *tarkul kadza wakadza*.

Berdasarkan kalimat tersebut menunjukkan bahwa, Gus Baha memberikan motivasi dan paradigma terkait suatu pengetahuan kepada *mad'u* agar mereka bisa menggunakan paradigma tersebut di saat berada pada kondisi yang sama. Selain itu, pada pesan dakwah Gus Baha tersebut memiliki nilai motivasi kepada *mad'u* tentang rujukan hadist di dalam kehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut ketika dilihat dari teori prinsip harapan, memiliki definisi sebagai salah satu cara agar dapat mempengaruhi *mad'u* dengan cara memberikan paradigma tentang sesuatu yang dapat membangun emosional atau motivasi *mad'u* untuk semakin semangat di dalam beribadah atau menjalankan arahan dari seorang *da'i*.²⁹¹ indikator atau kaidah dari teori ini adalah paradigma yang membangun motivasi. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha di atas menunjukkan bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator komunikasi persuasif dengan katagori prinsip harapan.

²⁹¹ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 273.

d) Prinsip asosiasi

Prinsip komunikasi persuasif asosiasi merupakan salah satu prinsip yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah atau berdakwah di depan *mad'u*. Sebagai mana diketahui pada video ceramah Gus Baha yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan” pada menit ke 00.03. Pada video tersebut terdapat seorang *mad'u* yang bertanya kepada Gus Baha dengan mengawali perkataannya dengan salam, lalu Gus Baha bertanya kepada *mad'u* tersebut “rumahnya mana? ngapak yaa” di jawab *mad'u* “iya Gus Cilacap” lalu Gus Baha berucap, “pakai bahasa Cilacap aja kalau bahasa Indonesia gak saya jawab, pokoknya kalau pakai bahasa Indonesia gak usah di jawab ya, dan pakai bahasa kasarnya gak boleh pakai bahasa halusnya.”

Lalu singkat waktu *mad'u* bertanya, “kalau ngaji nang *YouTube*, apa entok pahala? apa sanadnya bisa nyambung?” Kemudian, Gus Baha menjawab pertanyaan *mad'u* tersebut dan mengatakan bahwa, pahalanya dapat dan sanadnya nyambung kecuali untuk mufti syaratnya harus ketemu gurunya dan lain-lain. Berdasarkan pertanyaan *mad'u* yang bertanya tentang ngaji lewat *YouTube* apakah mendapat pahala tersebut termasuk dalam katagori prinsip asosiasi karena Gus Baha memberikan argumen yang membuat *mad'u* percaya ditambah lagi Gus Baha sebagai idola dari *mad'u* atau penonton tersebut.

Lebih lanjut ketika dilihat dari teori prinsip asosiasi, memiliki definisi rujukan seorang *mad'u* terhadap *da'i* yang diidolakan. Oleh karenanya referensi di dalam suatu keputusan tentunya berdasarkan paradigma dari *mad'u*, sehingga hal ini membuatnya mudah untuk menerima pesan dari seorang *da'i* dan membuatnya cenderung terhipnotis dengan pesan persuasi yang disampaikan oleh seorang *da'i*.²⁹² Indikator dari teori ini adalah penggambar atau pencintanya. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha di atas menunjukkan bahwa, pesan dakwah Gus Baha

²⁹² Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 272.

sudah sesuai dengan teori dan indikator komunikasi persuasif dengan katagori prinsip asosiasi.

3. Teknik Komunikasi Persuasif

Teknik komunikasi persuasif yang digunakan Gus Baha pada video ceramah melalui cahnnel *YouTube* NU Online adalah teknik *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, *red herring*, dan teknik tataan.

a) Teknik *appeals to humor*

Teknik komunikasi persuasif *appeals to humor* merupakan salah satu teknik komunikasi yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah atau berdakwah di depan *mad'u*. Sebagai mana diketahui pada video ceramah Gus Baha yang berjudul “Betapa Mudahnya Masuk Surga” pada menit ke 03.10 Gus Baha menceritakan tentang seorang guru yang bertanya terkait boleh atau tidaknya membuka segel jawaban soal ujian sekolah, yang mana pada kondisi itu Gus Baha mengemas pesan dakwahnya menjadi lebih menarik dan humoris sehingga dapat membuat para *mad'u* tertawa dan respek dengan dakwahnya.

Lebih lanjut ketika dilihat dari teori teknik *appeals to humor*, yang memiliki definisi bahwa seorang *da'i* bercerita tentang peristiwa yang di dalamnya terdapat nilai humor yang mampu memikat perhatian *mad'u* meskipun sangat minim untuk memberikan pemahaman tentang materi dakwah yang disampaikan, namun teknik ini membantu *da'i* untuk bisa beradaptasi dengan *mad'u* dan sebaliknya.²⁹³ Pendapat lain mengatakan bahwa teori ini biasanya menggunakan cerita yang di dalamnya terdapat nilai humor.²⁹⁴ Menurut Nida teori ini melukiskan kepada *mad'u* tentang sesuatu yang menggembirakan, sehingga menghadirkan humor di dalamnya.²⁹⁵

Berdasarkan beberapa teori di atas, indikator atau kaidah dari teori ini adalah nilai humor. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha di atas menunjukkan bahwa,

²⁹³ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 273–74.

²⁹⁴ Soemirat dan Suryana, *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*, 15.

²⁹⁵ Nida, “Peruasi Dalam Media Komunikasi Massa,” 80.

pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator komunikasi persuasif dengan katagori teknik *appeals to humor*.

b) Teknik asosiasi

Teknik komunikasi persuasif *asosiasi* merupakan salah satu teknik komunikasi yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah atau berdakwah di depan *mad'u*. ketika dilihat dari video Gus Baha yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada menit ke 05.13 memiliki penjelasan bahwa, Gus Baha menceritakan tentang Mbah Hasyim, Gus Dur dan buyut-buyutnya Gus Baha. Mbah Hasyim masih memiliki sanad keilmuan dengan buyut-buyutnya Gus Dur.

Selain itu, Gus Dur juga memiliki sanad keilmuan dari KH. Hasyim Ays'ari. Hal tersebut mendapatkan poin positif bahwa di antara mereka saling bertautan sanad keilmuannya. Gus Baha juga menceritakan sikap Gus Dur yang meniru sikap dari ulama-ulama tersebut. Gus Dur juga sebagai pendiri pondok Tebuireng serta santri-santri yang menjadi *mad'u* pada ceramah tersebut juga merupakan santri dari Tebuireng menjadikan objek ini sebagai pendukung bagi Gus Baha di dalam mempengaruhi perhatian *mad'u*.

Lebih lanjut ketika dilihat dari teori, teknik asosiasi memiliki pengertian bahwa seorang *da'i* mencari pendukung atau pertolongan dari objek lain yang bisa membantunya untuk menguasai panggung.²⁹⁶ Menurut Maemona teori ini mengikuti peristiwa yang sedang ramai dibicarakan agar dari hal tersebut *da'i* mendapatkan pertolongan untuk mempengaruhi *mad'u*.²⁹⁷ Pendapat lain mengatakan teori ini meminta pertolongan pada objek yang sedang ramai.²⁹⁸ Sedangkan pendapat Yusuf, teori ini memanfaatkan peristiwa yang sedang berlangsung demi memberikan umpan kepada *mad'u* agar mendapatkan respon darinya.²⁹⁹

²⁹⁶ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 280.

²⁹⁷ Maemona dan Pratiwi, “Teknik Asosiasi: Sebagai Strategi Pesan Dakwah di Instagram,” 256–57.

²⁹⁸ Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 25.

²⁹⁹ Yusuf, “Seni Sebagai Media Dakwah,” 122.

Beberapa teori di atas memiliki indikator atau kaidah, bantuan objek lain yang dapat membantu mempengaruhi *mad'u*. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa, Gus Baha memanfaatkan Gus Dur dan Mbah Hasyim sebagai objek yang dapat membantunya untuk mampu menguasai panggung. Hal tersebut bisa terwujud karena peran Gus Dur sebagai pendiri pondok Tebuireng dan Mbah Hasyim sebagai pendiri NU, sehingga para santri yang latar belakangnya santri Tebuireng dan NU bisa terpengaruhi dan terpesona dengan ceramah Gus Baha.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha dan hasil uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan pemahaman bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator teknik asosiasi.

c) Teknik integrasi

Teknik komunikasi persuasif integrasi merupakan salah satu Teknik komunikasi yang digunakan Gus Baha saat sedang ceramah atau berdakwah di depan *mad'u*. Secara definisi teori ini memiliki pengertian bahwa, seorang *da'i* mencari cara untuk bisa menyatu menjadi satu dengan *mad'u*.³⁰⁰ Yusuf mengatakan bahwa, teknik ini berupaya untuk menjadikan satu suara dengan komunikan.³⁰¹ Pada teknik ini seorang *da'i* biasanya menggunakan kalimat yang terdapat kata kami dan kita, sehingga terlihat penonton menyetujui atau sependapat dengan *da'i* terkait apa yang sedang diucapkan oleh seorang *da'i*.³⁰² Sependapat dengan Nida bahwa, teori integrasi berusaha untuk menjadi satu dengan *mad'u*, dalam pelaksanaannya seorang *da'i* menggunakan kata kami atau kita saat sedang ceramah demi mewujudkan satu suara dan satu pendapat.³⁰³

Beberapa teori di atas memiliki indikator atau kaidah dengan kata kami atau kita, karena kalimat tersebut salah satu contoh dari komunikasi persuasif dengan teknik integrasi. Kata tersebut juga memiliki makna seakan menyatu

³⁰⁰ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 280.

³⁰¹ Yusuf, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*, 122.

³⁰² Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 22.

³⁰³ Nida, "Peruasi Dalam Media Komunikasi Massa," 80.

dengan *mad'u*. Lebih lanjut ketika dilihat dari pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 03.18 yang mengatakan bahwa,

“Masyarakat kita anti zina, anti prostitusi, karena itu fahsyah sehingga juga tidak milih pemimpin yang punya perilaku seperti itu. Masyarakat kira humanis, menghormati hak-hak orang lain, hak buruh juga tidak akan milih pemimpin yang jahat yang sadis yang macem-macem. Nah nilai bersama ini yang coba kita bangun. Wawu dawuh e pak Syukron bikin *saqofah Islamiyah*. Sehingga ini dimulai dari kita.”

Ungkapan di atas, Gus Baha saat sedang ceramah menggunakan kata kita. Kata tersebut berupaya untuk menyatu dengan *mad'u* dan bermakna sama rata dengan *mad'u*. Dengan demikian, Gus Baha bisa mengalihkan perhatian atau mengambil perhatian *mad'u* untuk bisa menerima pesan dakwahnya. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan pemahaman bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator teknik integrasi.

d) Teknik tataan

Teknik tataan merupakan cara seorang *da'i* untuk mengemas dan menyusun pesan dakwah agar enak didengar, mudah dipahami *mad'u* dan memberikan kesan menyenangkan serta humor, sehingga *da'i* dapat mempengaruhi *mad'u* untuk dapat menerima pesan-pesan yang telah disampaikan.³⁰⁴ Teknik tataan atau icing juga termasuk dalam katagori teknik memanis-maniskan kata agar terlihat lebih indah, tersusun rapi, dan lebih menarik perhatian *mad'u*.³⁰⁵

Menurut Erviani teori ini berupaya mengemas pesan dengan sedemikian mungkin agar bisa lebih menarik, idel, bijak, dan menyenangkan.³⁰⁶ Pendapat lain mengatakan bahwa Teknik tataan merupakan salah satu cara untuk

³⁰⁴ Hendri, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*, 282.

³⁰⁵ Yusuf, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*, 22.

³⁰⁶ Erviani, “Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisatakota Samarinda,” 239.

membuat indah, menarik, dan menyenangkan *mad'u* saat menerima pesan dakwah dari seorang *da'i*.³⁰⁷ Indikator atau kaidah dari beberapa teori tataan ini adalah penyusunan dan pengemasan serta penyampaian pesan dakwah dengan menarik dan humoris.

Lebih lanjut ketika dilihat dari pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 02.35 yang telah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti pada penyajian data. Pada video tersebut Gus Baha memajemen kata untuk bisa lebih menarik dan menyentuh hati *mad'u* untuk bisa respek dengan pesan dakwahnya. Gus Baha memberikan materi untuk memiliki pemimpin yang tepat dengan cara mengqiyaskan dengan cerita perjodohan seorang wanita cantik dengan pemudah yang kaya raya akan tetapi tidak taat untuk beribadah sholat.

Selain itu, poin pentingnya dalam pesan tersebut Gus Baha menyampaikan bahwa masyarakat harus *muhabatunnafsi* dan berbenah diri agar bisa lebih baik lagi. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti pada video ceramah Gus Baha dan hasil uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan pemahaman bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator teknik tataan.

B. Retorika Dakwah Gus Baha

1. Metode Penyampaian Retorika Dakwah

Metode penyampaian retorika dakwah yang digunakan Gus Baha adalah metode naskah, metode menghafal, metode bicara mendadak, dan metode bicara tanpa persiapan.

a. Metode naskah

Metode naskah yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramahnya yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” lalu lihat juga video ceramah dengan judul “Ingat Mati Itu Tidak Selalu Baik” dan video lain yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan” pada

³⁰⁷ Nida, “Peruasi Dalam Media Komunikasi Massa,” 81.

channel *YouTube* NU Online. Tiga judul pada video ceramah Gus Baha tersebut menggunakan kitab sebagai materi dakwah yang mana pada saat itu Gus Baha harus membawah kitab karena kondisi yang memang harus membahas kajian tentang keilmuan yang ada di dalam kitab tersebut.

Gambar 23. Video ceramah Gus Baha dengan metode naskah



Berdasarkan dari gambar di atas menunjukkan bahwa, Gus Baha di saat sedang ceramah terkadang menggunakan metode naskah. Metode tersebut dipakai Gus Baha ketika memang kondisi dan situasi saat itu harus menggunakan kitab tersebut sebagai materi dakwah. Lebih lanjut ketika teori metode naskah ini didefinisikan, memiliki pengertian bahwa metode naskah adalah seorang *da'i* menggunakan naskah saat sedang ceramah. Menggunakan kitab atau buku juga termasuk dalam katagori metode ini.³⁰⁸ Pendapat lain mengatakan bahwa, metode naskah adalah seorang *da'i* membawa catatan terkait materi dakwah.³⁰⁹ atau dengan kata lain metode ini biasanya sering digunakan pada acara pidato, khutbah, dan lain-lain.³¹⁰

Indikator atau kaidah dari metode ini adalah menggunakan teks, buku atau kitab sebagai materi dakwah. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, Gus Baha menggunakan kitab sebagai materi dakwah, dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dan hasil uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan pemahaman bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator pada metode naskah.

³⁰⁸ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 47.

³⁰⁹ Lucas, *The Art of Publik Speaking*, 295.

³¹⁰ Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 26.

b. Metode menghafal

Metode menghafal salah satu metode yang digunakan Gus Baha ketika memang kondisi saat itu ideal untuk menggunakan metode tersebut, sehingga pesan dakwah yang disampaikan akan lebih sempurna dan persuasif. Metode menghafal yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramahnya yang berjudul “Kenyanaman Akal dan Iman” kemudian bisa dilihat juga pada video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada channel *YouTube* NU Online.

Gambar. 24 video Gus Baha dengan metode menghafal



Pada dua video ceramah tersebut, Gus Baha terlihat tidak membawa catat, teks atau pun kitab yang digunakan sebagai bahan materi dakwah. Lebih lanjut ketika teori metode menghafal ini didefinisikan, memiliki pengertian bahwa metode menghafal adalah menyiapkan gagasan secara tertulis sebelum melaksanakan ceramah. Metode menghafal ini merupakan cara menulis ide atau gagasan dengan membuat kerangka materi secara tersusun dan bertahap kemudian dipahami dan dihafalkan. Setelah itu semua materi dan gagasan yang sudah dipahami dan dihafal akan disampaikan kepada *mad'u*.³¹¹ Metode hafalan lebih cenderung dengan kekuatan hafalan dan ingatan seorang *da'i*.³¹²

Hafalan salah satu bukti kecerdasan dari seorang *da'i* di dalam menguasai materi dakwah, dengan demikian metode ini rata-rata digunakan oleh semua mubalig kecuali jika dalam forum tertentu yang memang hakikatnya harus menggunakan kitab.³¹³ Indikator atau kaidah dari teori ini adalah tidak menggunakan teks, buku, dan kitab dan lebih mengutamakan kekuatan ingatan

³¹¹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 49.

³¹² Lucas, *The Art of Publik Speaking*, 296–97.

³¹³ Yusuf, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*, 24.

dan hafalan. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti pada dua video tersebut menunjukkan bahwa Gus Baha tidak membawah naskah, buku atau kitab yang digunakan sebagai materi dakwah. Dengan demikian, Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator pada metode menghafal.

c. Metode bicara mendadak

Metode bicara mendadak tentunya sudah mejadi hal biasa bagi seorang *da'i* yang sudah populer. Selain itu, meskipun demikian hasil yang disampaikan juga sangat amat menarik dan persuasif. Dengan demikian, terkait metode bicara mendadak yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramahnya yang berjudul “Betapa Mudahnya masuk Surga” pada menit ke 04.46 yang telah dijelaskan pada bagian penyajian data sebelumnya.

Pada video tersebut, terdapat tiga pemateri dalam satu panggung dan satu waktu, tiga *da'i* tersebut di antaranya Gus Baha, Gus Reza, dan Gus Kautsar. Pada kesempatan itu Gus Baha menjadi pembicara yang terakhir atau hanya sekedar meneruskan pembicara sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut berarti Gus Baha hanya dimintakan untuk memberikan sedikit pesan dakwah kepada *mad'u*. Dengan demikian, Gus Baha memberikan pesan secara mendadak atau tidak ada persiapan. Namun, karena Gus Baha sudah mahir dan ahli serta berpengalaman sebagai mubalig atau *da'i* akhirnya Gus Baha dapat memberikan pesan dakwah dengan menarik, ideal, bijak, humoris dan berwibawah.

Lebih lanjut ketika teori ini di definisikan maka memiliki pengertian bahwa, metode bicara mendadak adalah seorang *da'i* tidak mempersiapkan materi, menyusun naskah dan membuat teks secara tertulis, akan tetapi hanya menyusun *outline* atau garis besarnya saja.³¹⁴ Pada metode ini biasanya sering dialami oleh *da'i* ketika diminta untuk menyampaikan pesan singkat atau berucap sekata dua

³¹⁴ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 51.

kata.³¹⁵ Metode ini lebih cenderung mendadak dan materi yang diberikan biasanya berdasarkan kondisi *mad'u* saat itu.³¹⁶

Indikator dari teori ini adalah tidak mempersiapkan materi dan tidak menyusun naskah. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa Gus Baha diminta untuk memberikan sedikit pesan dakwah, hal ini memicu Gus Baha berbicara mendadak, yang mana sebelumnya terdapat dua pemateri yang memberikan pesan dakwah. Dengan demikian, Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator pada metode bicara mendadak.

d. Metode bicara tanpa persiapan

Metode bicara tanpa persiapan sudah mejadi hal biasa bagi seorang *da'i* yang sudah populer. Selain itu, meskipun demikian hasil yang disampaikan juga sangat amat menarik dan persuasif. Dengan demikian, terkait metode bicara tanpa persiapan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramahnya yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada menit ke 05.57 yang mengatakan bahwa,

“Mbah Hasyim kecil pernah ngaji sama Mbah Sholeh Darat, dan tentu biasa itu di dalam ilmu sanad, guru-guru saya induknya di Mbah Hasyim, Mbah Hasyim juga pernah ngaji di beberapa ulama di Pantura dan saya pastikan di antara perilaku atau manhat Mbah Hasyim adalah ini saya baca guru-guru beliau, kemudian ada perilaku yang persis ditiru Gus Dur.”

Ungkapan tersebut merupakan materi yang tepat karena kondisi saat itu Gus Baha sedang mengisi pengajian di Pondok Tebuireng yang mana pendirinya adalah Gus Dur. Dengan demikian, materi yang disampaikan berdasarkan *muqtadhol makom* dan *muqtadhol hal*. Pada video lain yang berjudul “Betapa Mudahnya masuk Surga” Gus Baha juga mengatakan pada menit ke 03.50 bahwa, “Di antara ini yang mulai, saya ngomong serius supaya, tadi kan guyonan sudah di ambil Gus Rezal sama Gus Kautsar, saya tau kenapa

³¹⁵ Lucas, *The Art of Publik Speaking*, 298.

³¹⁶ Nida, “Peruasi Dalam Media Komunikasi Massa,” 82.

mereka guyon, kalau ngomong serius takut kalah sama saya.” Ungkapan Gus Baha pada video tersebut menjelaskan bahwa merupakan pembicara setelah Gus Reza dan Gus Kautsar dengan demikian, Gus Baha berperan sebagai pemateri tambahan saja.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa, metode bicara tanpa persiapan adalah seorang *da'i* disuruh memberikan pesan kepada *mad'u* secara dadakan atau tanpa dikabarkan sebelumnya oleh panitia acara. Meskipun demikian, seorang *da'i* saat sedang ceramah mampu berfikir dengan aktif, kreatif, santun, humor dan cerdas di dalam menguasai panggung.³¹⁷ Biasanya seorang *da'i* ketika menggunakan metode ini karena memang sudah mahir, sehingga tidak perlu menyiapkan materi yang akan disampaikan pada saat dipanggung.³¹⁸ Efendy mengatakan *da'i* sudah ahli dan senior di dalam berdakwah.³¹⁹

Indikator teori ini adalah berbicara dadakan namun hasil tetap maksimal dan efektif. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, Gus Baha mampu memberikan materi sesuai dengan situasi dan kondisi, selain itu penyampaian dan materi yang diberikan juga lebih idel, menarik, dan memuaskan *mad'unya*. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator pada metode bicara tanpa persiapan.

2. Jenis Retorika Dakwah

Jenis retorika dakwah yang digunakan Gus Baha dalam ceramahnya hanya menggunakan retorika dakwah monologika dan dialogika.

a. Monologika

Retorika monologika Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” dan lihat juga video Gus Baha yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman.” Dua video tersebut menunjukkan

³¹⁷ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 46.

³¹⁸ E. Stephen Lucas, *The art of public speaking* (New York: McGraw-Hill, 2012), 299.

³¹⁹ Efendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, 27.

jenis retorika yang digunakan Gus Baha adalah jenis monologika karena yang menjadi pemateri pada acara pengajian tersebut hanya Gus Baha saja. Jika di ilustrasikan bahwa pada video tersebut hanya menggunakan komunikasi satu arah.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa retorika monologika adalah sebuah studi ilmu yang berisi seni berbicara yang dilakukan satu arah atau hanya satu yang berbicara, yang lain hanya mendengarkan.³²⁰ Pendapat lain mengatakan bahwa, hanya seorang *da'i* saja yang berbicara.³²¹ Mustakim menambahkan bahwa, seorang *da'i* dalam konteks ini tidak memiliki lawan berbicara di dalam suatu proses berkomunikasi.³²² Monologika juga merupakan komunikasi searah.³²³

Menurut Hendrikus monologika adalah komunikasi yang terjadi hanya satu arah.³²⁴ Indikator dari beberapa teori di atas adalah hanya satu pembicara atau satu arah. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, hanya Gus Baha saja yang menjadi pemateri atau berbicara pada video tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator pada retorika monologika.

b. Dialogika

Janis retorika dialogika Gus Baha dapat dilihat dari video ceramah beliau yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad Keilmuan.” Pada video tersebut Gus Baha sedang mendengarkan pertanyaan dari *mad'unya*. Pada saat itu *mad'u* bertanya kepada Gus Baha tentang apakah ngaji melalui *YouTube* mendapatkann pahala dan apakah sanadnya sampai atau nyambung. Berdasarkan

³²⁰ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 71.

³²¹ Yusuf Zaenal Abidin, *Pengantar Retorika* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), 143.

³²² Mustakim, *Membina Kemampuan Berbahasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 48.

³²³ Depdiknas RI, *Standar Kompetensi Nasional Bidang Penyiaran* (Jakarta: Direktorat PSMK, 2014).

³²⁴ Dori Wuwur Hendrikus, *Retorika, Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi* (Yogyakarta: Kanisius, 2017), 76.

video tersebut yang menggunakan komunikasi dua arah berarti Gus Baha saat ceramah menggunakan juga retorika jenis dialogika.

Gambar 25. video dialogika Gus Baha



Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa, retorika dialogika adalah sebuah studi ilmu yang berisi seni berorator yang dilakukan dua arah atau pembicara dan pendengar bisa saling berdialog dan tanya jawab.³²⁵ Pendapat lain mengatakan bahwa, dialogika merupakan diskusi antara *da'i* dengan *mad'u* atau sesama *da'i* dalam satu panggung.³²⁶

Indikator dari teori ini adalah dua. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, dalam video tersebut terdapat seorang *mad'u* bertanya dengan Gus Baha yang sebagai pemateri. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator retorika dialogika.

3. Retorika Dakwah

a. Gaya Bahasa

Gaya bahasa pada konteks ini terdiri dari gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa berdasarkan pemilihan nada, dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.

1) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata pada video ceramah Gus Baha menggunakan gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, dan gaya bahasa percakapan.

³²⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 71.

³²⁶ Abidin, *Pengantar Retorika*, 2018, 143.

a) Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha” pada menit ke 00.06 dan menit ke 05.13. Pada menit ke 05.13 Gus Baha mengatakan bahwa,

“Di sini ada kitab ini, diterjemahkan beberapa kali, Sebagian oleh KH. Mustofa Bisri, Sebagian oleh Kyai Shodiq Semarang. Saya punya edisi asli, edisi Arabnya karena saya dari awal ingin ngaji sama santri-santri Tebuireng, karena buyut-buyut saya itu termasuk gurunya Mbah Sholeh Darat.”

Ungkapan Gus Baha di atas menggunakan gaya bahasa resmi saat menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'unya*. Pada perkataan Gus Baha di atas juga menggunakan bahasa Indonesia yang sesuai dengan susunan EYD.

Lebih lanjut gaya bahasa resmi adalah bahasa yang digunakan berdasarkan dengan kaidah EYD dan biasanya nada yang digunakan lebih cenderung datar. Selain itu, gaya bahasa ini lazimnya digunakan pada acara resmi atau formal seperti, seminar, kepresidenan, dan lain sebagainya.³²⁷ Pendapat lain mengatakan bahwa, gaya bahasa resmi lebih ke penggunaan bahasa Indonesia yang menjadi dominan.³²⁸ Bahasa resmi juga merupakan bahasa yang sering menggunakan kaidah dalam susunan bahasa Indonesia berupa subjek, predikat, objek, dan keterangan.³²⁹ Gaya bahasa resmi ini bisa juga berupa pidato umum dan seminar nasional. Salah satu contoh dari gaya bahasa resmi ini adalah pembukaan UUD 1945.³³⁰

Indikator atau kaidah dari teori ini adalah menggunakan bahasa Indonesia dan berdasarkan EYD. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, dalam video tersebut Gus Baha menggunakan

³²⁷ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 72–73.

³²⁸ Hendrikus, *Retorika, Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, 79.

³²⁹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 77.

³³⁰ Moh Ali Aziz, *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2019), 227.

bahasa Indonesia dan mengikuti kaidah EYD meskipun tidak lengkap, akan tetapi indikator yang terhubung dengan ucapan Gus Baha dengan menggunakan bahasa Indonesia. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator gaya bahasa resmi.

b) Gaya bahasa tidak resmi

Gaya bahasa tidak resmi yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 03.0, lalu pada video yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 04.56, kemudian pada video ceramah yang berjudul “Betapa Mudahnya Masuk Surga” pada menit ke 03.20, dan pada video yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 03.12. beberapa video ceramah Gus Baha tersebut menggunakan bahasa tidak resmi.

Beberapa perkataan Gus Baha pada video di atas menggunakan bahasa Jawa. Bahasa Jawa yang digunakan Gus baha seperti, wawu dawuh e pak Syukron bikin saqofah Islamiyah, wes tak ceritani hadistnya Mu’ad tertawa-tawa dia, nak ora iso jawab ke bablasen, dan kalimat Jadi rakyat iku mpun heroic khusus pun, demi cari mantu yang sholat di direwangi duwe mantu melarat, santri mergo sholat, seng ngelamar sugeh boten sholat.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa gaya bahasa tidak resmi adalah bahasa yang tidak cenderung menggunakan kaidah EYD dan biasanya nada yang digunakan lebih cenderung dengan logat masing-masing seorang *da'i*. Selain itu, gaya bahasa ini lazimnya digunakan pada acara tidak resmi atau non formal, sehingga karakternya lebih konservatif. Gaya bahasa ini juga sering digunakan di karya tulis atau pun artikel sehingga sifatnya lebih lentur

dan elastis.³³¹ Pendapat lain mengatakan bahwa, bahasa tidak resmi lebih cenderung dengan penggunaan bahasa lokal.³³² Bahasa tidak resmi juga merupakan bahasa yang jarang digunakan dalam acara seminar, rapat, dan kepresidenan.³³³ Gaya bahasa ini sering digunakan oleh masyarakat pada umumnya dan bersifat tidak formal.³³⁴

Indikator dari teori ini adalah bahasa tidak resmi atau bahasa selain Indonesia (bahasa lokal). Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, dalam video tersebut Gus Baha menggunakan bahasa Jawa dan tidak mengikuti kaidah EYD. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator gaya bahasa tidak resmi.

c) Gaya bahasa percakapan

Gaya bahasa percakapan yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad keilmuan” pada menit ke 00.03. Pada video tersebut terdapat seorang *mad'u* yang bertanya kepada Gus Baha dengan mengawali perkataannya dengan salam, lalu Gus Baha bertanya kepada *mad'u* tersebut “rumahnya mana? ngapak yaa” di jawab *mad'u* “iya Gus Cilacap” lalu Gus Baha berucap, “pakai bahasa Cilacap aja kalau bahasa Indonesia gak saya jawab, pokoknya kalau pakai bahasa Indonesia gak usah di jawab ya, dan pakai bahasa kasarnya gak boleh pakai bahasa halusnya.”

Lalu singkat waktu *mad'u* bertanya, “kalau ngaji nang *YouTube*, apa entok pahala? apa sanadnya bisa nyambung?” Kemudian, Gus Baha menjawab pertanyaan *mad'u* tersebut dan mengatakan bahwa,

³³¹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 73.

³³² Hendrikus, *Retorika, Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*, 79.

³³³ Suwarno, *Seni Pidato Publik: Praktis Akademis*, 84.

³³⁴ Deni Yanuar dan Ahmad Nazri Adlani Nasution, “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Pada Ceramah Peringatan Maulid Nabi Muhammad Saw Tahun 1440 H Di Mesjid Raya Baiturahman Banda Aceh,” *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 25, no. 2 (2019): 365.

pahalanya dapat dan sanadnya nyambung kecuali untuk mufti syaratnya harus ketemu gurunya dan lain-lain. Berdasarkan pertanyaan Gus Baha kepada *mad'u* tersebut membuat sebuah interaksi atau percakapan antara *da'i* dan *mad'u*.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa gaya bahasa percakapan adalah gaya bahasa yang lebih cenderung dengan *style* yang populer. Gaya bahasa ini juga lebih membangun percakapan terhadap lawan bicara atau *mad'u*. ciri khas dari gaya bahasa percakapan ini adalah bahasa yang digunakan tidak baku, dapat juga menggunakan bahasa atau istilah asing, bahasanya lebih gaul, singkat, seru dan menggunakan kalimat langsung.³³⁵ Pendapat lain mengatakan bahwa, gaya bahasa percakapan lebih menghidupkan aura *mad'u* untuk berkomunikasi.³³⁶ Gaya bahasa percakapan ini merupakan gaya bahasa yang lebih modern dan mengikuti *style* berdasarkan perkembangan zaman.³³⁷ Gaya bahasa ini sering menggunakan kata yang sudah tidak asing lagi didengar *mad'u* dan mampu memberikan nuansa untuk mengajak diskusi.³³⁸

Indikator atau kaidah dari teori ini adalah membangun percakapan atau interaksi antara *da'i* dan *mad'u*. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, dalam video tersebut Gus Baha memberikan pertanyaan kepada seorang *mad'u* yang pada akhirnya membangun intraksi di antaranya. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan peneliti dari video tersebut dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator gaya bahasa percakapan.

³³⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 73.

³³⁶ Aziz, *Ilmu Pidato*, 191.

³³⁷ Asiyah, "Public Speaking dan Kontribusinya Terhadap Kompetensi Dai'," 210.

³³⁸ Yanuar dan Nasution, "Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Pada Ceramah Peringatan Maulid Nabi Muhammad Saw Tahun 1440 H Di Mesjid Raya Baiturahman Banda Aceh," 365.

2) Gaya bahasa berdasarkan nada

a) Gaya sederhana

Gaya bahasa sederhana yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 09.41 yang mana di dalam video tersebut dikemas agar dapat memberikan ajakan kepada *mad'u* untuk bisa memanfaatkan waktu dan keadaan awam ini bisa melaksanakan segala sesuatu berdasarkan hadistnya atau memiliki sanad dan anjuran yang berdasarkan ajaran Islam. Selain itu, Gus Baha juga mengajak kepada *mad'u* untuk bisa bersyukur kepada sang kholik meskipun tidak melakukan ibadah di waktu malam, setidaknya kita tidak melakukan dosa, zina, dan mabuk-mabukan.

Pada video tersebut juga Gus Baha tidak memaksa *mad'unya* untuk melakukan sholat tahajjud atau pun sholat hajad, dengan sopan santun Gus Baha mengajak *mad'u* untuk bersyukur meskipun tidak melakukan sholat malam tetapi mereka terhindar dari perbuatan dosa. Ini salah satu cara Gus Baha di dalam memberikan ajakan kepada *mad'u* dengan cara lemah lembut dan sopan santun, serta tidak memaksa *mad'u*, karena seakan-akan kata yang diucapkan Gus Baha tersebut tidak memberikan perintah.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa sederhana adalah gaya bahasa yang lebih condong untuk memberikan intruksi, ajakan dan perintah karena bahasa yang digunakan lebih santun.³³⁹ Gaya bahasa sederhana lazimnya digunakan untuk memberikan atau menyampaikan pesan fakta. Gaya bahasa ini sering juga digunakan untuk forum ilmiah dan kuliah.³⁴⁰ Indikator dari teori ini adalah ajakan untuk kebaikan dengan sopan dan santun.

Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, dalam video tersebut Gus Baha pesan dakwah berupa wujud syukur namun di dalamnya memiliki makna ajakan dan intruksi kepada *mad'u* untuk

³³⁹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 74.

³⁴⁰ Aziz, *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah*, 229.

mengikuti keinginan *da'i*. Berdasarkan hasil pengamatan dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator gaya sederhana.

b) Gaya menengah

Gus Baha dalam video ceramah yang berjudul “Mencari Kebaikan via *YouTube* dan sanad keilmuan” pada menit ke 00.03 menggunakan bahasa menengah. Dalam video tersebut Gus Baha bertanya kepada *mad'u* “rumahnya mana? ngapak yaa?” di jawab *mad'u* “iya Gus Cilacap” lalu Gus Baha mengatakan, “Pakai bahasa Cilacap aja kalau bahasa Indonesia gak saya jawab, pokoknya kalau pakai bahasa Indonesia gak usah di jawab ya, dan pakai bahasa kasarnya gak boleh pakai bahasa halusny.” Komunikasi Gus Baha dengan *mad'u* dapat membangkitkan suasana bahagia, tentram, senang, dan humor.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa gaya sederhana adalah gaya bahasa yang lebih cenderung untuk membangkitkan suasana bahagia dan tentram. Pada gaya bahasa ini juga biasanya menggunakan bahasa yang lemah lembut, kasih sayang, dan dipenuhi dengan kesenangan yang di dalamnya terdapat humor yang sesuai kadarnya.³⁴¹ Gaya bahasa menengah juga bertujuan untuk menghibur, memberikan aura damai dan senang.³⁴²

Indikator atau kaidah dari teori ini adalah membangkitkan suasana bahagia, tentram, senang, dan humor. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, dalam video tersebut Gus Baha membangkitkan suasana tentram, bahagia, dan humor yang manfaatnya dapat membuat pesan menjadi lebih direspon oleh *mad'u*. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan hasil uraian yang telah

³⁴¹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 75.

³⁴² Yanuar dan Nasution, “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Pada Ceramah Peringatan Maulid Nabi Muhammad Saw Tahun 1440 H Di Mesjid Raya Baiturahman Banda Aceh,” 367.

dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator gaya menengah.

3) Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat

Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat pada video ceramah Gus Baha menggunakan gaya bahasa paralelisme, antitesis, dan repetisi.

a) *Paralelisme*

Paralelisme yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 02.38 yang memiliki penjelasan bahwa Gus Baha di dalam memberikan materi tentang memilih pemimpin yang baik dan sesuai dengan anjuran Islam menggunakan istilah perjodohan gadis cantik. Selain itu, Gus Baha memberikan pesan kepada masyarakat untuk bisa memiliki ahklak mulia dan berakhlakul karimah berdasarkan ajaran Islam.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa *pararelisme* adalah gaya bahasa yang berupaya untuk mencari keserasian atau keseimbangan antara kata atau prasa terhadap suatu pengucapan. Gaya bahasa ini berusaha untuk menampilkan kata yang memiliki sama fungsinya. Namun jika terlalu sering kalimat yang digunakan untuk berucap akan terlihat kaku dan bahkan mati.³⁴³ Pendapat lain mengatakan bahwa, *pararelisme* merupakan kesetaraan dalam menggunakan kata atau nilai dari dua perkara.³⁴⁴

Indikator atau kaidah dari teori ini adalah keserasian atau keseimbangan dari dua objek. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa, dalam video tersebut Gus Baha mengqiyaskan antara memilih pemimpin dan perjodohan dengan tolak ukur sholat. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan hasil uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa,

³⁴³ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 76–77.

³⁴⁴ Aziz, *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah*, 227.

pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator *paralelisme*.

b) *Antitesis*

Antitesis yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 18.24 yang mempunyai penjelasan bahwa Gus Baha di dalam menyampaikan materi tentang seorang pemuda yang hiper seks, kemudian nabi Muhammad bertanya kepada pemuda tersebut bagaimana ketika putrinya juga disukai atau diperlakukan dan menjadi korban seperti apa yang dilakukan oleh pemuda tersebut. Dari ucapan nabi tersebut membuat hati pemuda itu tergugah sehingga menjadi tobat untuk berzina.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa Gaya bahasa jenis antitesis merupakan gaya bahasa yang mana ide atau gagasan selalu bertentangan atau perbandingan dan perlawanan antara kalimat satu dengan kalimat yang lain.³⁴⁵ Pendapat lain mengatakan bahwa, *antitesis* merupakan perbandingan dari dua kata, nilai dan makna dari suatu kalimat.³⁴⁶

Indikator pada teori ini adalah perlawanan dan perbandingan terhadap sesuatu (kata). Dilihat dari hasil pengamatan peneliti Gus Baha menggunakan gaya bahasa *antitesis* karena gaya bahasa yang digunakan oleh Gus Baha adalah perlawanan kata atau perbandingan meskipun pada konteks yang digunakan adalah lebih fokus kepada makna perlawanan. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator *antitesis*.

c) *Repetisi*

Repetisi yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan hati” pada menit ke 07.42

³⁴⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 77.

³⁴⁶ Aziz, *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah*, 227.

yang memiliki penjelasan bahwa Gus Baha di dalam ceramahnya menggunakan kalimat atau kata pengulangan. Gus Baha mengucapkan “saya ini jenis kyai yang jarang istigfar bukan karena sombong, saya ulang lagi bukan karena saya sombong” dan mengucapkan kalimat “selagi saya ngajar kata beliau ini, selagi saya ngajar.” Kalimat tersebut termasuk dalam katagori struktur kalimat dengan jenis *repetisi*.

Lebih lanjut ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa *repetisi* adalah gaya bahasa yang biasanya menggunakan perulangan bunyi atau ucap, suku kata dan kalimat. Pengulangan tersebut biasanya dianggap penting, sehingga harus diberikan tekanan dan khususnya di dalam menuturkannya.³⁴⁷ Pendapat lain sependapat dengan ungkapan tersebut, yang mana mengatakan bahwa, *repetisi* adalah pengulangan kata untuk penegasan.³⁴⁸

Indikator dari teori ini adalah pengulangan kata atau kalimat. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti Gus Baha menggunakan gaya bahasa *repetisi* karena adanya pengulangan kata atau kalimat yang diucapkan Gus Baha dalam ceramahnya. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pesan dakwah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator *repetisi*.

b. Gaya Suara

Gaya suara pada video ceramah Gus Baha menggunakan gaya suara dalam katagori *pitch*, *loudness*, *rate*, dan *pause*.

1) *Pitch*

Gaya suara *pitch* yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 00.01 yang mengatakan bahwa,

“Setiap mubah yang kita lakukan pasti di saat itu ada harom yang kita tinggalkan (ting galkan) makannya dulu banyak orang-orang yang

³⁴⁷ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 77.

³⁴⁸ Aziz, *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah*, 228.

sholeh yang semalaman tuh guyon tok, guyon sampai pagi, bukan karena ingin urakan nggak karena, mengalahkan setan malam tuh godaannya ingin, mungkin ingin ngintip siapa tuh masih kuat sekali, ingin nonton siapa tuh kuat sekali, terus setan dilawan dengan guyon.”

Ungkapan Gus Baha saat sedang ceramah terbukti menggunakan gaya suara santai dan dalam suasana damai, nyaman serta tentram. Pada saat ceramah Gus Baha tersebut terlihat seperti bercerita dan menjelaskan pesan dakwah dengan santai. Ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa *pitch* merupakan tinggi dan rendahnya suara seorang *da'i* saat sedang berceramah.³⁴⁹ Pendapat lain mengatakan *pitch* sebagai tangga nada jika di dalam konteks musik.³⁵⁰ Nada naik dan turun lazimnya menunjukkan pada nuansa semangat dengan nama lain infleksi.³⁵¹ Dengan demikian, nada yang dikeluarkan *da'i* dari ucapannya mempengaruhi suatu makna.

Indikator dari teori ini adalah tinggi dan rendahnya suara yang dikeluarkan oleh seorang *da'i*. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti Gus Baha menggunakan *pitch* santai. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan poin penting bahwa, gaya suara Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator *pitch*.

2) *Loudnes*

Gaya suara *loudness* yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 04.56 yang memiliki penjelasan bahwa, Gus Baha saat sedang ceramah terbukti menggunakan nada suara sedang. Selain itu, saat mengucapkan kalimat tersebut dalam suasana damai, dan tentram. Dengan demikian gaya suara berdasarkan *loudness* Gus Baha menggunakan suara sedang dan tidak terlalu keras dan pelan.

³⁴⁹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 79.

³⁵⁰ Aziz, *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah*, 229.

³⁵¹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 75.

Ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa *loudness* adalah nada suara yang dikeluarkan seseorang berdasarkan dengan keras atau tidaknya.³⁵² Indikator dari teori ini adalah keras atau rendahnya suara yang dikeluarkan oleh seorang *da'i*. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti Gus Baha menggunakan *loudness* sedang. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan poin penting bahwa, gaya suara Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator *loudness*.

3) *Rate*

Gaya suara *rate* yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit 19.49 yang mengatakan bahwa, “Karena saya ingat betul di antara wasiatnya mbah Hamid itu masih sepupunya mbah saya itu ke bapak saya itu aku iku sholeh-sholehku dewe tak nggo gawe ridhone pangeran.” Pada kalimat yang diucapkan Gus Baha tersebut menggunakan *rate* cepat karena dari waktu ke 19.49 sampai ke 19.56 Gus Baha mampu menyampaikan 29 karakter kata. Pada video ceramah yang sama dan judul yang sama Gus Baha menggunakan *rate* cepat pada menit ke 02.38 sampai ke 03. 19 Gus Baha mampu menyampaikan lebih dari 120 karakter kata.

Ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa *rate* adalah perjalanan atau laju dari nada suara yang digunakan *da'i* saat sedang ceramah.³⁵³ Suara yang dikeluarkan dengan cepat tentunya akan mempersulit *mad'u* untuk memahami maknanya. Namun ketika terlalu pelan *mad'u* juga bosan dan lesu untuk mendengarkannya.³⁵⁴ Menurut Sunarto manusia hanya mampu menerima percakapan normal antara 30-50 dB, untuk 60 dB ke atas manusia sudah tidak bisa menerima suara tersebut dengan jelas dan normal.³⁵⁵ Menurut Aziz *rate* adalah cepat atau lambatnya suara. Suara yang memiliki

³⁵² Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 79.

³⁵³ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 80.

³⁵⁴ Aziz, *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah*, 126.

³⁵⁵ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 77.

irama bagus tentunya lebih gampang untuk menarik perhatian *mad'u*. Selain itu, lebih mudah memberi pemahaman kepada *mad'u* terkait pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*.³⁵⁶

Indikator dari teori ini adalah cepat atau lambatnya suara yang dikeluarkan. Dilihat dari hasil pengamatan peneliti Gus Baha menggunakan *rate* cepat. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan poin penting bahwa, gaya suara Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator *rate*.

4) *Pause*

Gaya suara *pause* yang digunakan Gus Baha terdapat dalam video ceramah yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” pada menit ke 05.57 dan video lain yang berjudul “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” pada menit ke 05.13 yang memiliki penjelasan bahwa, Gus Baha saat sedang ceramah menggunakan kata apa dan eh. Ketika teori ini didefinisikan maka memiliki pengertian bahwa *pause* adalah jeda di saat seorang pembicara sedang berucap. Dalam konteks ini *pause* berfungsi untuk mengontrol gagasan pembicara agar bisa tersampaikan secara teratur dan rapi.³⁵⁷

Pause juga merupakan jeda di dalam berbicara yang biasanya lazimnya dengan kata “eh” “apa” “em” dan lain sebagainya.³⁵⁸ Menurut Sunarto *pause* adalah menghentikan suatu bunyi, yang mana di dalam berhenti atau jeda biasanya ada suatu bunyi yang dikeluarkan oleh *da'i*. Bunyi tersebut biasanya menggunakan kata “eh”, “anu”, dan “apa namanya.” Tentunya suara ini dapat mengganggu pendengaran *mad'u* dan bahkan kata ini tidak memiliki manfaat bagi *mad'u* namun, bunyi ini sangat sering didengarkan *mad'u* saat sedang mendengarkan ceramah.³⁵⁹

Indikator dari teori ini adalah suara yang dikeluarkan seorang *da'i* saat sedang jeda sesat untuk memulai pembicaraan selanjutnya. Dilihat dari hasil

³⁵⁶ Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*, 126.

³⁵⁷ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 80–81.

³⁵⁸ Alek, *Lingustik Umum* (Jakarta: Erlangga, 2018), 35.

³⁵⁹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 76.

pengamatan peneliti terhadap video ceramah tersebut Gus Baha menggunakan *pause* dengan kata apa dan eh. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya memberikan poin penting bahwa, gaya suara Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator *pause*.

c. Gaya Gerak

1) Sikap badan

Sikap badan yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari beberapa video ceramah Gus Baha yang diupload melalui channel *YouTube* NU Online. Sikap badan adalah gerak tubuh yang terjadi saat komunikator sedang bertutur, sikap tersebut bisa dalam bentuk gerakan badan dengan duduk, berdiri, dan berjalan. Semua Gerakan yang dilakukan akan mempengaruhi makna dan keefektipan saat sedang ceramah.³⁶⁰ Sikap badan juga dapat digunakan untuk mengisyaratkan sesuatu, mendeskripsikan sesuatu, menegaskan sikap dan perasaan.³⁶¹

Menurut Fitriyah ketika seorang *da'i* mengeluarkan narasi atau berucap namun tidak didukung atau tidak selaras dengan gerakan badan tentunya narasi yang disampaikan kurang bermakna karena tidak adanya penghayatan dari sikap badan seorang *da'i*.³⁶² Indikator dari teori ini adalah sikap badan dengan duduk, berdiri, dan berjalan. Ketika dilihat dari hasil pengamatan peneliti terhadap video ceramah Gus Baha menggunakan sikap badan dengan posisi duduk. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, sikap badan dengan posisi Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator sikap badan.

2) Penampilan dan pakaian

Penampilan merupakan *style* atau keadaan dan gaya badan yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah. sedangkan pakaian

³⁶⁰ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 82.

³⁶¹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, 2014, 80.

³⁶² Fitriyah, *Public Speaking*, 74.

merupakan busana yang digunakan seorang *da'i* saat sedang ceramah. Saat sedang tampil di hadapan *mad'u* tentunya penampilan yang rapi dan pakaian yang sopan menjadi indikator penting untuk mempengaruhi *mad'u* untuk dapat menerima pesan dakwah.³⁶³ Beberapa ahli berpendapat bahwa, penampilan seorang *da'i* dapat mendukung kesuksesan di dalam berdakwah di hadapan *mad'u*.³⁶⁴ Indikator dari teori ini adalah *style* dan busana yang digunakan oleh mubalig saat sedang berdakwah.

Gus Baha saat sedang ceramah selalu menggunakan baju putih, sarung, dan berpeci hitam yang telah menjadi ciri khasnya. Gus Baha menggunakan pakaian sesuai dengan posisinya sebagai *da'i* yang mana, pakaian yang ia gunakan saat ceramah mencerminkan simbol atau ciri khas orang-orang muslim khususnya *style* budaya berpakaian muslim Jawa. Selain itu, Gus Baha berpenampilan sesuai dengan posisinya sebagai mubalig dan latar belakangnya sebagai Islam Jawa yang lebih cenderung dengan *style* santri-santri pondok salaf.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan hasil ulasan sebelumnya menunjukkan bahwa, Gus Baha menggunakan penampilan *style* santri-santri pondok salaf yang terkenal dengan sopan santun. Selain itu, Gus Baha menggunakan busana muslim sesuai dengan kondisi sebagai *da'i* saat itu. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan memberikan poin penting bahwa, penampilan dan pakaian Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator yang digunakan.

3) Ekspresi wajah dan gerak tangan

a) Ekspresi wajah

Ekspresi wajah yang digunakan Gus Baha sesuai dengan kondisi dan situasi yang sedang dialami olehnya. Salah satu contoh pada video ceramahnya yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” dan “Betapa Mudahnya Masuk Surga” yang telah peneliti jelaskan sebelumnya pada

³⁶³ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 82.

³⁶⁴ Asiyah, “Public Speaking dan Kontribusinya Terhadap Kompetensi Dai’,” 202–3.

bagian penyajian data. Pada video dengan judul “Kenyamanan Akal dan Iman” memberikan rawut wajah yang seakan-akan menunggu atau melihat bagaimana respon dari *mad'u* atau memastikan pesan dakwah yang Gus Baha sampaikan didengarkan oleh *mad'u* setelah Gus Baha memberikan pesan terhadapnya.

Sedangkan pada video yang berjudul “Betapa Mudahnya Masuk Surga” Gus Baha menunjukkan ekspresi wajah bahagia, ceria, dan tertawa karena pada saat ini Gus Baha memberikan pesan *da'i* dengan humor. Selain itu, juga situasi saat itu Gus Baha dan penonton sedang tertawa. Dengan demikian Gus Baha memberikan ekspresi wajah berdasarkan dengan suasana dan situasi saat sedang ceramah di depan *mad'u*.

Ketika penjelasan di atas dikolaborasikan atau disesuaikan dengan teori yang digunakan. Tentunya teori ekspresi wajah memiliki definisi bahwa ekspresi wajah adalah raut wajah yang didasarkan dengan tutur kata dan suasana saat *da'i* saat itu.³⁶⁵ Ekspresi wajah mempengaruhi penyampaian pesan dakwah yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*, ekspresi yang cerah dan bahagia akan menggiring dan membangun suasana dakwah lebih hidup dan menarik serta menyenangkan.³⁶⁶ Rahmat mengatakan ekspresi wajah merupakan bagian penting di dalam menghidupkan suasana panggung. Ekspresi wajah yang sedih akan membuat *mad'u* ikut sedih begitu juga sebaliknya.³⁶⁷

Indikator dari teori ini adalah raut wajah yang dihadirkan sesuai dengan situasi dan kondisi. Ketika dilihat dari hasil pengamatan peneliti terhadap video ceramah, Gus Baha menggunakan ekspresi wajah sesuai dengan perkataan yang dikeluarkan, suasana dan kondisi panggung saat itu. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah

³⁶⁵ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 82–83.

³⁶⁶ Gentasri Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), 62.

³⁶⁷ Rakhmat, *Retorika Modern*, 84.

dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, ekspresi wajah Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator yang digunakan.

b) Gerak tangan

Gerakan tangan yang digunakan Gus Baha bisa dilihat dari beberapa video ceramahnya yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman,” dan “Betapa Mudahnya Masuk Surga,” Gus Baha meletakkan tanganya di dadanya yang mana, pada saat itu Gus Baha mengucapkan kata saya. Kemudian pada judul “Fiqih Gus Baha Dikagumi Gus Baha,” dan “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati” sebagaimana telah dijelaskan peneliti sebelumnya pada bagian penyajian data bahwasanya Gus Baha menggunakan jari telunjuk tangan kananya sebagai pendukung dari kata yang Gus Baha ucapkan. Pada saat itu Gus Baha mengatakan kata Allah SWT. Berdasarkan beberapa penjelasan di atas menunjukkan bahwa Gus Baha menggunakan Gerakan tangan sesuai dengan kaidahnya.

Ketika penjelasan di atas dikolaborasikan atau disesuaikan dengan teori yang digunakan. Tentunya teori Gerakan tangan memiliki definisi bahwa, gerak tangan adalah suatu instrumen yang berfungsi untuk memberi pemahaman di dalam menjelaskan suatu gagasan.³⁶⁸ Gerakan tangan merupakan bagian pendukung di dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*. Kesalahan gerakan tangan dengan perkataan *da'i* akan mempengaruhi pesan dakwah yang disampaikan untuk dapat diterima oleh *mad'u*. Indikator dari teori ini adalah Gerakan tangan sesuai dengan pesan dakwah yang disampaikan.³⁶⁹ Menurut Hamdani semua perkataan yang disampaikan oleh *da'i* biasanya selalu didukung atau menggunakan gerakan tangan.³⁷⁰

Ketika dilihat dari hasil pengamatan peneliti terhadap video ceramah, Gus Baha menggunakan Gerakan tangan sesuai dengan pesan dakwah

³⁶⁸ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 83.

³⁶⁹ Anwar, *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*, 74.

³⁷⁰ Kaiser Hamdani, *Panduan Sukses Public Speaking Dahsyat Memukau* (Yogyakarta: Araska, 2012), 49–50.

yang disampaikan kepada *mad'u*. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, Gerakan tangan Gus Baha sudah sesuai dengan teori dan indikator yang digunakan.

4) Pandangan mata

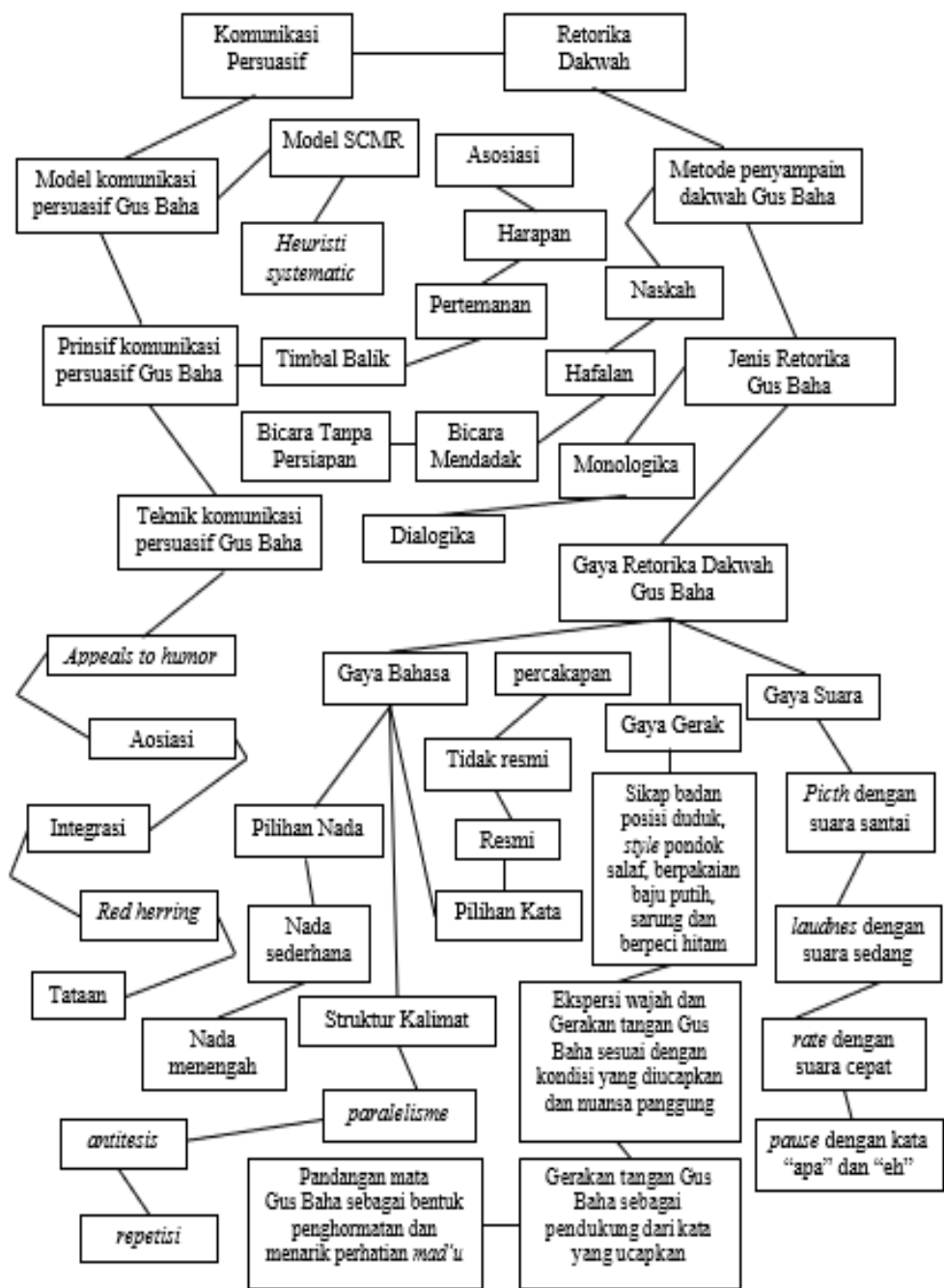
Pandangan mata adalah suatu penghargaan dan penghormatan seorang *da'i* terhadap *mad'u* yang mana, perbuatan membuat *mad'u* merasa senang dan gembira.³⁷¹ Pandangan mata juga merupakan suatu penghormatan yang diberikan kepada *mad'u* agar merasa diperhatikan dan dihargai.³⁷² Pandangan mata yang digunakan Gus Baha dapat dilihat dari video ceramahnya yang berjudul “Kenyamanan Akal dan Iman” dan “Banyak Tertawa Bisa Mematikan Hati.” Beberapa video di atas memberikan penjelasan bahwa, pada ceramah Gus Baha menggunakan tatapan atau pandangan mata sebagai bentuk penghormatan kepada *mad'u*. Gus Baha juga menatap penonton ketika sedang menjelaskan pesan dakwah yang sedang disampaikan kepada mereka. Dengan demikian, penonton merasa diperhatikan dan dihormati oleh Gus Baha.

Indikator pada teori ini pandangan mata sebagai bentuk penghormatan dan menarik perhatian pendengar. Ketika dilihat dari hasil pengamatan peneliti terhadap video ceramah tersebut, Gus Baha menggunakan pandangan mata dengan tujuan menghormati dan mempengaruhi *mad'u*. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengamatan dan uraian yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya memberikan poin penting bahwa, pandangan mata yang diberikan Gus Baha kepada *mad'u* sudah sesuai dengan teori dan indikator yang digunakan.

³⁷¹ Sulistyarini dan Zainal, *Buku Ajar: Retorika*, 83.

³⁷² Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, 76.

C. Peta Konsep Hasil Penelitian Komunikasi Persuasif dan Retorika Dakwah Gus Baha



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis yang telah dilakukan peneliti, maka penjelasan di atas dapat disimpulkan menjadi beberapa poin di antaranya sebagai berikut:

1. Komunikasi persuasif Gus Baha

Komunikasi persuasif yang Gus Baha gunakan berdasarkan model komunikasi persuasif yaitu, model *source message channel dan receiver (SMCR)* dan *Heuristi systematic* model. Berdasarkan prinsip Gus Baha menggunakan prinsip timbal balik, pertemanan, harapan, dan prinsip asosiasi. Kemudian, berdasarkan teknik komunikasi persuasif Gus Baha menggunakan teknik *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, dan teknik tataan.

2. Retorika dakwah Gus Baha

Retorika dakwah yang Gus Baha gunakan berdasarkan metode penyampian yaitu, metode naskah, menghafal, bicara mendadak, dan metode bicara tanpa persiapan. Berdasarkan jenis retorika Gus Baha menggunakan retorika monologika dan retorika dialogika. Berdasarkan gaya bahasa dalam katagori pilihan kata Gus Baha menggunakan bahasa resmi, bahasa tidak resmi, dan bahasa percakapan. Gaya bahasa dalam katagori nada Gus Baha menggunakan saya bahasa sederhana dan gaya bahasa menengah. Gaya bahasa dalam katagori struktur kalimat Gus Baha menggunakan *paralelisme, antitesis, dan repetisi*.

Berdasarkan gaya suara Gus Baha menggunakan *pitch* dengan suara santai, *loudness* dengan suara sedang, *rate* dengan suara cepat, dan *pause* dengan kata apa dan eh. Berdasarkan gaya gerak Gus Baha menggunakan sikap badan dengan posisi duduk, penampilan sopan santun dengan *style* pondok salaf dan berpakaian baju putih, sarung dan berpeci hitam. Ekspresi wajah dan Gerakan tangan Gus Baha sesuai dengan kondisi yang diucapkan dan nuansa panggung. Gerakan tangan Gus

Baha sebagai pendukung dari kata yang ucapkan. Pandangan mata Gus Baha sebagai bentuk penghormatan dan menarik perhatian pendengar.

B. Saran

Setelah menyajikan, menjelaskan, menganalisa, dan menyimpulkan hasil penelitian komunikasi persuasif dan retorika dakwah Gus Baha di atas, pekenankan peneliti memberikan beberapa saran demi kemanfaatan tesis ini. Adapun beberapa saran tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Kepada channel *YouTube* NU Online agar selalu menyajikan konten-konten dakwah khususnya para ulama NU dan selalu menyampaikan informasi sosial masyarakat dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat dan toleransi.
2. Kepada *da'i* agar dapat memegang teguh prinsip dan pendiriannya di dalam berdakwah. Selain itu, selalui pegang teguh nilai-nilai keIslaman berdasarkan kaidah *ahlisunnah wal jama'ah* dan selalu berinovasi, kreatif, dan cerdas di dalam menggunakan kaidah persuasif dan retorika di dalam berdakwah. Sehingga dapat menguasai panggung, mempengaruhi *mad'u*, dan menyampaikan pesan dakwah dengan hasil yang ideal, bijak, dan berwibawah.
3. Kepada *mad'u* atau natizen diharapkan dapat mengambil pelajaran serta hikmah dari ceramah Gus Baha tersebut. Selain itu, diharapkan agat *mad'u* dapat menjalankan pesan dakwah tersebut, mengikuti contoh positif yang telah dipraktekkan oleh seorang *da'i* dan poin yang paling penting adalah *mad'u* dapat istiqomah di dalam menjalankan ibadah sebagaimana anjuran *da'i* yang berdasarkan kaidah Islam.
4. Kepada peneliti berikutnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian yang akan datang dan mampu menghasilkan penelitian yang lebih detail, berkualitas dan mengikuti perkembangan khususnya dibidang keilmuan retorika dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zaenal. *Pengantar Retorika*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- . *Pengantar Retorika*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Affandi, Yuyun, Agus Riyadi, Imam Taufiq, Abdurrohman Kasdi, Umma Farida, Abdul Karim, dan Abdul Mufid. “Da’wah Qur’aniyah Based on Environmental Conversation: Revitalizing Spiritual Capital Ecotheology, Environmentally Friendly, Gender Responsive.” *Pertanika: Jurnal Social Sciences & Humanities* 30, no. 1 (2022): 159–70.
- Afifudin, Kusti. “Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Di YouTube (Pengajian Maulid Nabi di Desa Godo Kec. Winong Kab. Pati).” Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2017.
- Ajen, Icek. *Persuasive Communication Theory in Social Psychology: A Historical Perspective*. Amherst: University of Massachusetts, 2013.
- Alek. *Lingustik Umum*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Alvino, Ach Tofan. “Retorika Dakwah KH. Syukron Dzajilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 1 (2021). <https://journal.walisongo.ac.id>.
- Aminuddin. “Konsep Dasar Dakwah.” *Jurnal Al-Munzir* 9, no. 1 (2016).
- . “Media Dakwah.” *Al-Munzir* 9, no. 2 (2016).
- Anwar, Gentasri. *Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato*. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Asiyah, Siti. “Public Speaking dan Kontribusinya Terhadap Kompetensi Dai’.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (2017).
- Asriadi. “Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah.” *Al-Munzir* 13, no. 1 (2020).
- Atabik, Ahmad. “Konsep Komunikasi Dakwah Persuasif Dalam Perspektif Al-Quran.” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2014).
- A’yuniyah, Fitriatul, dan Asep Purwo Yudi Utomo. “Tindak Tutur Ekspresif Dalam Dakwah Gus Baha.” *CARAKA* 8, no. 2 (2020): 197–213.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Devisi dari Prenamedia Group, 2017.
- . *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media, 2019.
- . *Ilmu Pidato*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2015.
- . *Public Speaking: Gaya Dan Teknik Pidato Dakwah*. Jakarta: Pranadamedia Group, 2019.
- Aziz, Mohammad Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

- Azra, Azyumardi, Nur Kholis, Noorhaidi Hasan, YUSDANI, Zuly Qodir, Alimatul Qibtyah, Krismono, Supriyanto, Ahmad Sadzali, dan Hadzan Min Fadhli Robby. *Islam Indonesia 2020*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2020.
- Berliantin, Safira Astri. "Gaya Baha Dakwah Pada Akun Instagram Ustadz Hanan Attaki." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Billah, Masrun. "Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah "Keluarga Yang Dirindukan Rosulullah Saw" Pada Media YouTube." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Bordens, Kenneth S., dan Irwin A. Horowitz. *Social Psychology*. New York: psychology press, 2012.
- Budi. "Biografi Gus Baha' (KH. Ahmad Bahauddin Nursalim)." Laduniid, 2020.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Cahyani, Ida Fitria. "Gaya Baha Gus Baha Dalam Video YouTube Ngaji Bareng." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Chandra, Edy. "Youtube: Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaia Aspirasi Pribadi." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (2017).
- Departemen Agama. *Al-Hikmah: Al-Quran Dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2019.
- Depdiknas RI. *Standar Kompetensi Nasional Bidang Penyiaran*. Jakarta: Direktorat PSMK, 2014.
- Dewi, Fitriana Utami. *Public Speaking*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar., 2014.
- Dia, Kelaut, dan Sri Wahyuni. "Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah 'Apa dan Bagaimana Hijrah Itu.'" *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam*. 19, no. 1 (2021).
- Efendy, Onong Uchayana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Endarmoko, Eko. *Tesaurus Bahasa Indonesia Edisi ke-2*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Erviani, Olivia. "Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisatakota Samarinda." *eJournal Ilmu Komunikasi* 5, no. 3 (2017): 235–47.
- Faiqoh, Fatty. "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5, no. 2 (2016).
- Faizah, Dkk. *Psikologi dakwah*. Jakarta: Kalam Mulia, 2015.
- Fauzi, Ahmad. "Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad." Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Ferdiansyah, Daeng Sani, Enisa, Lea Ingne Reffita, Ida Suryani Wijaya, Rini Fitriani Permatasari, Ramadiva Muhammad Akhyar, Afita Nur Hayati, dkk. *Human Relations*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021.

- Fialová, Jitka, dan Jan Havlíček. "Perception Of Emotion-Related Body Odours In Humans." *Anthropologie Published By: Moravian Museum* 50, no. 1 (2012): 95–110.
- Fikry, Ali. "Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia." *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora* 5, no. 3 (2020): 137–45.
- Fitriyah, Luluk Fikri. *Public Speaking*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Gunawan, Muhammad Syahrul. "Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam Youtube." Skripsi, IAIN Salatiga, 2020.
- Hajar, Ibnu. "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar (Analisis Sosial Media)." *Jurnal Al-Khitabah* 5, no. 2 (2018): 79–94.
- Hamdan, dan Mahmuddin. "YouTube Sebagai Media Dakwah." *Palita: Journal of Social Religion Research* 6, no. 1 (2021): 63–80.
- Hamdani, Kaisar. *Panduan Sukses Public Speaking Dahsyat Memukau*. Yogyakarta: Araska, 2012.
- Hariyanto. "Komunikasi Persuasif Da'i Dalam Pembinaan Keagamaan Narapidana (Studi Pada Lembaga Pemasarakatan Wanita Kelas II A Bandar)." *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (2017).
- Hasanah, Umdatul. *Retorika Dakwah Kontemporer, Cet ke-1*. Banten: Media Madani, 2020.
- Hasani, Jufri. "Komunikasi Persuasif Perspektif Al-Qur'an (Studi Komparatif Makkiy dan Madaniy)." Disertasi, Institut PTIQ Jakarta, 2021.
- Hayadi, Niko, dan Rusmadi Awza. "Komunikasi Persuasif Tim Tasykil Jamaah Tabligh Dalam Menyampaikan Dakwah Dikalangan Warga Muslim (Studi Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)." *Jom Fisip* 3, no. 2 (2016): 1–15.
- Hayati, Umi. "Nilai-Nilai Dakwah Aktivitas Ibadah dan Perilaku Sosial." *INJECT: Interdisciplinary Journal of Communication* 2, no. 2 (2017): 175–92.
- Hendri, Ezi. *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2022.
- Hendrikus, Dori Wuwur. *Retorika, Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius, 2017.
- Hennita, Gisela, Meisy Efna Prisyilia, dan Violita Saffira. "Analisis Komunikasipersuasif Pada Akun Instagram Frelynshop Dalam Meningkatkan Brand Image." *MEDIALOG: Jurnal IlmuKomunikasi* 3, no. 2 (2020): 227–40.
- Hermawan, Agus. *Pengantar Psikologi Dakwah*. Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus, 2019.
- . *Retorika Dakwah*. Kudus: Yayasan Hj. Kartini Kudus., 2018.

- <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>. “Di akses pada 14 Juli 2022,” t.t.
- <https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID>. “Di akses pada 15 Juli 2022,” t.t.
- Hutagalung, Inge. *Teori-Teori Komunikasi dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks, 2015.
- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya., 2013.
- Indrawan, Rully. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Surabaya: Refika Aditama, 2014.
- Irfan, Muh, dan Jusratul Aini. “Gaya Komunikasi dan Retorika Dakwah T.G.K.H Muhammad Zainul Majdi dakam Pengajian Hultah Ke-70-80 NWDI di Pancor.” *Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 1, no. 3 (2019).
- Irmawati. “Retorika Dakwah Ustad Das’ ad Latief di Youtube (Studi Dramatisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare).” PhD Thesis, IAIN Parepare, 2021.
- Isti’anah, Nur Sholihah Zahro’ul, dan Zaenatul Hakamah. “Rekonstruksi Pemahaman Konsep I’jaz al-Qur’an Perspektif Gus Baha.” *QOF: Jurnal Studi Al-Qur’an dan Tafsir* 3, no. 2 (2019): 179–93.
- Jaswadi, Syahroni Ahmad. *Public Speaking*. Surabaya: CV. Cahaya Intan XII., 2014.
- Jigang. *Sanad Keilmuan Gus Baha Hingga Rasulullah*. JIGANG.ID, 2020. <https://jigang.id/sanad-keilmuan-gus-baha-hingga-rasulullah/>.
- Kaelan. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner: bidang Sosial, Budaya, Filsafat, Seni, Agama dan Humaniora*. Jogjakarta: Paradigma, 2012.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima. *Aplikasi Luring Resmi Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016.
- Karim, Iklilul. “Retorika Dakwah K.H. Bahauddin Nursalim Dalam Video YouTube.” Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- Khalifa, Hussein Khalifa Hassan. “A Conceptual Review on Heuristic Systematic Model in Mass Communication Studies.” *International Journal of Media and Mass Communication* 4, no. 2 (2022): 164–75.
- Komara, Erwan. “Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik.” *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)* 2, no. 1 (2021): 27–41.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Liliweri, Alo, dan L Daga. “Telaan Tradisi Perspektif Teori Komunikasi.” *Jurnal Communio* 1, no. 1 (2012): 1–34.
- Littlejohn, Stephen W, dan Karen A. Foss. *Theories Of Human Communication Tenth Edition*. America: Waveland Press, Inc, 2016.
- Lucas, E. Stephen. *The art of public speaking*. New York: McGraw-Hill, 2012.
- Lucas, Stephen E. *The Art of Publik Speaking*. New York: McGraw-Hill, 2012.

- Luo, Xin (Robert), Wei Zhang, Stephen Burd, dan Alessandro Seazzu. "Investigating phishing victimization with the Heuristics-Systematic Model: A theoretical framework and an exploration." *Computers & Security* 38 (2013): 28–38.
- Madjid, Nurcholish. *Islam Kemoderenan dan Keindonesiaan*. Bandung: Mizan, 2013.
- Maemona, Rahma, dan Mutia Rahmi Pratiwi. "Teknik Asosiasi: Sebagai Strategi Pesan Dakwah di Instragram." *Jurkom: Jurnal Risem Komunikasi* 3, no. 2 (2020): 254–68.
- Maulana, Herdiyan, dan Gungum Gumelar. *Psikologi komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata, 2013.
- Mera, Michell Patricia García. *Effects of Persuasive Communication on Intention to Save Energy: Punishing and Rewarding Messages*. New York: Rochester Institute of Technology, 2015.
- Millah, Asep Saeful, Dindin Solahudin, dan Bahrudin. "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2018).
- Misnarni. *Analisis Isi*. Jogjakarta: Gawe Buku (group Penerbit CV. Adi Karya Mandiri), 2019.
- Morisan. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group., 2013.
- Mubasyaroh. "Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 311–24.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013.
- Mukoyimah. "Retorika Dalam Pidato Soekarno Pada Demokrasi Terpimpin (Analisis Dakwah)." Thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018.
- Muljani, Sutji. *Analisis Wacana: Peranan dan Implikasinya dalam pengajaran ketrampilan berbahasa produktif*. Universitas Pancasakti Tegal press., 2014.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2017.
- Munawaroh, Devia, Dadan Suherdiana, dan Nase. "Respon Jamaah terhadap Dakwah KH. Aspuri melalui TQN." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2020): 01–20.
- Muslimah. "Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam." *jurnal Sosial Budaya* 13, no. 2 (2016).
- Mustafirin, dan Agus Riyadi. *Dinamika Dakwah Sufistik Kiai Salih Darat*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management-Anggota IKAPI, 2022.
- Mustakim. *Membina Kemampuan Berbahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.

- Mustofa, Qowim. "Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial." *Musala: Jurnal Pesantren dan Kebudayaan Islam Nusantara* 1, no. 1 (2022): 79–90.
- Mutrofin. "Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da'i di Era Digital." *Jurnal Komunikasi Islam* 8, no. 2 (2018): 341–57.
- Nandiastuti, Septi. "Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui YouTube." Skripsi, IAIN Purwokerto, 2020.
- Nanuru, Ricardo F. "Seni Berwawasan Teknologi Modern." *Journal* 3, no. 1 (2013).
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Ngalimun. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018.
- Nida, Fatma Laili Khoirun. "Peruasi Dalam Media Komunikasi Massa." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam At-Tabasyir* 2, no. 2 (2014).
- Noviyanto, Kholid, dan Sahroni A. Jaswadi. "Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah." *Jurnal Komunikasi Islam* 4, no. 1 (2014).
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Cakra Books, 2014.
- Nurhalima. "Komunikasi Persuasif Majelis Tabligh Pimpinan Daerah Aisyiyah dalam Meningkatkan Akidah Islam di Kabupaten Karo Sumatera Utara." Tesis, IAIN Medan, 2013.
- Perloff, Richard M. *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21st Century*. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2013.
- Popova, Lucy. "The Extended Parallel Process Model: Illuminating the Gaps in Research." *Health Education & Behavior* 39, no. 4 (2012): 455–73.
- Prasetyo, Anton. "Dakwah Persuasif KH Asyhari Marzuqi dan Implikasinya dalam Kehidupan Modern." PhD Thesis, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.
- Purnomo, Luqman. "Retorika Dakwah Muhammad Ali Shodiqin (Gusali Gondrong) Dalam Media Sosial Youtube." Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.
- Qodriyah, Salma Laila. "Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official)." *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah* 1, no. 2 (2021): 151–61.
- Qudsy, Saifuddin Zuhri, dan Althaf Husein Muzakky. "Dinamika Ngaji Online Dalam Tagar Gus Baha: Studi Living Qur'an Di Media Sosial." *POROS ONIM: Jurnal Sosial Keagamaan* 2, no. 1 (2021): 1–19.
- Rafiq, Mohd. "Urgensi Retorika Dalam Aktivitas Dakwah." *FITRA* 1, no. 1 (2015).
- Rahmat, Jalaludin. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Rahmawati, Nanik, Yazida Ichsan, Muhammad Syafrizal Pahlefi, Nur Nawangsih, dan Latsa Alya Utami. "Optimalisasi YouTube Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial." *Jurnal PAI Raden Fatah* 3, no. 4 (2021): 372–81.
- Rakhmat, Jalalludin. *Retorika Modern*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.

- Rakhmawati, Isina. “Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah (Relasi Atas Pendekatan Stelistika Bahasa).” *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013).
- Rakhmawati, Istina. “Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah.” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 49–70.
- Rasimin. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Kualitatif*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika Yogyakarta, 2019.
- Riswandi. *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu., 2013.
- Rohana, dan Syamsuddin. *Analisis Wacana*. Makasar: CV Samudra Alif-Mim, 2015.
- Rohman, Fathur. “Pembelajaran Fiqih Berbasis Masalah melalui Kegiatan Musyawarah di Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang Rembang.” *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 2 (2017): 179–200.
- Roudhonah. *Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Sabrina, Fadilah Az-zahra. “Perbandingan Retorika Dakwah KH Abdullah Gymnastiar dengan Habib Muhammad Rizieq Shihab bin Hussein Shihab.” PhD Thesis, Universitas Andalas, 2021.
- Sadiah, Dewi. *Metodologi Penelitian Dakwah*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2015.
- Safnil. *Pengantar Analisis Retorika Teks 1, Cet ke -3*. Bengkulu: FKIP UNIB, 2020.
- Sakhinah, Siti. “Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Komunitas Terang Jakarta Dalam Mengajak Anak Muda Berhijrah Melalui New Media.” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali, 2012.
- . *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajafindo Persada, 2013.
- Saputri, Dini Anggraeni. *Aristoteles; Biografi Dan Pemikiran*. Filsafat Ilmu, 2017.
- Sari, Azlika Purnama, dan Nur Aida. “Teknik Komunikasi Persuasif Ahmad Rifa’i Rif’an Dalam Dakwah Kepada Kalangan Milenial.” *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2021): 127–47.
- Saud, Syukur, Misnawaty Usman, dan Nurming Saleh. “Efektivitas Model Komunikasi Smcr Berlo Dalam Pengajaran Wortschatz.” *Jurnal Penelitian Pendidikan INSANI* 14, no. 1 (2013).
- Siti Aisyah, Hajar, dan Muhammad Syukron Anshori. “Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media.” *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2021): 62–66.
- Sixmansyah, Leiza. “Retorika Dakwah K.H. Muchammad Syarif Hidayat.” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014.
- Soelistiyowati, Endang, dan Vincent Nugroho. *Strategi Komunikasi Untuk Sukses Menjalिन Relasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Soemirat, Soleh, dan Asep Suryana. *Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2016.

- Solihat, Ihat. "Strategi komunikasi persuasif pengurus gerakan pemuda hijrah dalam berdakwah." B.S. thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2016.
- Suardi. "Urgensi Retorika dalam Perspektif Islam dan Persepsi Masyarakat." *Jurnal An-Nida* 41, no. 2 (2017).
- Sugiono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suhandang, Kustadi. *Strategi Dakwah Penerapan Komunikasi dalam Dakwah*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2014.
- Sulaeman, Arif Ramdan, Anhar Fazri, dan Fairus. "Strategi Pemanfaat YouTube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh." *COMMUNICATION* 11, no. 1 (2020): 81–93.
- Sulistyarini, Dhanik, dan Anna Gustina Zainal. *Buku Ajar: Retorika*. Banten: CV. AA RIZKY, 2020.
- Sumadi, Eko. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi." *Jurnal AT-TABSYIR* 4, no. 1 (2016).
- Sumarsono. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Lembaga Studi Agama, Budaya dan Perdamaian, 2014.
- Sunarto. *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*. Surabaya: Juanda Press, 2014.
- . *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*. Surabaya: Jaudar Press., 2014.
- Sutrisno, Isbandi, dan Ida Wiendijarti. "Kajian retorika untuk pengembangan pengetahuan dan ketrampilan berpidato." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2015): 70–84.
- Suwarno, Joko Indro Cahyono Dwijonegoro. *Seni Pidato Publik: Praktis Akademis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020.
- Syahputra, Iswandi. *Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan teori*. Yogyakarta: Calpulis, 2016.
- Syamsudin. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Tajiri, Hajir. *Etika dan Estetika Dakwah Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Tangkap Layar Google Play Store. "Di akses pada 14 Juli 2022," t.t.
- Usman, Misnawaty. "Pengembangan Model Pembelajaran Kosakata Bahasa Jerman (Wortschatz) Berdasarkan Model Komunikasi SMCR-Berlo Di SMA Negeri Di Kota Makassar." *Eralingua: Jurnal Pendidikan Bahasa Asing dan Sastra* 2, no. 1 (2018).
- Uyun, Nadzrotul. "Novel Rindu Karya Darwis Tere Liye Sebagai Media Komunikasi Persuasif Dalam Kegiatan Dakwah." Skripsi, IAIN Raden Intan Lampung, 2017.

- Wahyuni, Sri. “Komunikasi Persuasif Program Pembinaan Muallaf pada Lembaga Dakwah Muhtadin Masjid Al Falah Surabaya.” *INTEL EKSIA-Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 8, no. 1 (2018): 141–62.
- . “Komunikasi persuasif program pembinaan Muallaf lembaga dakwah Muhtadin Masjid al-Falah Surabaya.” PhD Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017.
- Wibowo, Adi. “Media Sosial Sebagai Trand Media Dakwah Pendidikan Islam Era Digital.” *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019).
- Yahya, Yuangga Kurnia, Syamsul Hadi Untung, dan Indra Ari Fajari. “Dakwah Di YouTube: Upaya Representasi Nilai Islam Oleh Para Content-Creator.” *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah* 20, no. 1 (2020): 1–22.
- Yanuar, Deni, dan Ahmad Nazri Adlani Nasution. “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Pada Ceramah Peringatan Maulid Nabi Muhammad Saw Tahun 1440 H Di Mesjid Raya Baiturahman Banda Aceh.” *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 25, no. 2 (2019): 354–85.
- Yulianto, Andika. *Menelisik Analisis Wacana Dalam Sebuah Kajian Teks*. Jogjakarta: Gawe Buku (group Penerbit CV. Adi Karya Mandiri), 2019.
- Yusuf, Muhammad. “Seni Sebagai Media Dakwah.” *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 2, no. 1 (2018).
- Yusuf, Pawit Muhammad. *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Zaini, Ahmad. “Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara ‘Mamah & Aa Beraksi’ di Indosiar.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 219–34.
- Zulfahmi, Ahmad Hilman. “Metode Dakwah Alfie Alfandy Di Kalangan Pemuda Dalam Komunitas Bikers Dakwah Melalui Pendekatan Komunikasi Persuasif.” B.S. thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.
- Zuraidah, Rofila. “Pola komunikasi persuasif dalam fanspage Setia Furqon Kholid.” PhD Thesis, IAIN Ponorogo, 2017.

Malik Ibrahim_Tesis (1)

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

1%

2

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

1%

3

media.neliti.com

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%



MALIK IBRAHIM

082281949985

m4likibra69@gmail.com

Dk. Purun, RT. 000/ RW. 000, Desa
Purun, Kecamatan Penukul, Kabupaten
Penukul Abab Lematang Ilir, Penukul
Abab Lematang Ilir, 31316, Indonesia

TENTANG SAYA

Saya, Malik Ibrahim, lahir pada tanggal 6 Mei 1998, di Kabupaten Penukul Abab Lematang Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Saya lulusan dari UIN Salatiga Tahun 2021, saat ini saya masih menyelesaikan tugas akhir pendidikan di jenjang Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, keahlian Saya mampu berbicara dengan baik, dan bersosial dengan bagus, selain itu Saya mampu menjadi MC, membaca Puisi, Pidato dan melobi dengan baik.

TAUTAN

Instagram:
<http://m4likibra>

Facebook:
<http://ibrahim>

BAHASA

Inggris

Arab

SURAT IZIN MENBEMUDI (SIM)

Kategori SIM
SIM C

DETAIL DATA PRIBADI

Tanggal lahir
6 Mei 1998

Kebangsaan
Indonesia

Status pernikahan
Lajang

PENGALAMAN KERJA

CONTENT CREATOR

PMEN | SEMARANG
AGT 2021 - DES 2021

PRAMUSAJI

CETRING IIN WIDODO SALATIGA | SALATIGA, JAWA TENGAH
OKT 2017 - SEKARANG

PENDIDIKAN

S1 KOMUNIKASI DAN PENSIARAN ISLAM

UIN SALATIGA | SALATIGA, JAWA TENGAH
2021

KEAHLIAN

Puisi

Master Of Ceremony

Menulis

Karya Tulis Ilmiah

Pidato

PUBLIKASI

MOTIVASI JAMA'AH MENGIKUTI RITUAL KEAGAMAAN TAREKAT
QODIRIYAH NAQSABANDIYAH PADA PONDOK PESANTREN
SALATIGA

UIN SALATIGA
JUL 2021

AKTIVITAS EKTRAKURIKULER

KETUA

HIMPUNAN MAHASISWA SUMATERA | SALATIGA, JAWA TENGAH
OKT 2018 - OKT 2019

KETUA 1

LDK FATHIR AR-RASYID
APR 2019 - MEI 2020

ANGGOTA

LASKAR PEDULI ANAK NEGERI | SALATIGA, JAWA TENGAH
JUN 2018 - MEI 2019

ANGGOTA

ITTAQO IAIN SALATIGA | SALATIGA, JAWA TENGAH
FEB 2018 - SEP 2019

PELATIHAN

JURNALISTIK, PRMN

JUN 2021 - DES 2021

MAGANG

TATA USAHA

KUA MUARA ENIM | MUARA ENIM, SUMATERA SELATAN
AGT 2019 - OKT 2019

HOBII

Traveling, Kuliner