

**GAYA RETORIKA DAKWAH USTADZ HILMAN FAUZI
DALAM *CHANNEL YOUTUBE AHILMANFAUZI***

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi Broadcasting



OLEH:

FIKI LAILATUL MASRUROH

2001026080

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

2024

NOTA PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Fiki Lailatul Masruroh
NIM : 2001026080
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi : KPI/ Broadcasting
Judul : Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi dalam Channel YouTube
AHILMANFAUZI

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 10 September 2024
Dosen Pembimbing



Fitri M.Sos.

NIP 198905072019032021

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi dalam Channel AHILMANFAUZI

Oleh:


Fiki Lailatul Masruroh

2001026080

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 25 September 2024 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

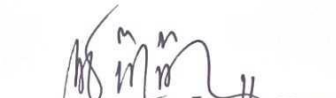
Ketua Dewan Penguji



Dr. Abdul Ghoni, M. Ag.

NIP. 197707092005011003

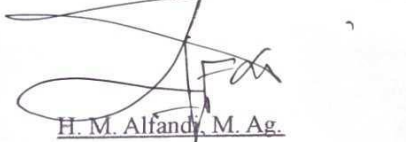
Sekretaris dewan penguji



Maya Rini Handayani, M. Kom.

NIP. 197605052011012007

Penguji I



H. M. Alfandy, M. Ag.

NIP. 19710830199703100

Penguji II



Dr. Masy Ari Ulinuha, MT.

NIP. 198108122011011007

Mengetahui Pembimbing



Fitri, M. Sos.

198905072019032021

Disahkan oleh,

Dekan fakultas dakwah dan komunikasi

Pada tanggal 23-10-2024



Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M. Ag.

NIP. 197205171998031003

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fiki Lailatul Masruroh
NIM : 2001026080
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**RETORIKA DAKWAH USTADZ HILMAN FAUZI DALAM CHANNEL
YOUTUBE AHILMANFAUZI**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 10 September 2024

Pembuat Pernyataan



Fiki Lailatul Masruroh

NIM. 2001026080

KATA PENGANTAR

Untaian rasa syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah- Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi dalam Channel Youtube Ahilmanfauzi” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan kelulusan program studi S1 Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Sebagai manusia yang tak luput dari kesalahan, maka skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun berkat bimbingan, bantuan dan usaha dari semua pihak skripsi ini dapat diterima sebagai prasyarat terakhir dalam menempuh pembelajaran di Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. Bapak Dr. Asep Dadang Abdulah, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan wali dosen penulis.
4. Dr. Abdul Ghoni, M.Ag. selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Ibu Fitri, M. Sos. sekaligus pembimbing skripsi, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah mengarahkan, mendidik, dan membimbing peneliti selama dibangku perkuliahan.
7. Ibu dan Bapak penulis yang sudah meridhoi anak kecilnya sukses.
8. Saudara kandung kakak-kakak tercinta yang selalu memberikan doa, moril maupun materi, serta perjuangan yang luar biasa demi kelulusan pendidikan adik kecil tercintanya.
9. Teman-teman terbaik yang selalu ada untuk memberikan perhatian dan bantuan selama penulisan skripsi.

Tiada yang dapat penulis berikan selain doa semoga semua urusan mereka dimudahkan Allah SWT, dan diberikan pahala yang berlipat ganda. Skripsi ini dibuat dengan usaha maksimal penulis, namun masih banyak kekurangan karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Semarang, 10 September 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fiki Lailatul Masruroh', written in a cursive style.

Fiki Lailatul Masruroh

20010260

PERSEMBAHAN

Seseorang dimuliakan bukanlah disebabkan oleh apa yang dimilikinya. Akan tetapi karena pengorbanannya dalam memberikan manfaat untuk orang lain, dengan keringat persembahan karya tulis ini untuk orang-orang yang selalu ikhlas membimbingku dengan kasih sayang dan ketulusannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibunda dan ayahanda yang senantiasa mendoakan putra-putrinya untuk sukses dunia akhirat sejak dahulu, bahkan sejak kita belum ada di dunia sampai saat ini dan akhir nanti.
2. Ketiga kakak tercinta, para ipar dan nenek yang membesarkanku, orang yang selalu ada dan memberikan doa dukungan baik dalam bentuk moril maupun materi, serta kasih sayang dan motivasi perjuangan yang luar biasa demi kelulusan dan kesuksesan pendidikan adik kecil tercintanya.
3. Adik-adik kecil ponakan dari penulis, salah satu motivator untuk selalu mencapai tujuan penulis.
4. Sahabat terbaik sejak bangku SMA, Tri Handayani yang selalu menjadi tempat pelarian dikala penulis *down* selama penyusunan skripsi.
5. Teman-teman terbaik di perkuliahan, Nabilla Kinantiya Dwita, Dewi Mashitoh, Hilmaliana Mardhatillah Utami, Salma Fitria Bariklana, Haidar Asnal Harfa Bik yang senantiasa kebersamai, menghibur, mendukung dan selalu bertukar saran dalam proses perkuliahan.

MOTTO

“Hal baik terjadi secara ketidaksengajaan. Ketidaksengajaan terjadi bukan kebetulan, akan tetapi Allah sedang menarik Anda untuk lebih tinggi. Langkah kecil yang tertatih bukan suatu masalah, jika Anda mampu mensyukuri”

(Fiki Lailatul Masruroh)

ABSTRAK

Nama Fiki Lailatul Masruroh, 2001026080. “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi dalam Channel AHILMANFAUZI”. Skripsi program S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Retorika dalam arti sederhana merupakan seni berbicara yang mempunyai daya tarik dalam penyampaian pesan supaya pendengar dengan mudah memahami isi dari pesan yang disampaikan. Retorika sangat berhubungan erat dengan kepiawaian seorang pendakwah dalam berbicara yang dapat menimbulkan kesan baik terhadap pendengarnya. Penggunaan bahasa yang santai cenderung bisa diterima oleh berbagai kalangan. Dakwah pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang dilakukan umat Islam untuk menyiarkan dan menyebarkan Islam ke jalan Allah SWT. Penggunaan bahasa saja tidak cukup dalam beretorika, dibutuhkan penunjang lain seperti gaya suara dan gerak tubuh. Pentingnya ilmu retorika dakwah akan membawa umat Islam dalam kebaikan. Seperti dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTubenya.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTube. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi dan teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTube AHILMANFAUZI meliputi penggunaan gaya bahasa percakapan dengan merangkul semua perbedaan, hal tersebut menandakan bahwa kegiatan berdakwahnya bersifat santai, dan ringan. Penggunaan gaya bahasa berdasarkan nada, A Hilman menerapkan gaya bahasa mulia bertenaga dan menengah, ditandai dengan penekanan pada hal penting serta menimbulkan emosional *mad'u* dengan penggunaan kalimat candaan untuk membangun suasana dakwah yang menyenangkan. Penggunaan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, A Hilman menerapkan kalimat antitesis dan repetisi, dimana pada penggunaan frasa dilakukan menggunakan kata berlawanan dan pengulangan kata yang dianggap penting serta untuk mengindahkkan kalimat dari pesan yang disampaikan. A Hilman menggunakan gaya suara *pitch* dalam dakwahnya, meliputi nada naik turun, nada turun naik, dan nada datar, variasi nada yang digunakan A Hilman mampu menghidupkan dakwah yang lebih menarik, berbagai macam nada/intonasi digunakan untuk menyesuaikan dengan pesan yang disampaikan, sehingga antara pesan dan nada bisa berkesinambungan. Ustadz Hilman Fauzi melibatkan gerakan non verbal, gestur tubuh yang sering digunakan adalah memainkan gerakan tangan dengan mengikuti setiap kalimat, ekspresi wajah penuh dengan senyuman, terlihat tenang dan tidak menunjukkan rasa kesal atau emosi, pandangan mata yang fokus dan tajam mengisyaratkan untuk mengajak para *mad'u* nya berbicara, dan penampilan pakaiannya terlihat sangat rapi, sopan dan modis.

Kata Kunci: Gaya Retorika, Dakwah, Ustadz Hilman Fauzi, YouTube

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Penelitian	8
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	8
2. Definisi Konseptual	9
3. Sumber dan Jenis Data.....	9
4. Teknik Pengumpulan Data.....	11
5. Teknik Analisis Data.....	11
BAB II.....	13
GAYA RETORIKA, DAKWAH DAN YOUTUBE.....	13
1. Gaya Retorika	13
2. Dakwah	19
3. Retorika Dakwah	21
4. YouTube	22
5. GEN Z.....	26

BAB III	29
CHANNEL YOUTUBE AHILMANFAUZI DAN TRANSKRIP DAKWAH USTADZ HILMAN FAUZI	29
A. Biografi Ustadz Hilman Fauzi	29
B. Channel YouTube Ustadz Hilman Fauzi	31
C. Transkrip dan Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi.....	32
BAB IV	43
ANALISIS GAYA RETORIKA DAKWAH USTADZ HILMAN FAUZI DALAM CHANNEL YOUTUBE	43
A. Gaya Bahasa Ustadz Hilman Fauzi.....	44
B. Gaya Suara Ustadz Hilman Fauzi	61
C. Gerak Tubuh Ustadz Hilman Fauzi	65
BAB V	70
PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ustadz Hilman Fauzi	29
Gambar 2 Tampilan akun channel YouTube Ustadz Hilman Fauzi	31
Gambar 3 Konten dakwah berjudul “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu”	32
Gambar 4 Konten dakwah berjudul “Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup”	34
Gambar 5 Konten dakwah berjudul Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini”	36
Gambar 6 Konten dakwah berjudul “Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia”	37
Gambar 7 Konten dakwah berjudul “Untukmu yang Diberatkan Hidupnya”	39
Gambar 8 Konten dakwah berjudul “Hidupmu Belum Usai, Sayang”	40
Gambar 9 Konten dakwah berjudul berjudul “Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?”	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Judul Konten Dakwah.....	10
-----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi menjadi hal terpenting bagi manusia. Hakikatnya komunikasi tidak hanya dilakukan kepada manusia melainkan juga dengan Tuhan. Komunikasi dilakukan untuk mengaktualisasikan pribadi masing-masing. Dakwah Islam merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh manusia kepada sesama. Proses penyampaian pesan dakwah harus mempunyai seni berbicara yang menarik dan mudah diterima masyarakat. Seni berbicara atau retorika yang dimiliki seorang *da'i* mampu meningkatkan kualitas dalam segi berbicara serta meyakinkan *mad'u* terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Retorika tidak terikat dengan ilmu tertentu, melainkan bersifat universal. Dengan begitu, dakwah Islam dan retorika merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Salah satunya Ustadz Hilman Fauzi atau dikenal dengan sebutan A Hilman yang mempunyai seni berbicara untuk mempengaruhi perilaku para *mad'unya* (Prabowo, 2022).

Penyampaian pesan oleh *da'i* kepada *mad'u* sebaiknya dilakukan dengan mengurangi risiko salah persepsi. Retorika perlu diterapkan oleh para pendakwah dengan memperhatikan gaya retorika meliputi, gaya bahasa, gaya suara, gerak tubuh, dan penampilan yang tepat, hal itu bisa mengurangi ketidakpahaman. Penggunaan retorika dalam berdakwah diterapkan agar pesan dakwah bisa langsung diterima para *mad'u*. Retorika bisa didapatkan oleh semua *da'i* dengan melakukan pelatihan, jam terbang yang banyak, memiliki bakat dalam berkomunikasi, maka hal itu akan muncul dengan sendirinya ketika berdakwah (Budi Santoso, 2020). Salah satu pendakwah yang menggunakan gaya retorika adalah Ustadz Himan Fauzi.

Berdakwah bisa dilakukan dengan menggunakan alat perantara dan tidak menggunakan alat perantara. Banyak ditemukan dakwah di beberapa *platform* media sosial karena perkembangan teknologi. Salah satu jenis perkembangan teknologi adalah internet, internet merupakan teknologi yang sangat berperan dalam kehidupan manusia dari terobosan masa kini. Internet memiliki jaringan yang sangat luas, sehingga semua penggunaanya bisa

mengakses atau menggunakan dengan kehendaknya. Internet disebut dengan perpustakaan dunia, apa pun yang kita cari pasti tersedia. Selain itu, internet juga sangat mudah digunakan dan banyak yang tertarik menggunakannya. Internet kemudian berkembang menghadirkan media sosial (Wibowo, 2020).

Perkembangan teknologi semakin berpengaruh dalam kehidupan manusia ditandai dengan munculnya inovasi baru, salah satunya media sosial. Melihat perkembangan teknologi di era digital saat ini, di mana semua bisa diakses secara cepat dan terjangkau oleh para pengguna media sosial. Media sosial sudah menjadi hal yang fenomenal dan mengglobal, keberadaannya nyaris tidak bisa dipisahkan dari aktivitas manusia. Media sosial merupakan media online, namun pendapat lain mengatakan bahwa media sosial merupakan media online yang mendukung dalam penggunaan teknologi berbasis web dan berbasis dialog interaktif serta mendukung interaksi sosial. Dilansir dari Data Reportal (Yonatan, 2023), perkembangan sangat pesat dalam penggunaan media sosial di Indonesia terjadi pada tahun 2023. Terdapat 167 juta pengguna, dengan total 153 juta merupakan pengguna di atas 18 tahun merupakan 79,5% dari populasi. Hal ini meningkat dari data tahun 2017 hanya terdapat 47,3% pengguna media sosial dan akan diperkirakan bertambah pada tahun 2026 sekitar total pengguna 81,82%. Salah satu penggunaan media sosial yang paling sering digunakan atau dikunjungi adalah YouTube.

Banyak permasalahan yang timbul karena hadirnya media sosial dalam kehidupan. Media sosial menjadi tantangan dalam berkembangnya teknologi informasi, salah satunya dalam berdakwah. Banyak media *mainstream* yang hadir anti Islam, banyak bermunculan ustadz baru karena mereka mengunggah konten-konten dakwah dan ahli *public speaking* lalu menyebarkannya dan langsung dinilai sebagai ustadz oleh masyarakat, bukan seseorang yang benar-benar ahli dalam agama demi mengejar popularitas semata. Kurangnya tenaga ahli muslim yang mengetahui seluk beluk media massa. Banyak para pendakwah yang bingung akan membawa Islam ke mana di tengah perkembangan teknologi agar dapat dipahami oleh *mad'u*. Dibutuhkan kualitas para pendakwah yang mampu mengikuti zaman dan perilaku modernisasi agar tidak terjadi pertentangan (Mutia, 2022).

Meskipun demikian, penggunaan media sosial selalu memberikan perkembangan pada setiap aktivitas. Perlu langkah konkret dan aksi nyata dalam mendorong pemanfaatan media sosial secara sehat dan santun salah satunya dalam berdakwah. Sebuah informasi harus memiliki motivasi yang positif agar ruang media menjadi layak dan sehat untuk dikonsumsi. YouTube mempunyai berbagai kelebihan yang dapat membantu proses dakwah lebih cepat diterima. Kelebihan di antaranya mempunyai pengguna yang tersebar di berbagai wilayah, durasi video yang panjang, menjadi ajang sebagai sarana mencari informasi pengetahuan baru dan menjadi alat pembelajaran online yang terbilang efektif (Fitriani, 2020).

Akun YouTube AHILMANFAUZI memilih media sosial YouTube sebagai sarana berdakwahnya. Ustadz Hilman Fauzi lebih memilih YouTube karena sudah menyadari pengguna YouTube begitu banyak, lebih dari 122 juta orang yang mengakses YouTube melalui aplikasi lainnya ataupun web dalam satu hari. Pengguna YouTube di Indonesia menduduki peringkat pertama dengan jumlah 139 juta pengguna di awal tahun 2023 (Yonatan, 2023). Apalagi di era digital seperti saat ini harus mampu mengikuti perkembangan arus teknologi.

Ustadz Hilman Fauzi dikenal sebagai pendakwah muda yang berprestasi dan memiliki berbagai macam kejuaraan dan berbagai bidang pekerjaan yang ditekuninya, serta mempunyai keahlian dalam seni berbicara atau pandai dalam berretorika, ketegasan dalam menyampaikan pesan dakwah, kreativitas, dan mempunyai identitas yang unik. Keahliannya dalam seni berbicara atau menggunakan gaya retorika diterapkan agar dakwah lebih indah, lebih menarik, dan menghindari suasana hening serta monoton. Usaha yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi bertujuan supaya pesan-pesan yang disampaikan bisa diaplikasikan dan berpengaruh kepada para *mad'u*. Dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi melalui YouTube ini tergolong dakwah yang menyenangkan, tidak heran jika dakwahnya langsung diterima oleh berbagai kalangan (Prabowo, 2022).

Cara berdakwahnya menggunakan metode durasi yang singkat dan menarik, sehingga sasaran utama dakwahnya adalah Gen Z karena pengguna terbanyak media sosial, dilihat dari banyaknya ratusan ribu *viewers* dan *likes* di setiap tayangan video dakwahnya dan mulai bergabung YouTube tahun 2020,

memiliki 330 ribu *subscribers* dengan postingan lebih dari 385 video dan *playlists* yang menarik. Penggunaan YouTube dalam proses dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi menghadirkan beragam konten, seperti video ceramah, animasi, vlog kehidupan sehari-hari, sketsa komedi, meme dan lain sebagainya untuk menarik perhatian dan mengedukasi para *mad'u* nya yang terlihat lebih santai dan menyenangkan. Memungkinkan terjadinya interaksi pada pesan, kolom komentar, fitur lainnya dan akan terjalin hubungan kedekatan dalam proses dakwah. Hal itulah yang menjadikan channel YouTube nya sebagai sumber informasi segar dan berbeda (Fauzi, 2023).

Pesan dakwah yang disampaikan dikemas dengan cara yang menarik, cara tersebut diharapkan lebih mudah dipahami oleh semua kalangan. Penggunaan gaya bahasa yang santai dan sifat humoris yang dimiliki mampu dicerna para *mad'u*, serta gaya komunikasi akrab dan ramah yang selalu digunakan dalam berdakwah (Prabowo, 2022). Keberanian dan keterbukaan yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi menjadi salah satu pembeda dengan para *da'i* lain karena mampu membahas topik yang bersifat kontroversial yang relevan dengan perkembangan zaman seperti peran gender, kesetaraan perempuan dengan laki-laki, penindasan dan ketidakadilan, berbagai isu moral seperti LGBT, hubungan antara politik dan agama, kritik terhadap sistem politik atau sistem pemerintahan yang kurang sesuai, dan lain sebagainya. Membahas topik yang jarang diangkat oleh *da'i* lain. Ustadz Hilman Fauzi mampu merangkul perbedaan pendapat dan perspektif dengan sikap terbuka yang membuatnya menjadi figur yang dihormati dan semakin digemari oleh *mad'u* nya. Kemampuannya dalam penggunaan gaya retorika berdakwah dengan memperhatikan bahasa, suara, dan gerakan non verbal serta menggunakan media sosial yang kreatif secara efektif dan menarik menjadi salah satu *da'i* yang dicari-cari oleh generasi muda karena pengguna aktif pada *platform* tersebut dan menjadi daya tarik tersendiri bagi orang yang mengikuti dakwah.

Banyak pendakwah yang menerapkan gaya retorika dalam berdakwahnya, namun tidak semua gaya retorika yang disampaikan mendapatkan hasil yang efektif. Seringkali ditemukan penggunaan bahasa yang terlalu sederhana, terlalu bergantung pada emosi *mad'u* dapat memanipulasi perasaan *mad'u*, kurangnya kedalaman dalam memberikan isu teologis serta menghambat perkembangan berpikir kritis. Pendakwah hanya mengikuti

keinginan yang menjadi kesenangan mad'u dalam proses berdakwah yang terlalu menghibur para mad'unya dengan mengesampingkan aspek intelektual keagamaan, bahkan dalam penggunaan humor pada dakwah dianggap terlalu berlebihan. Gaya retotika dakwah seperti itu kurang efektif bagi mad'u dalam memenuhi nilai agama (Rahmawati, 2020).

Berbagai macam sudut pandang dan kritik para mad'u terhadap perilaku para pendakwah bisa dijumpai pada situs website, seperti (Noviandi, 2024), dalam websitenya mengatakan bahwa Ustadz Muflih Safita mengkritik ceramah Ustadz Adi Hidayat yang memaksakan dalil tidak berdasarkan manhaj salafus shalih. Selain itu, dalam gaya retorika berdakwah Ustadz Hanan Attaki dianggap penggunaan humor terlalu berlebihan dengan mengesampingkan aspek keseriusan, kurang mendalami aspek historis agama (Rahmawati, 2020). Gus Baha merupakan tokoh yang dikenal dengan penggunaan pakaiannya yang sederhana, namun Gus Baha juga mendapatkan kesan kurang baik menurut para mad'unya, seperti penggunaan gaya bahasa yang terlalu informal dan penggunaan bahasa jawa yang terlalu sering, hal tersebut menjadi perbincangan mad'unya yang tidak menguasai bahasa jawa. Penggunaan banyak unsur candaan yang terlalu sering dapat mengalihkan perhatian akan inti pesan yang disampaikan (Firdaus, 2021). Penerapan gaya retorika dalam proses berdakwah dilakukan seperlunya saja tidak perlu melebih-lebihkan supaya dakwahnya terlihat menarik.

Penelitian ini begitu menarik untuk dilakukan karena meneliti tentang gaya retorika yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam dakwahnya yang dikenal sebagai ustadz milenial yang mampu menerapkan gaya retorika secara umum untuk semua kalangan mad'unya. Aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hilman Fauzi tidak lepas dari dakwah konvensional dan tidak sepenuhnya berdakwah menggunakan media virtual seperti melalui *platform YouTube, Facebook, Instagram, Telegram, Twitter, dan Spotify*. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan akun YouTube AHILMANFAUZI sebagai bahan penelitian, supaya orang yang berkeinginan menjadi pendakwah bisa sukses diterima oleh *mad'u* dengan konsisten dalam menyampaikan pesan dakwah secara menarik. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTube AHILMANFAUZI.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang difokuskan pada penelitian ini adalah bagaimana gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTube?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan, terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk menjelaskan gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTube.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan suatu manfaat berkaitan dengan retorika yang perlu dimiliki seorang *da'i*. Mampu memberikan sumbangan pengetahuan dari berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi sebagai media belajar bagi penggunanya.

2. Manfaat Praktis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis tentang pentingnya retorika dakwah serta dapat dijadikan sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

Diperlukan adanya tinjauan pustaka guna memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi penelitian serupa yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat menemukan persamaan dan perbedaan dengan studi yang diteliti guna menghindari kesamaan dalam penulisan. Adapun beberapa penelitian yang terdapat relevansinya dengan judul yang diteliti, diantaranya:

Pertama, penelitian dari Ivanka Istiqomah Handayani (2021) dengan judul "*Gaya Retorika Dakwah Habib Syech Di Youtube*". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui gaya retorika yang diterapkan oleh Habib Syech di YouTube. Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa Habib Syech menggunakan gaya bahasa resmi, tidak resmi, dan bahasa percakapan, menggunakan gaya bahasa tekanan (*pitch*) dan jeda (*pause*), serta gerak tubuh

yang selalu tegap tidak terlepas dari gaya gerak tangan, kontak mata dan pakaian dan penampilan. Gaya tersebut sebagai pendukung beretorika supaya pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik sesuai dengan harapan *da'i* dan *mad'u*. Persamaan terletak pada objek yang digunakan yaitu YouTube. Perbedaan dalam penelitian tersebut dengan peneliti adalah terdapat pada subjeknya, penelitian tersebut meneliti terkait Habib Syech sedangkan peneliti meneliti Ustadz Hilman Fauzi (Handayani, 2021)

Kedua, penelitian dari Muhammad Yusuf Hasim (2023), dengan judul “*Retorika Dakwah Ustadz Anaz Fauzi Dalam Acara Pernikahan Di YouTube*”. Penelitian tersebut bertujuan guna mengetahui jenis gaya retorika yang dilakukan Ustadz Anas dalam acara pernikahan. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah menggunakan gaya bahasa percakapan yang berdialog langsung kepada calon pengantin. Ustadz Anas mampu mengimbangi antara tinggi rendahnya suara, penekanan dan kejelasan kata. Mimik wajah didukung pakaian yang sesuai menjadi nilai tersendiri bagi Ustadz Anas dalam menghibur calon pengantin. Persamaan dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang retorika dakwah dan bahan peneliti seorang *da'i* atau ustadz. Perbedaan dengan peneliti adalah subjek penelitian, peneliti tersebut meneliti retorika ustadz Anas dan peneliti meneliti Ustadz Hilman Fauzi (Hasim, 2023).

Ketiga, penelitian dari Pira Suswita dan Darul Ilmi (2023), dengan judul “*Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Handy Bonny*”. Tujuan dalam penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah Ustadz Handy Bonny dalam channel YouTube. Metode yang digunakan adalah analisis isi, dengan mengambil tiga judul dalam tayangan YouTube Handy Bonny. Menemukan hasil bahwa pesan yang tersampaikan pada akun Handy Bonny menghasilkan gaya bahasa percakapan, selain itu guna menunjang keberhasilan retorika Ustadz Handy selalu menampilkan gerakan tangan dan tubuhnya dengan sikap badan yang santai, penampilan pakaian yang dikenakan sesuai tren anak muda sekarang. Persamaan kedua peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang channel YouTube, namun memiliki perbedaan dalam subjek, peneliti meneliti Ustadz Handy Bonny (Pira Suwira, 2023).

Keempat, penelitian dari Ahmad Siraj (2023), judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hilman Fauzi Di Media Sosial*”. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pesan dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi di akun Instagramnya. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif analisis isi. Penelitian tersebut mengumpulkan hasil bahwa Instagram menjadi kemajuan media berdakwah dengan berbagai macam konten. Salah satunya media sosial Instagram @hilman_fauzi dikenal dengan pendakwah kondang dengan gaya bahasa ringan dan santai, ceramahnya dalam durasi pendek dan kemampuannya dalam merangkul semua kalangan. Dilihat video ceramahnya ratusan ribu orang. Perbedaan kedua penelitian ini adalah terletak pada data penelitian dan media yang digunakan, peneliti menggunakan media YouTube (Siraj, 2023).

Kebaruan atau *Novelty* dari penelitian ini terletak pada judul penelitian yang dilakukan berfokus pada gaya retorika atau seni berbicara yang diterapkan A Hilman dalam berdakwahnya pada akun YouTube AHILMANFAUZI, serta peneliti menemukan pengetahuan baru tentang gaya suara dan gerak tubuh yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam berdakwah. Peneliti belum menemukan judul pada penelitian sebelumnya mengenai gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi menggunakan *platform* YouTube, peneliti lain menggunakan *platform* Instagram sebagai bahan penelitiannya dan peneliti belum menemukan pada penelitian sebelumnya yang membahas tentang gaya suara dan gerak tubuh ketika Ustadz Hilman Fauzi berdakwah.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah guna mendapatkan data terhadap kegunaan serta tujuan tertentu. Metode ilmiah didasarkan pada ciri sistematis dan rasional, data yang diperoleh merupakan data yang mempunyai kriteria kevalidan. Dengan data yang valid mampu menghasilkan penelitian yang sesuai dengan kenyataan dan objektif (Sugiyono, 2015).

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dengan judul “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi dalam Channel YouTube AHILMANFAUZI” termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian untuk

menjelaskan fenomena secara mendalam dengan mengumpulkan berbagai data dan tidak mengutamakan sampling populasi. Dalam penelitian kualitatif lebih fokus pada kedalaman bukan fokus pada jumlah data yang diperoleh. Penelitian ini dilakukan secara mendalam guna memperoleh data yang masuk akal (Sugiyono, 2015).

Masalah yang terdapat dalam rumusan masalah akan dipecahkan dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berusaha menampilkan secara utuh, membutuhkan kecermatan dalam pemaparan, sehingga hasil penelitian dapat dipahami secara menyeluruh dan menyajikan data dengan mendeskripsikan dari hasil yang telah didapat peneliti.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan upaya peneliti dalam memperjelas ruang lingkup penelitian agar kesalahpahaman topik tidak terjadi, maka dalam menggambarkan topik penelitian yang akan dibahas lebih fokus dan jelas. Definisi konseptual sangat diperlukan dalam sebuah penelitian guna menyamakan persepsi antara peneliti dengan pembaca. Adapun definisi konseptual yang perlu dibatasi dan diperjelas dalam penelitian dakwah menggunakan media sosial YouTube pada akun AHILMANFAUZI adalah gaya retorika.

Penelitian dilakukan untuk menganalisis gaya retorika dakwah menurut gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa berdasarkan nada, gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, gaya suara, dan gerak tubuh yang dilakukan oleh Ustadz Hilman Fauzi. Gaya retorika yang diteliti meliputi tujuh video konten dakwah Ustadz Hilman Fauzi pada akun channel YouTube AHILMANFAUZI yang mendapatkan *feed back* dari *mad'u* ditinjau dari jumlah dilihat dan disukai terbanyak selama awal tahun 2024.

3. Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat didefinisikan sebagai bahan mentah yang dikumpulkan peneliti menjadi dasar untuk menganalisis.

Menurut Lexy J sumber data penelitian kualitatif berupa tindakan dan kata-kata, data pendukung lainnya seperti dokumen dan lainnya. Sumber data merupakan objek penelitian yaitu tempat diperolehnya data penelitian (Lexy J, 2000).

Sumber data merupakan informasi yang diperoleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sumber data yang digunakan peneliti berasal dari data primer yaitu data yang diperoleh dari sumber asli atau sumber data yang utama, data primer pada penelitian ini bersumber atau diperoleh dari video yang diunggah akun YouTube AHILMANFAUZI selama 7 bulan terakhir atau awal tahun 2024 dan memilih tujuh konten yang mendapatkan respon baik dari para penonton kemudian dilanjutkan dengan dokumentasi. Tujuh konten dakwah yang diambil oleh peneliti adalah konten yang paling banyak dilihat dan disukai oleh para penonton/*mad'u*, sehingga bisa disimpulkan bahwa ketujuh konten tersebut memiliki tema yang mampu menarik hati *mad'u* dan menjadi kunci keberhasilan A Hilman Fauzi dalam berdakwah.

Guna memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan oleh peneliti diperoleh dari sumber data primer utama melalui akun YouTube AHILMANFAUZI ditinjau dari segi aktivitas yang terdapat pada channel tersebut, seperti *feedback viewers* atau tingkat keterlibatan dari penonton dilihat dari segi jumlah *viewers* dan *likes*, tema dan jenis konten yang sering diangkat dalam dakwah serta mendapatkan respon baik dari penonton kemudian dilanjutkan dengan dokumentasi. Ketujuh konten dakwah yang melibatkan penonton/*mad'u* dalam melihat dan menyukai terbanyak, sebagai berikut:

Tabel 1. Judul Konten Dakwah

NO	JUDUL KONTEN DAKWAH
1.	Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu
2.	Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup
3.	Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini
4.	Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia
5.	Untukmu yang Diberatkan Hidupnya

6.	Hidupmu Belum Usai, Sayang
7.	Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tindakan yang dilakukan peneliti guna mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Metode Dokumentasi merupakan gambar, tulisan, dan karya monumental. Contoh dokumentasi bentuk tulisan seperti biografi, peraturan tertulis maupun catatan harian. Contoh dokumentasi bentuk gambar seperti sketsa, video, foto (Sugiyono, 2015). Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi demi mendapatkan data primer berupa kalimat atau pernyataan mengenai gaya retorika dakwah pada channel YouTube AHILMANFAUZI. Teknik dokumentasi yang dilakukan peneliti adalah, pertama mendokumentasikan biografi Ustadz Hilman Fauzi dan profil channel YouTube AHILMANFAUZI, kedua mengorganisir tujuh video yang memiliki jumlah penonton terbanyak dan disukai pada awal tahun 2024, ketiga mendokumentasikan ketujuh konten tersebut dengan menyertakan tampilan konten video dakwah dan teks dakwah, keempat mengorganisir gambar yang memperlihatkan pada beberapa perilaku bagian non verbal yang sama.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari, menyusun secara sistematis data yang sudah diperoleh berdasarkan catatan lapangan, cara, dan dokumentasi kemudian mengorganisasikannya ke dalam unit, memilih dan memilah yang dianggap penting dan yang akan dipelajari, kemudian membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2015). Analisis data pada penelitian menggunakan metode Miles dan Huberman dengan cara:

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Peneliti akan mencatat data yang diperoleh selama penelitian berlangsung tentang gaya retorika dakwah A Hilman Fauzi dalam channel AHILMANFAUZI.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Tahapan reduksi data peneliti akan menyeleksi, memadatkan informasi, memfokuskan segala bentuk informasi yang diperlukan dalam penelitian, oleh karena itu data akan mudah diolah. Peneliti akan memfokuskan penelitian pada video dakwah pada channel YouTube Ustadz Hilman Fauzi.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data memungkinkan peneliti guna menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Representasi dari reduksi data berupa uraian maupun narasi yang lengkap disajikan dengan cara tertentu untuk memudahkan peneliti. Peneliti menampilkan data dari tampilan channel YouTube AHILMANFAUZI.

d. Penarikan Kesimpulan

Peneliti mencari makna dari data yang ada dengan menyeluruh, cermat, dan teliti. Kemudian mempertimbangkan untuk menarik kesimpulan, mengolah data dan bisa mengambil kesimpulan berdasarkan fakta yang ada serta mencari solusi dalam permasalahan yang terdapat pada penelitian.

BAB II

GAYA RETORIKA, DAKWAH DAN YOUTUBE

1. Gaya Retorika

Retorika berkaitan dengan kepiawaian seorang pendakwah dalam penyampaian pesan dakwah. Kemampuan dalam menggunakan kata-kata yang efektif dan tepat mampu memberikan kesan menarik dalam berbicara. *Art of Speech* (seni berbicara) merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan secara baik. Cara penyampaian komunikasi yang unik untuk memikat khalayak (Gun Gun Heryanto, 2013). Retorika merupakan ilmu atau seni yang mempelajari cara penyampaian pesan secara efektif baik melalui lisan dan tulisan untuk mempengaruhi khalayak demi tercapainya tujuan.

Retorika menurut Aristoteles merupakan seni untuk menyampaikan pengetahuan yang ada dengan cara meyakinkan khalayak. Karena retorika berdasarkan kebenaran bukan angan belaka. Berfungsi sebagai penyampaian pesan melalui pidato untuk meyakinkan pendengarnya percaya melalui logika (Aristoteles, 2018). Teori yang dikemukakan oleh Aristoteles bahwa seseorang yang ingin menarik serta membujuk khalayak tentu harus mempertimbangkan tiga bukti retorik yaitu, sanggup menunjukkan bahwa memiliki pengetahuan yang sangat luas, terhormat dan kepribadian yang terpercaya (*ethos*), harus mampu menyentuh hati khalayak dengan memainkan perasaan dan emosi (*pathos*), mampu memperlihatkan bukti sebagai argumentasi kepada khalayak (*logos*).

Pandangan Aristoteles ahli retorika klasik dalam Jalaludin Rahmat (Rahmat, 2012), mengemukakan bahwa terdapat lima tahapan penyusunan pidato dikenal dengan sebutan *The Five Canons of Rhetoric*, sebagai berikut:

a. *Invento* (Penemuan)

Pembicara mampu mengetahui khalayak dan menyesuaikan tema yang akan dibawakannya untuk mengetahui metode persuasi yang

tepat. Pada tahap ini pembicara juga harus merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan argumen sesuai dengan kebutuhan.

b. *Dispositio* (Penyusunan)

Pembicara menyusun atau mengorganisasikan pesan. Pesan dibagi ke beberapa bagian mengikuti kebiasaan berpikir seperti pengantar, pernyataan, argumen, dan epilog.

c. *Elocutio* (Gaya)

Memilih kata dan bahasa yang tepat, dikemas dengan sebaik-baiknya kemudian disesuaikan dengan pesan serta khalayak.

d. *Memoria* (Memori)

Pembicara harus mengingat apa yang akan disampaikan dengan mengatur struktur pembicaraannya.

e. *Pronuntitio* (Penyampaian)

Pesan disampaikan secara lisan, untuk itu *acting* sangat berperan. Memperhatikan suara dan gerakan non verbal.

Sedangkan gaya retorika merupakan bagian dari diksi atau pilihan kata yang membahas pantas atau tidaknya penggunaan suatu kata, frasa, atau klausa kondisi tertentu. Gaya retorika erat kaitannya dengan kata dan kalimat yang disampaikan dengan jelas dan benar yaitu seni berbicara dengan mengutamakan gaya bahasa, suara, dan gerakan non verbal/*acting*.

Gaya retorika terbagi menjadi beberapa macam menurut Gorys Keraf (Keraf G. , 2000):

A. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan cara seseorang memilih bahasa yang akan digunakan sebagai ungkapan suatu kalimat. Gaya bahasa bisa menilai seseorang dari berbagai aspek, aspek pendidikan, lingkungan, sifat, dll. Hakekatnya gaya bahasa merupakan ciri khas setiap orang dan seorang pendakwah harus mampu memilih gaya bahasa yang mudah menarik perhatian. Gaya bahasa yang baik harus mengandung kejujuran, menarik, sopan dan santun. Gaya bahasa mempunyai beberapa jenis, diantaranya (Keraf G., 1996):

1. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Dalam bahasa baku terdapat tiga macam gaya bahasa, seperti:

a. Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa yang dipergunakan dalam acara resmi dan formal, seperti berita negara, *khutbah*, pidato, pembawa acara, dll.

b. Gaya Bahasa Tidak Resmi

Gaya bahasa yang dipergunakan pada acara semi formal, seperti karya tulis, artikel bulanan, editorial, perkuliahan, buku, dan karya tulis lainnya. Konstruksi kalimatnya bersifat umum, lebih pendek, singkat, dan tidak menggunakan EYD secara lengkap karena diksinya bersifat santai dan sederhana.

c. Gaya Bahasa Percakapan

Gaya bahasa yang dipergunakan dalam sehari-hari dan tidak terikat dengan bahasa baku, seperti percakapan kepada sahabat, orang lebih muda dan orang yang memiliki keakraban.

2. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Berdasarkan sugesti yang dimiliki seorang pendakwah melalui rangkaian kata dan akan lebih terasa nyata apabila diikuti dengan sebuah nada dalam percakapan, seperti (Keraf G., 2010):

a. Gaya Sederhana

Salah satu cara dalam penggunaan nada tenang dan lugas. Penggunaan seperti ini sangat tepat ketika memberikan pesan berupa ajakan, perintah, instruksi, perkuliahan dan sejenisnya kepada audiens. Komunikator harus memiliki pengetahuan yang sangat luas.

b. Gaya Mulia dan Bertenaga

Gaya bahasa ini dipergunakan untuk menggerakkan emosi dan hati para khalayak dengan menekankan hal

penting ketika berbicara, sehingga para khalayak mampu memahami apa yang sedang dibicarakan.

c. Gaya Menengah

Merupakan gaya yang bertujuan menimbulkan suasana yang menyenangkan, mengandung sisipan humor atau candaan. Gaya menengah bisa dijumpai dalam acara pertemuan, pesta, dll.

3. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Struktur kalimat dapat dijadikan sebagai landasan dalam menciptakan suatu gaya bahasa. Terdapat beberapa jenis berdasarkan struktur kalimat, seperti:

a. Klimaks

Klimaks atau gradasi, merupakan gaya bahasa berisikan urutan gagasan-gagasan yang semakin lama kepentingannya akan semakin meningkat.

b. Anti Klimaks

Gaya bahasa yang mengandung urutan gagasan yang semakin lama tingkat pembahasannya tidak terlalu penting. Penempatan gagasan penting pada awal kalimat dianggap tidak efektif karena khalayak atau audiens merasa tidak perlu lagi mendengarkan kalimat-kalimat berikutnya.

c. Antitesis

Antitesis merupakan gagasan-gagasan yang bertentangan dengan menggunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan. Gaya antitesis biasanya akan muncul pada kalimat yang berisi dua kalimat atau lebih yang memiliki kedudukan lebih tinggi atau sederajat dan kalimat berimbang.

d. Repetisi

Gaya bahasa repetisi atau pengulangan suku kata, bunyi, kalimat atau kata yang dianggap penting guna memberi penekanan sebuah konteks yang sesuai.

e. Paralelisme

Gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian frasa dan kata-kata yang menduduki fungsi sama. Menjadikan kata satu dengan kata lain saling bergantung.

B. Gaya Suara

Suara menjadi faktor terpenting dalam beretorika karena mampu mempengaruhi khalayak menjadi kunci keberhasilan apakah pesan bisa tersampaikan dengan baik atau tidak. Gaya suara selalu berbeda sesuai dengan kondisi dan situasi, karena dalam mendapatkan gaya suara yang sesuai dibutuhkan perhatian lebih, seperti (Rakhmat, 1998):

a. *Pitch*

Seorang komunikator menggunakan *pitch* untuk menekankan pada sesuatu yang mempunyai makna yang pada umumnya berkaitan dengan kata yang diinterpretasikan. Terbagi menjadi lima macam:

1. Nada datar diberi tanda garis mendatar (\leftrightarrow)
2. Nada rendah diberi tanda garis ke bawah (\downarrow)
3. Nada tinggi diberi tanda garis ke atas (\uparrow)
4. Nada naik turun yakni nada yang meninggi lalu merendah, diberi tanda garis ke atas ke bawah ($\uparrow\downarrow$)
5. Nada turun naik yaitu nada yang merendah kemudian meninggi, diberi tanda garis ke bawah ke atas ($\downarrow\uparrow$).

b. *Pause*

Pause merupakan tanda jeda yang digunakan untuk memisahkan sebuah gagasan. *Pause* dipakai menjadi hentian dengan memperhatikan tanda baca pada sebuah kalimat. Tekanan jeda ini dianggap sangat penting karena mampu mengubah kandungan makna dalam sebuah kalimat, umumnya tanda pause berbentuk seperti (Rakhmat, 1998):

1. Jeda sementara (/) garis miring tunggal
2. Jeda untuk berhenti (//) garis miring ganda.

C. Gerak Tubuh

Selain menggunakan gaya suara dan bahasa, terdapat unsur lain yang begitu penting yaitu gerak tubuh. Gerak tubuh berfungsi sebagai gaya tambahan pada bunyi vokal seseorang untuk menarik perhatian, sebagai penyampaian makna, dan menumbuhkan sikap kepercayaan diri seorang pendakwah, seperti (Rakhmat, 1998):

a. Penampilan dan pakaian

Seorang komunikator perlu memperhatikan penampilan untuk dilihat semua orang. Apalagi pendakwah sebaiknya juga memperhatikan penampilan, hal ini bisa menjadi penilaian khalayak mengenai pengalaman dan kepribadian pendakwah. Pakaian dan penampilan menjadi nilai tambah dalam membangun kewibawaan dan performa seorang pendakwah.

b. Ekspresi dan gerak tangan

Bagian yang tidak kalah dengan pentingnya seseorang dalam beretorika ketika melakukan komunikasi non verbal menjadi gaya tambahan dalam komunikasi verbal. Seorang komunikator perlu memainkan mimik wajah dan gerakan tangannya untuk menarik perhatian khalayak. Namun, perlu diperhatikan agar tidak salah tindakan dan komunikasi bisa berjalan lancar.

c. Kontak mata

Kontak mata merupakan cara lain dalam memikat perhatian khalayak. Dalam berdakwah perlu dibangun kemistri antara pendakwah dan pendengar. Kontak mata dipercaya mampu mengeluarkan magis yang dipercaya mengarahkan dan mengontrol perhatian pendengar.

2. Dakwah

Dakwah berasal dari kata *دعوة - يدع* yang berarti mengundang, menyeru, memanggil, memohon, mengajak, berdoa, mengubah dengan perkataan, amal serta perbuatan (Basit, 2013). Pada dasarnya dakwah merupakan penyampaian atas ajaran islam kepada khalayak. Dalam hakikatnya dakwah timbul untuk menumbuhkan rasa ketertarikan dan kecenderungan untuk menyeru seseorang pada ajaran agama islam. Kewajiban dakwah bagi setiap manusia muslim di seluruh dunia merupakan anjuran untuk menyebarkan apa yang diterima oleh Rasulullah, agar usaha mempengaruhi orang lain baik sikap, perkataan, tindakan sesuai dengan kaidah islam. Seperti perintah Allah SWT dalam Qur'an surat An-Nahl 25:

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

Artinya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik. Dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat di dalamNya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”(Q.S An-Nahl 125) (Departemen Agama RI, 2004).

Menurut Muhammad Sulthon (Sulthon, 2003) dakwah merupakan setiap aktivitas yang terkait dengan lisan maupun tulisan dan lainnya, yang bersifat memanggil manusia, menyeru untuk beriman kepada Allah SWT sesuai dengan akhlak islamiyah, aqidah dan syariat. Terdapat beberapa unsur atau komponen dakwah, seperti (Umdatul, 2020):

1. *Da'i* atau Pendakwah

Da'i adalah orang yang melakukan dakwah seperti menyampaikan dan menebar pesan dakwah baik secara langsung maupun tidak langsung. Pendakwah harus mempunyai sifat dan sikap yang mencerminkan perilaku baik dan tidak tercela, patut dicontoh oleh para jamaah/*mad'u*. Menjadi seorang pendakwah

tentu harus memiliki keahlian khusus (*mukhtahasis*) dalam bidang islam yang biasa disebut dengan panggilan ulama.

2. *Mad'u* atau Penerima Pesan

Mad'u adalah orang yang menerima pesan dakwah dari seorang *da'i* atau bisa disebut dengan komunikan. Menjadi seorang *mad'u* harus memiliki cara berpikir secara kritis dalam menanggapi berbagai persoalan, sehingga tidak terjadi salah dalam mengartikan pesan yang diterima dan tidak menimbulkan pertanyaan tentang perbedaan persepsi dengan *da'i*.

3. Materi / Pesan Dakwah

Materi yang disampaikan *da'i* ketika berdakwah kepada *mad'u*. Pesan dakwah yang dikelompokkan secara umum dibagi menjadi tiga. Pertama pesan akidah, merupakan pesan yang menyampaikan tentang keimanan baik kepada Allah, malaikat, rasul, kitab, maupun iman kepada qada dan qadar dan beriman kepada hari akhir. Kedua pesan akhlak, merupakan pesan dakwah meliputi akhlak kepada Allah, manusia, dan semesta. Ketiga pesan syariat, merupakan pesan dakwah yang mencakup kewajiban sehari-hari, seperti ibadah salat, hukum berwudhu, hukum puasa, thaharah dan lain sebagainya yang diajarkan oleh Rasulullah. Materi dakwah harus cocok dengan keahlian pendakwah atau *da'i*, metode, media dan objek dakwahnya.

4. Efek Dakwah

Merupakan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah. Efek dakwah terbagi menjadi tiga, pertama efek kognitif merupakan efek yang berhubungan dengan keterampilan, informasi, pengetahuan dan kepercayaan. Perubahan yang dialami meliputi apa yang dipersepsikan, diketahui, dipahami oleh *mad'u*. Kedua efek afektif merupakan efek yang berkaitan dengan sikap, emosi dan nilai. Efek ini memberikan perubahan pada apa yang disenangi, dibenci maupun dirasakan. Ketiga efek behavioral merupakan efek yang mengubah perilaku seseorang seperti kebiasaan, kegiatan, pola tindakan dalam berperilaku.

5. Metode Dakwah

Merupakan cara yang digunakan pendakwah dalam menyampaikan pesan dakwah sehingga tujuan dalam berdakwah tersampaikan dengan baik. Dalam berdakwah tentu harus dilakukan secara hikmah dengan memperhatikan kondisi *mad'u*, tidak memaksa dan memberatkan kepada *mad'u*. Memberikan *mauidhoh hasanah* artinya dalam berdakwah tentu harus memberikan nasihat dan ajaran Islam penuh kasih sayang, menyenangkan dan mudah dimengerti dan pesan dakwah bisa tersampaikan dengan baik dan bisa langsung diterima oleh *mad'u* dengan berpegang teguh pada Islam, mencontohkan perbuatan terpuji, akhlak yang mulia, dan perilaku teladan (Said Al Qahtani, 2005).

Kemudian melakukan *mujadalah* merupakan metode berdakwah dengan cara *brainstorming* (bertukar pikiran) kepada *mad'u*. Hal ini dilakukan agar *mad'u* tidak merasa tertekan serta merasa dihargai. Menjadi pendakwah tentu mengetahui dan memahami *syariat* dan tujuan Islam diantaranya menciptakan kemaslahatan umat, menghindari kemudharatan karena Islam berjalan dengan adat istiadat yang terpuji dan akhlak yang mulia (Ilahi, 2013). Allah telah meletakkan dasar umum sebagai petunjuk jalan kebenaran di dalam Al-Qur'an, manusia tidak mampu menyelesaikan permasalahannya sendiri.

3. Retorika Dakwah

Retorika dakwah merupakan kepandaian dalam menyampaikan ajaran-ajaran Islam secara lisan melalui tutur kata guna terwujudnya kondisi dan situasi yang Islami. Retorika dakwah membahas bagaimana cara menyampaikan pesan melalui seni berbicara agar pesan diterima dengan baik dan mampu menarik perhatian pendengar (Sarwinda, 2017). Seorang pendakwah dapat memaparkan materi dakwahnya dengan keahlian beretorika dan mampu mengaplikasikan dalam berdakwah maupun berkhotbah, dengan cara:

- a. Mengetahui daerah yang akan dituju. Bertujuan agar *da'i* mampu menyesuaikan bahasa yang akan digunakan supaya memiliki kesamaan dengan jamaah.
- b. Mengetahui tingkat pendidikan jamaah. Seorang *da'i* harus mampu menyesuaikan diri ketika berdakwah dan mengetahui latar belakang pendidikan jamaah dan memungkinkan pesan dakwah bisa dipahami dengan baik.
- c. Menguasai materi. Seorang pendakwah akan semakin digemari para jamaahnya dengan menguasai materi dan cara berdakwahnya yang baik. Hal tersebut bisa menambah kepercayaan kepada *da'i* akan materi yang disampaikan.
- d. Keluwesan dalam berbicara. Seorang pendakwah yang mempunyai vokal yang tegas dan lantang serta keluwesan dalam menyampaikan dakwah tidak bertele-tele akan mudah dicerna dan dipahami para jamaah.

Beretorika ketika berdakwah merupakan salah satu bentuk kegiatan yang sangat sering dilakukan dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan berkhotbah setiap Jumat juga memerlukan retorika agar berlangsung dengan baik, menyentuh, memikat hati dan akal para jamaah, maka pemahaman tentang beretorika menjadi hal yang sangat penting (Rakhmawati, 2013).

4. YouTube

YouTube merupakan *new media* atau media baru yang dipergunakan untuk melihat berbagai macam video yang diunggah oleh orang lain dan merupakan situs web untuk berbagi video. Penggunaanya bisa menonton dan mengunduh berbagai video yang diminati menggunakan *web browser* jenis apa pun. Terdapat berbagai macam konten video yang ada dalam YouTube seperti tayangan TV, musik, video klip, video dakwah, video yang dibuat oleh penggunanya, tutorial, hiburan, film dan lainnya. YouTube merupakan situs web berbagi video

(*video sharing*) bergerak yang sangat populer, dimana penggunaannya bisa menonton, memuat, dan berbagi video klip secara gratis (Miller, 2009).

YouTube sering kali digunakan khalayak luas karena memiliki keunggulan dari *platform* lain, seperti aksesibilitas yang mudah, video interaktif, demonstrasi praktis, salah satu platform yang *user friendly*, fitur lengkap, gratis, konten abadi, sebagai referensi dan segmentasi, perbaikan konten dan lain sebagainya (Amirudin., 2022). YouTube dimanfaatkan sebagai media dakwah dengan memiliki berbagai potensi, seperti mempermudah penyebaran keagamaan, meningkatkan kesadaran masyarakat luas tentang agama, memberikan alternatif berdakwah yang lebih menarik dan mudah diakses, membangun komunitas muslim yang lebih luas dan kuat. Ustadz Hilman Fauzi sudah empat tahun menggunakan YouTube sebagai media berdakwahnya. Ajang penggunaan media YouTube semakin melesat dengan banyaknya masyarakat yang bisa memanfaatkan media sosial sebagai pemenuh kebutuhan audiens, terutama pengguna YouTube adalah Generasi Z. Platform YouTube menjadi saingan yang ketat antara pengguna aktif untuk mendapatkan pengikut yang banyak, berbagai macam kreatifitas dan inovatif sangat diperlukan. Ustadz Hilman Fauzi mengolah konten channelnya dengan memproduksi konten yang informatif dan berkualitas, mampu meningkatkan literasi masyarakat, membangun komunitas online yang berkualitas positif.

YouTube merupakan bagian dari media sosial yang begitu digemari oleh semua kalangan. Tidak dipungkiri bahwa YouTube bersifat informatif dan efektif, seperti yang dikemukakan oleh Hamid Mowlana tentang teori media sosial sebagai salah satu *platform* dakwah yang efektif dalam bukunya yang berjudul "*The Role of Social Media in the Islamic World*". Isi dari buku tersebut adalah (Mowlana, 2017):

a. Jangkauan luas dan audiens global

Adanya media sosial yang memungkinkan para *da'i* bisa langsung terhubung dengan *mad'u* dengan jarak jauh dan jangkauan wilayah geografis yang begitu luas secara bersamaan, karena *platform* online ini mampu disebarkan ke seluruh dunia, sehingga pesan dakwah diterima oleh semua pengguna.

b. Bisa berinteraksi langsung

Media sosial yang bersifat interaktif mampu membuat para *da'i* dan *mad'u* berkomunikasi/dialog secara langsung seperti bertanya, menjawab, menanggapi komentar secara *real time* dengan menggunakan fitur media sosial yang mereka gunakan, memungkinkan dialog yang efektif dan dinamis jika dibandingkan dengan metode dakwah satu arah.

c. Format konten beragam

Media sosial mempunyai fitur dengan berbagai format, seperti video, gambar, audio dan teks. *Da'i* bisa memilih format yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan dakwah, memberikan *mad'u* mempunyai preferensi yang beragam.

d. Dukungan sosial dan komunitas virtual

Media sosial dapat digunakan untuk dukungan sosial, *platform* belajar, berbagi pengalaman dalam beragama, dapat membangun komunitas virtual antar umat beragama. Hal tersebut, mampu mendukung dan memperkuat pengalaman serta pemahaman Islam.

e. Kenyamanan dan aksesibilitas

Media sosial sangat mudah digunakan oleh semua pengguna. *Da'i* dapat menyampaikan dakwahnya kapan saja, di mana saja dan para *mad'u* dapat mengakses kapan saja tanpa terikat waktu, memberikan kesan kenyamanan bagi penggunanya.

Hamid Mowlana selalu menekankan pada setiap bukunya bahwa dalam memberikan informasi/menyampaikan pesan dakwah harus memperhatikan beberapa hal yang begitu penting, seperti:

1. Moderasi dan manajemen konten

Dalam pembuatan konten di media sosial harus memperhatikan moderasi berkomentar, mengelola konten dengan cara baik dan benar dan menciptakan ruang dakwah yang kondusif dan sehat.

2. Akurat dan kredibel

Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial oleh *da'i* harus dipastikan keakuratannya sehingga tidak ada kekhawatiran miskomunikasi/misinformasi.

3. Etika dan kesopanan

Dalam penyampaian pesan dakwah di media sosial hal utama yang menjadi nilai para *mad'u* adalah etika, *da'i* dituntut untuk menerima perbedaan pendapat dan menanggapi dengan bijak.

Teori ini menjelaskan bahwa dalam memberikan pesan dakwah harus mempunyai keinginan yang kuat untuk keberlanjutan dakwah yang disukai dan dicari oleh publik. Pesan yang disampaikan harus akurat dan tidak bertentangan dengan ajaran-ajaran agama. Etika dan kreatifitas menjadi hal utama dalam menarik minat publik, pesan-pesan dakwah yang disampaikan mampu diterima dengan cepat dan baik. Kepuasan para *mad'u* mampu dilihat dari komentar dan jumlah suka.

Dakwah di media sosial tidak jauh berbeda dengan dakwah konvensional, hanya yang menjadi pembeda adalah alat media yang digunakan serta waktu yang fleksibel. Penggunaan YouTube begitu diminati dalam berdakwah karena mampu menyajikan konten dakwah dari awal sampai akhir dan poin atau inti dari dakwah tersebut. YouTube menjadi media dakwah karena kebutuhan digital saat ini begitu penting, banyak publik yang menghabiskan waktunya dengan media sosial seperti Generasi Z. Generasi yang sangat menyukai segala sesuatu yang instan. Selain itu, YouTube juga bersifat efektivitas dan dapat menjangkau Generasi Z yang lebih banyak mengonsumsi media sosial. Banyak *da'i* yang menggunakan media sosialnya sebagai sarana mempromosikan konten YouTube agar selalu terhubung dengan publik. Secara spesifik penggunaan YouTube adalah sebagai alat media dakwah yang ampuh dalam menyebarkan pesan dakwah dengan jarak yang sangat luas, sehingga peran YouTube menjadi *platform* yang informatif,

menarik, inspiratif, motivatif dan menjadi jembatan dalam memberikan ilmu tentang agama.

5. GEN Z

Elizabeth T. Santosa (Santosa, 2015) dalam bukunya “ *Raising Children in Digital Era*” menyebutkan Generasi Z merupakan orang-orang yang lahir dalam kurun waktu sejak tahun 2000, dikenal dengan Generasi Net atau Generasi Internet. Mereka hidup pada masa digital, dimana internet mulai masuk berkembang dengan pesat dalam kehidupan manusia. Generasi Z memiliki karakter yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Karakter yang terjadi karena pengaruh teknologi, seperti ketergantungan gadget dan konsentrasi yang sangat singkat (Solmaz, 2015). Generasi Z mempunyai ciri khas di mana internet berkembang seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan manusia di era digital. Lahirnya Generasi Z merupakan perpaduan antara generasi X dan Y. Mereka dilahirkan dan dibesarkan di mana keanekaragaman teknologi telah berkembang, seperti perangkat elektronik komputer, handphone, iPad, laptop, MP3, MP4, dan jenis lainnya.

Elizabeth T. Santosa menyebutkan beberapa indikator orang-orang yang termasuk Generasi Z / Net (Santosa, 2015):

- a. Mempunyai ambisi yang besar dalam meraih kesuksesan. Disebabkan karakter yang positif dan optimis dalam meraih kesuksesan.
- b. Cenderung berperilaku instan (speed) dan praktis. Generasi Z lebih memilih sesuatu yang instan, tidak suka meluangkan proses dan waktu panjang terhadap sesuatu.
- c. Mempunyai kepercayaan tinggi dan menyukai kebebasan. Segala bentuk kebebasan dan sifat eksploratif sangat disukai oleh Generasi Z karena mereka lahir di dunia modern.
- d. Cenderung menyukai hal yang mendetail. Generasi yang tumbuh dengan hal kritis dan detail dalam mencermati, karena semua informasi mudah didapatkan.

- e. Berkeinginan besar untuk mendapatkan pengakuan. Setiap orang pada dasarnya mempunyai keinginan untuk diakui atas kerja keras yang didedikasikannya, baik dalam pengakuan ucapan, hadiah, maupun penghargaan.

Ustadz Hilman Fauzi menargetkan Generasi Z dalam bidang dakwahnya dengan tujuan supaya Generasi Z tetap mendapatkan kebutuhan keagamaannya. Hal tersebut untuk menghilangkan kekhawatiran para pendakwah akan generasi yang tidak terlepas dari gadget dan melupakan ajaran agama. Generasi Z merupakan generasi yang unik dan spesial, dibutuhkan perhatian secara lebih dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya.

Era modern dan perkembangan teknologi yang sangat cepat mengikat individu ke dalam kolaborasi dan berinisiatif untuk saling tukar informasi, dikarenakan masyarakat makin akrab dengan berbagai macam teknologi yang ada. Masing-masing dari mereka sudah menggunakan media sosial berupa *Twitter, YouTube, Facebook, Instagram, Telegram* dan sebagainya, mereka menggunakan media sosial tersebut guna mendapatkan informasi *ter up to date*, mencari hiburan untuk kesenangan semata. Informasi yang selalu baru dan makin banyak setiap harinya mewajibkan kita agar selalu menggunakan media sosial.

Maraknya penggunaan media sosial tidak jauh dari kehidupan sehari-hari, setiap orang memiliki media sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Substansi yang berorientasi pada proses kedakwahan, baik bersifat kelompok maupun individu melalui teknologi, mampu disiarkan secara serentak dan meluas. Seharusnya mereka mampu mengimbangi dengan berita yang informatif dan edukatif, seperti pendidikan dan keagamaan. Oleh karena itu, para *da'i* bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana berdakwah yang modern. Pesan yang disampaikan akan lebih mudah diterima oleh *mad'u*.

YouTube memiliki tujuan dan sasaran yaitu publik atau khalayak luas. Zaman sekarang berkaitan erat dengan teknologi dalam aktivitas. Fitur yang terdapat di dalam aplikasi YouTube mempunyai kelebihan mudah diakses dan digunakan hanya bermodalkan dengan sinyal atau koneksi internet yang kuat. Sama halnya dengan dakwah yang memerlukan sasaran khalayak luas. Keduanya sama-sama memiliki kesamaan dalam memenuhi kebutuhannya. YouTube memerlukan kuantitas penontonnya makin banyak yang mengunjungi YouTube maka akan baik pula untuk keuntungan YouTube. Dakwah juga bisa dikelola dengan cara kreatif melalui YouTube, makin kreatif kontennya maka makin banyak pula penonton yang mampu menerima pesan dakwah (Aflaha, 2017).

BAB III

CHANNEL YOUTUBE AHILMANFAUZI DAN TRANSKRIP DAKWAH USTADZ HILMAN FAUZI

A. Biografi Ustadz Hilman Fauzi



Gambar 1. Ustadz Hilman Fauzi

Ustadz Hilman Fauzi atau lebih dikenal dengan A Hilman merupakan ustadz muda milenial yang digemari oleh *mad'unya* karena cara berdakwahnya yang cepat dan santai. Ustadz muda yang lahir di Desa Tegalpanjang, Kecamatan Sucinaraja, Kabupaten Garut, Jawa Barat pada tanggal 04 Juli 1990. Sebagai ustadz muda yang memberikan sasaran dakwahnya kepada kaum GEN Z ini mampu menghadirkan dakwah yang ringan, santun dan segar. A Hilman juga terkenal sebagai motivator dan trainer pada bidang Spiritual Values Improvement (SVI) merupakan bidang yang mampu memberikan pengaruh positif dalam peningkatan kinerja sebuah perusahaan melalui implementasi nilai-nilai spiritual dan optimalisasi (Prabowo, 2022).

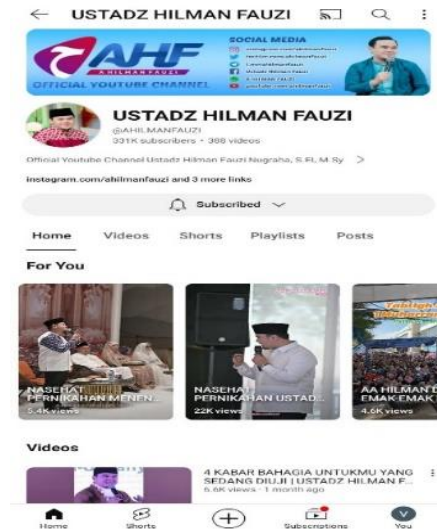
Pendidikan A Hilman dimulai dari sekolah dasar di Pesantren Nurul Islam Persatuan Islam Garut, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama dan menengah atas di Pondok pesantren Darul Arqam Muhammadiyah Garut. Selama mengemban ilmu di pesantren A Hilman mendapatkan gelar menjadi delegasi Indonesia untuk program

exchange ke Amerika dan Jepang dari AFS Foundation, santri teladan dan berprestasi. Setelah lulus pesantren A Hilman mendapatkan beasiswa untuk melanjutkan pendidikan tingginya pada program Islamic Call College di Libya, namun tidak selesai karena adanya konflik di negara tersebut. Walaupun demikian, A Hilman kembali mendapatkan beasiswa Sarjana S1 Sarjana Ekonomi Syariah dan Magister S2 Master Ekonomi Islam dari Tazkia University College of Islamic Economics atau dikenal dengan kampus Ekonomi Islam pertama di Indonesia lulus dengan predikat summa cumlaude dan The Best Graduated dan mendapatkan gelar Hilman Fauzi Nugraha, S.EI, M.Sy. Hingga saat ini A Hilman sedang menempuh pendidikan Doktor S3 di bidang Ilmu Ekonomi Syariah di universitas yang ada di Indonesia (Makhfudoh, 2022).

Berbagai macam prestasi yang didapatkan A Hilman baik dalam skala nasional ataupun internasional, seperti lomba pidato Bahasa Indonesia tingkat nasional tahun 2005 di Jakarta, lomba pidato Bahasa Arab tingkat nasional di UIN Bandung tahun 2006, finalis pemilihan Dai Muda ANTV dan AKSI Indosiar, Delegasi MTQ Bidang Syarhil Qur'an tahun 2011, The Best Performance Trainer di acara (TBnC) Trainer Bootcamp & Contents, dll. Selain karya tersebut, A Hilman juga memiliki karya tulis yang sudah beredar, seperti artikel rutin di Republika, buku berjudul "Muhammad Saw Muda", "Ternyata Syurga Itu Dekat", "Selesaikan Masalahmu Ke Baitullah" dan "Jangan Khawatirkan Rezekimu". Saat ini A Hilman menekuni berbagai jenis pekerjaan di berbagai wilayah, seperti Dewan pembina Komunitas Indonesia Thajjud, Dewan pembina Komunitas Teman Hijrah, Pembimbing Haji dan Umrah di Adzikra Travel, Dewan Pembina Pesantren Qur'an dan Dakwah ALKARIM yang berlokasi di Provinsi Lampung, Dewan Asatidz di Masjid Azzikra dan Masjid Andalusia Sentul. Karena kepandaiannya dalam dunia dakwah tidak jarang Ustadz Hilman mengisi program televisi, seperti Serambi Islami TVRI, Risalah Ilmu MNC, Siraman Qolbu MNC TV dan Cahaya Hati INEWS TV. Selain bersyiar dan berdakwah A Hilman juga menjadi dosen Ekonomi Syariah di

Universitas Gunadarma dan Associate Trainer di Akademi Trainer (Wahyuni, 2022).

B. Channel YouTube Ustadz Hilman Fauzi



Gambar 2. Tampilan akun channel YouTube Ustadz Hilman Fauzi

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat terutama komunikasi dan informasi yang memungkinkan semua kalangan menggunakannya. Ustadz Hilman Fauzi salah satu dari banyaknya *da'i* yang mengikuti zaman, aktif berdakwah melalui akun media sosialnya sendiri. Media sosial YouTube merupakan salah satu dari *platform* yang biasa digunakan oleh A Hilman dalam menyampaikan dakwahnya dilihat dari banyaknya ratusan ribu *viewers* dan *likes* di setiap tayangan video dakwahnya dan mulai bergabung YouTube tahun 2020, memiliki 331 ribu *subscribers* dengan postingan lebih dari 385 video dan playlists yang menarik. Penggunaan YouTube dalam proses dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi menghadirkan beragam konten, seperti video ceramah, vlog kehidupan sehari-hari, dan lain sebagainya untuk menarik perhatian dan mengedukasi para *mad'u* nya yang terlihat lebih santai dan menyenangkan. Konten yang ditayangkan pun berbagai macam tema, seperti berbagai kisah kehidupan, berumah tangga, kegalauan remaja, keberhasilan masa depan, dunia akhirat, amal yang

harus dikejar, dll. Tingkatan durasi pada konten sangat beragam, dilihat dari durasi yang paling pendek hanya beberapa detik saja dan yang paling panjang sekitar dua jam.

C. Transkrip dan Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi

Tema dan materi yang diangkat A Hilman dalam penyampaian dakwah sangatlah bervariasi dengan mengikuti tren yang sedang ramai dibicarakan. Hal tersebut dilakukan guna mengaitkan antara peristiwa yang ada dengan ajaran Islam, bahwa semua yang ada di dunia ini selalu berkaitan erat dengan ajaran Islam, sehingga khalayak mampu membatasi apa yang seharusnya dilakukan. Penyampaian pesan pun tersusun rapi dengan memperhatikan kemudahan kalimat supaya dimengerti oleh berbagai kalangan. Seperti contoh postingan dakwah A Hilman yang berjudul “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu” dengan durasi 41:34 menit telah ditonton sebanyak 132.184 kali, dengan *likes* 1.800 link <https://youtu.be/9K1cf0kaAEk?si=oBogt-HbEy9tX517> (Fauzi, 2020). Adapun isi pesan dakwah dalam konten YouTube tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Konten dakwah berjudul “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu”

“Pada akhirnya hidup ini adalah pertemuan antara sabar tanpa tepi dan syukur tanpa tapi dan kita harus bersyukur dengan segala nikmat yang Allah berikan kepada kita dan belajar bersabar ketika ujian datang menghampiri kita. Sedihlah sewajarnya, senanglah secukupnya, karena pada akhirnya kita semua akan kembali kepada Allah Subhanahu Wata’ala. Dipuji

tidak terbang dicaci tidak tumbang, tidak silau dengan kebahagiaan tidak galau dengan kesedihan, biasa-biasa aja. Semua akan berjalan dengan penuh kebaikan selama kita bisa menghadirkan rasa lapang di hati kita dengan semua kejadian”.

Pengambilan materi yang disampaikan begitu cocok dengan kalimat yang biasa didengar oleh Gen Z karena penggunaan kata yang sudah biasa dikonsumsi dalam bermedia sosial dan mudah dimengerti oleh semua kalangan, terlebih penyusunan kalimat yang membuat nyaman pendengarnya. Cuplikan kalimat di atas memperlihatkan bahwa menurut gaya bahasa pilihan kata, A Hilman menggunakan gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa percakapan karena dalam penggunaan kata-kata bersifat sederhana dan sering kali didengar dalam percakapan sehari-hari yang santai, mudah dipahami dan terbelang bahasa kekinian/bahasa anak muda.

Penggunaan gaya bahasa berdasarkan nada, A Hilman menggunakan gaya mulia dan bertenaga. Dimana pada per kata setiap kalimat A Hilman menekankan poin-poin penting untuk menggerakkan emosi para *mad'u*, sehingga *mad'u* mampu memahami pesan yang sedang dibicarakan. Berdasarkan gaya bahasa struktur kalimat, A Hilman menggunakan bahasa antitesis, dimana A Hilman menggunakan kata-kata yang memiliki arti berlawanan. Gaya suara yang terdapat pada konten tersebut adalah menggunakan *pitch*, karena nada/intonasi yang digunakan A Hilman naik turun. Gerak tubuh yang sering kali ditampilkan A Hilman dalam video tersebut adalah dengan memperlihatkan ekspresi wajah yang santai dan penuh senyuman diakhir jeda, pakaian yang digunakan A Hilman terbelang modis dan santai karena tidak menggunakan jubah/pakaian yang formal.

Setiap penggunaan kata dalam dakwahnya A Hilman selalu memadupadankan kemudahan dan kesederhanaan untuk para *mad'unya*. Pemilihan kata cenderung bahasa sehari-hari yang biasa dilakukan oleh semua orang. Seperti dakwah yang disampaikan A Hilman dengan judul “Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup” dengan durasi 46:09 menit, telah ditonton sebanyak 106.064 dengan *likes* 1.300

dan link <https://youtu.be/Sc1QL21gUOY?si=TsVQ2kiOM1a-AygV> (Fauzi, 2020). Adapun isi pesan dakwah dalam konten YouTube tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 4 Konten dakwah berjudul “Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup”

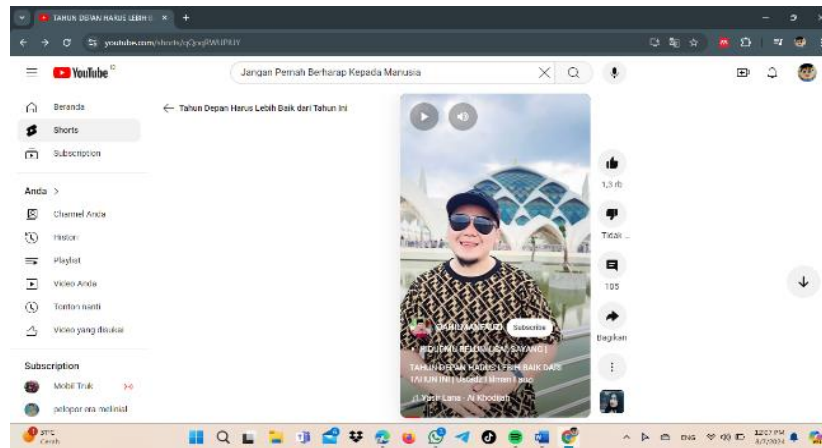
“Hidup ini mudah, yang rumit pikiran kita. Karena kita tidak pernah melibatkan Allah dalam hati kita. Hidup ini lapang yang sempit hati kita. Hidup ini murah yang mahal gengsi dan hidup kita, setuju?. Hidup ini mudah jika Kita bersama Allah. Hidup kita lapang jika kita bersama siapa? Allah. Hidup kita akan menjadi murah jika hidup kita bersama siapa? Allah. Bunda teteuh sayang ayah, hidup yang membuat kita berat adalah ketika kita sibuk dengan penilaian Allah setuju atau setuju. Jadi pertanyaannya, kita semua dapat petunjuk dari siapa Allah begitu juga dengan masalah kita. Orang baik bukan orang yang tidak ada masalah tapi, orang baik orang yang bisa mengambil hikmah dari masalah. Maka singkatan dari masalah adalah masa mengenal Allah”.

Pengucapan saat berbicara terdengar jelas, dalam penyampaian dakwahnya A Hilman memainkan intonasi dan melibatkan *mad’unya*. Hal tersebut dilakukan guna *mad’u* tetap fokus dan benar-benar memahami pesan dakwah. Suara merupakan penopang keberhasilan

dakwah serta intonasi merupakan daya tarik para *mad'u*, pada umumnya *mad'u* menyukai pembicaraan yang santai dan enak didengar. Cuplikan kalimat di atas memperlihatkan bahwa menurut gaya bahasa pilihan kata, A Hilman menggunakan gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa percakapan karena dalam berdakwah A Hilman melibatkan para *mad'unya* dengan pertanyaan-pertanyaan. Kemudian, dalam penggunaan gaya bahasa berdasarkan nada, A Hilman menggunakan gaya menengah, dimana A Hilman membangun ruang dakwah dengan suasana yang menyenangkan. Berdasarkan gaya bahasa struktur kalimat, A Hilman menggunakan bahasa antitesis, dimana A Hilman menggunakan kata-kata yang memiliki arti berlawanan.

Gaya suara yang terdapat pada konten tersebut adalah menggunakan *pitch*, karena nada/intonasi yang digunakan A Hilman turun naik, ditandai dengan pernyataan kemudian pertanyaan. Gerak tubuh yang sering kali ditampilkan A Hilman dalam video tersebut adalah dengan memperlihatkan ekspresi wajah yang santai dan penuh senyuman diakhir jeda, gerakan tangan yang sesekali dimainkan untuk menekankan poin penting, pakaian yang digunakan A Hilman terbilang layaknya *da'i* lain karena menggunakan koko dan peci.

Penggunaan durasi dakwah yang singkat akan membuat *mad'u* senang dalam menyimak pesan dakwah karena langsung kepada inti pesan. Berbeda dengan durasi yang sangat panjang akan membuat *mad'u* cepat bosan dan tidak fokus dalam mendengarkan dakwah. Seperti dakwah A Hilman pada judul “Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini” dengan durasi video 23 detik dilihat sebanyak 23.875 *,link* <https://youtube.com/shorts/qQoqRWUPIUY?si=s6G2ngA-o1IUTAgM> (Fauzi, 2020). Adapun isi pesan dakwah dalam konten YouTube tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 5 Konten dakwah berjudul Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini”

“Bismillah semoga tahun depan kita bukan hanya bertemu dengan bulan Ramadan tapi juga kita bertemu dengan jodoh yang dinantikan, bertemu dengan pekerjaan yang diinginkan, bertemu dengan semua hal yang di semogakan, insya Allah tahun depan hidup kita lebih baik daripada tahun ini. Amin ya robbal alamin”.

Video yang berdurasi 23 detik ini mampu memberikan inti pesan dakwah yang disampaikan dan terdapat unsur do’a untuk para *mad’unya*, dengan penyusunan kata demi kata yang membuat kita lebih semangat mendengarnya. Cuplikan kalimat di atas memperlihatkan bahwa menurut gaya bahasa pilihan kata, A Hilman menggunakan gaya bahasa percakapan, karena penggunaan kata sehari-hari, kata yang santai dan mudah dipahami. Gaya suara yang terdapat pada konten tersebut adalah menggunakan *pitch*, karena nada/intonasi yang digunakan A Hilman datar. Gerak tubuh yang sering kali ditampilkan A Hilman dalam video tersebut adalah dengan memperlihatkan ekspresi wajah yang santai dan penuh senyuman, pakaian yang digunakan A Hilman sangat santai, dibalut kaos dan topi.

Gen Z merupakan target utama A Hilman dalam berdakwahnya, karena dengan berbagai permasalahan yang sering hadir efek dari kemajuan teknologi yang tidak bisa dibiarkan begitu saja berpotensi akan merusak mental penggunanya. Terkait permasalahan tersebut A Hilman sering mengangkat tema yang berkaitan dengan kehidupan Gen Z, salah satu contohnya dengan judul “Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia” dengan durasi 21:44 menit, dilihat sebanyak 38.438 likes 593 dan link <https://youtu.be/oI97rnC71FA?si=R9s-5CoDL9Ub9iGo> (Fauzi, 2020). Adapun isi pesan dakwah dalam konten YouTube tersebut adalah sebagai berikut:



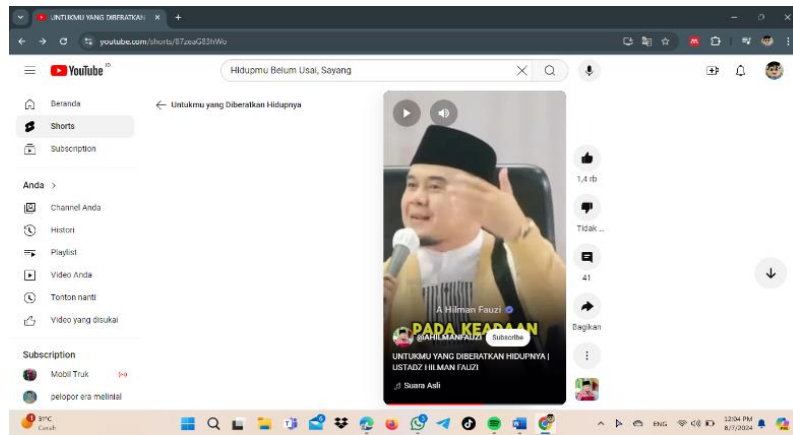
Gambar 6 Konten dakwah berjudul “Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia”

“Alasan utama kenapa hati kita merasa disakiti atau tersakiti jawabannya adalah karena bisa jadi hati ini terlalu banyak berharap kepada selain Allah Subhanahu Wata'ala. Kenapa bisa merasa terluka? barangkali selama ini ada harapan dari keinginan hati yang seharusnya disandarkan satu-satunya kepada Allah tapi banyak di antara kita yang menyandarkannya bukan kepada selain Allah yakni kepada manusia. Banyak mahasiswa yang galau selama kuliah karena dalam benaknya dia lebih banyak bersandar kepada temannya bahkan dosennya. Salah satu contohnya apabila kita sudah berjanji kepada teman kita untuk lulus bersama-sama namun karena keadaan dan juga waktu, apabila kita terlambat dan dia mempercepat waktu sehingga dia lulus lebih dahulu dari kita maka kita akan merasa

sakit karena janji yang sudah kita sepakati tidak bisa terwujud. Karena kita terlalu berharap kepada manusia”.

Pemilihan contoh dakwahnya A Hilman langsung tujuan kepada Gen Z, karena sifat remaja yang selalu bergantung kepada manusia. Hal tersebut sangat sesuai dengan realita, sehingga antara tema dengan permasalahan kehidupan berkesinambungan. Kalimat yang langsung mengingatkan bahwa manusia untuk tidak berharap kepada sesama jika tidak ingin merasakan sakit hati yang mendalam. Berdasarkan gaya bahasa struktur kalimat, A Hilman menggunakan bahasa repetisi, dimana A Hilman menggunakan pada kata-kata pengulangan dan penekanan pada teks dakwahnya. Kemudian, dalam penggunaan gaya bahasa berdasarkan nada, A Hilman menggunakan gaya mulia dan bertenaga. Dimana pada per kata setiap kalimat A Hilman menekankan poin-poin penting untuk menggerakkan emosi para *mad'u*, sehingga *mad'u* mampu memahami pesan yang sedang dibicarakan. Gaya suara yang terdapat pada konten tersebut adalah menggunakan *pitch*, karena nada/intonasi yang digunakan A Hilman turun naik, ditandai dengan pernyataan kemudian pertanyaan. Gerak tubuh yang sering A Hilman lakukan adalah dengan menggerakkan tangannya sesekali dan terlihat tidak berlebihan.

A Hilman menekankan bahwa dalam kehidupan bukan hanya sekedar makan dan minum, namun hidup adalah bagaimana cara agar manusia tetap bersyukur dengan anugerah yang Allah berikan. Perjalanan hidup tidak semulus dengan apa yang dipikirkan kecuali semuanya akan berjalan dengan baik jika selalu bersyukur dan ingat Allah SWT, dengan salah satu contoh judul “Untukmu yang Diberatkan Hidupnya” dengan durasi 35 detik, dengan *likes* 1.400 dan dilihat sebanyak 33.777 dengan *link* <https://youtube.com/shorts/87zeaG83hWo?si=JcepnNccqzI-PdsE> (Fauzi, 2020). Adapun isi pesan dakwah dalam konten YouTube tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 7 Konten dakwah berjudul “Untukmu yang Diberatkan Hidupnya”

“Tidak mungkin seseorang itu diberatkan hidupnya kecuali sedang Allah rencanakan dia menjadi orang besar dalam hidupnya, maka kadang dalam hidup kita harus dibanting dibanting dibanting agar kita bisa terpelanting, dalam hidup kadang kita harus ditempa ditempa ditempa agar kita bisa ditempatkan pada keadaan yang lebih baik, kita harus dibentuk dibentuk dibentuk agar kita bisa dibentuk dalam keadaan yang lebih baik dan itu yang akan menjadikan kita yakin Allah tidak akan mungkin memberikan beban kepada kita melalui batas kemampuan kita”.

Dakwah tersebut terdapat pengulangan beberapa kata yang menjadi isi pesan. Pengulangan dan penekanan kata dilakukan supaya para *mad'u* mampu mengingat dan berpikir dengan baik bahwa Allah selalu memudahkan jalannya. Karena sesungguhnya orang yang sedang diuji Allah dialah yang sedang dinaikkan derajatnya. Penggunaan gaya bahasa berdasarkan nada, A Hilman menggunakan gaya mulia dan bertenaga. Dimana A Hilman menekankan dan mengulang poin-poin penting pada dakwahnya. Berdasarkan gaya bahasa struktur kalimat, A Hilman menggunakan bahasa repetisi, dimana A Hilman mengulangi kata secara berkelanjutan antara kalimat satu dengan kalimat lain. A

Hilman selalu memandang *mad'u* dan menggerakkan tangan dan ekspresinya.

A Hilman selalu mengikuti tren guna membenarkan bahwa apa yang sedang terjadi semua ada penyebab dan solusinya. Seperti judul “Hidupmu Belum Usai, Sayang” dengan durasi 45 detik, dilihat sebanyak 31.330, *likes* 1.100 dan *link* <https://youtube.com/shorts/31NVfT6muOE?si=JMRU37OPhgN5Rp49> (Fauzi, 2020). Adapun isi pesan dakwah dalam konten YouTube tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 8 Konten dakwah berjudul “Hidupmu Belum Usai, Sayang”

“Ustadz ustadz hidup saya usai ustadz. Teman-teman, adek-adek sayang yang harus ditinggal pergi oleh seseorang dia gak akan kemudian berhenti hidupnya gara-gara satu orang yang menyakitinya, hidupmu terlalu sayang jika harus berhenti gara-gara satu orang yang menyakitimu, hatimu terlalu berharga hidupmu terlalu berarti untuk dihancurkan sama orang yang menyakitimu. Setelah dia menyakitiku semuanya selesai ustadz. Ingat ya yang rusak rencanamu bukan hidupmu yang hancur usahamu bukan masa depanmu rencanamu boleh berakhir boleh rusak tapi hidupnya jangan sayang”.

Pernyataan tersebut merupakan pernyataan yang penting akan berharganya hati dan hidup. A Hilman mengangkat pernyataan tersebut karena sedang menjadi tren Gen Z untuk memberikan pesan bahwa kehidupan tidak akan berakhir karena satu orang. Cuplikan kalimat di atas memperlihatkan bahwa menurut gaya bahasa pilihan kata, A Hilman menggunakan gaya bahasa percakapan, karena penggunaan kata mudah dipahami, sehari-hari, kata yang santai. Gaya suara yang terdapat pada konten tersebut adalah menggunakan *pitch*, karena nada/intonasi yang digunakan A Hilman naik turun, ditandai dengan awal kalimat yang menggambarkan ekspresi sedih dan marah. Pakaian yang digunakan A Hilman sangat modis dan santai, namun tetap dibalut peci.

Penyampaian dakwahnya A Hilman selalu menerapkan bahasa dan perilaku yang sopan, intonasi yang sesuai dan fakta yang sebenarnya, seperti dalam dakwahnya yang berjudul “Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?” dengan durasi 7:54 menit, dilihat sebanyak 6.644 dengan *likes* 176 dan *link* https://youtu.be/xMIIn_eblhg?si=AEcndr5g3gIL71Gq (Fauzi, 2020). Adapun isi pesan dakwah dalam konten YouTube tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 9 Konten dakwah berjudul berjudul “Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?”

“Mengapa hidup terasa berat? Setiap orang pasti pernah mengalami kondisi kehidupan yang berat seakan dihimpit dengan kesulitan, seakan terbatas dengan kesusahan dan itu

adalah masa-masa yang membuat kita juga semakin sadar, akan tetapi kehidupan yang kita jalani setidaknya karena putus asa dengan rahmat kasih sayang Allah. Sikap kita tidak menerima Rahmat itulah yang membuat hidup kita terasa berat padahal rahmat dan kasih sayangnya Allah itu sangat luas sangat besar sangat banyak bahkan tidak terbatas itulah Rahmat cinta Allah kepada hambanya yang tidak lekang oleh waktu dan masa. Kita tidak boleh putus asa dengan rahmat Allah. Kita yang pernah tenggelam dalam kesalahan jangan putus asa dengan ampunan Allah karena banyak apapun dosa kita sebesar apapun kesalahan kita selama kita bertaubat kepada Allah Subhanahu Wata'ala yakinlah ampunan Allah begitu luas untuk kita”.

Kutipan tersebut terdiri dari kalimat yang bersifat sederhana, sehingga ringan untuk dipahami. Penggunaan kata yang mempunyai makna bagus menambah kesan dan keindahan berdakwah, hal ini dibutuhkan agar para *mad'u* tidak bosan dengan kalimat yang biasa didengar. Berdasarkan gaya bahasa struktur kalimat, A Hilman menggunakan bahasa klimaks, dimana awal pembahasan tidak terlalu penting dan bersifat umum, kemudian semakin lama pembahasannya pun semakin penting/merujuk pada inti pesan. Gaya suara yang terdapat pada konten tersebut adalah menggunakan *pitch*, karena nada/intonasi yang digunakan A Hilman datar. Penampilan ekspresi pada wajahnya selalu memberikan kesan menenangkan, senyuman yang sederhana, dan menggerakkan tangannya sesekali.

BAB IV

ANALISIS GAYA RETORIKA DAKWAH USTADZ HILMAN FAUZI DALAM CHANNEL YOUTUBE

Retorika merupakan seni berbicara baik yang dicapai berkat bakat alami yang dimiliki setiap orang dan keterampilan teknis (Hendrikus, 1991). Seni berbicara tidak hanya berbicara dengan lancar tanpa tujuan yang jelas, melainkan seni berbicara yang jelas, padat, singkat dan menimbulkan kesan yang baik oleh pendengarnya, dapat dikatakan retorika mencakup daya kreasi dan teknik penyampaian pesan. Hal utama dalam beretorika adalah berbicara, diartikan dengan mengungkapkan kata atau kalimat dengan tujuan tertentu.

Gaya retorika dakwah merupakan suatu keterampilan dalam menyampaikan ajaran Islam secara lisan untuk memberikan pemahaman yang benar kepada umat Islam, agar mereka mudah menerima seruan dakwah Islam, sedangkan gaya dakwah retorika dapat diartikan sebagai pidato atau ceramah mengandung pesan dakwah yaitu ajakan menuju jalan Allah. Saat ini semua pendakwah menggunakan berbagai macam gaya retorika dalam berdakwahnya termasuk A Hilman Fauzi. Menurut Konrad Lorenz pentingnya berkomunikasi retorik karena apa yang diucapkan tidak berarti didengar, apa yang didengar tidak berarti dimengerti, apa yang tidak dimengerti tidak berarti disetujui, apa yang tidak disetujui tidak berarti juga diterima, apa yang tidak diterima tidak berarti dihayati, apa yang dihayati tidak juga mengubah tingkah laku. Pada dasarnya dalam berkomunikasi terdapat permasalahan berupa sulitnya berbicara dengan orang lain, hal ini yang menyebabkan pentingnya dalam berkomunikasi harus beretorika (Hendrikus, 1991).

Pandainya seorang *da'i* dalam segi berbicara menjadi ajang utama dalam memikat hati *mad'u* dengan mempersuainya. Dalam dakwah pesan yang akan disampaikan membawa maksud tertentu, sehingga harus membuat materi yang menyenangkan bahkan membuat pendengar nyaman. Banyak terdapat kesulitan dalam proses komunikasi antar manusia hal ini membutuhkan retorika dalam berkomunikasi. Berbagai jenis tema yang dibawakan oleh A Hilman dalam dakwahnya selama bertahun-tahun tentu terdapat beberapa jenis tema yang digemari dan dicari-cari oleh para *mad'u* nya. Tema yang sangat disukai

oleh para *mad'u* selama tujuh bulan terakhir atau awal tahun 2024 adalah membahas tentang permasalahan dalam kehidupan. Hal tersebut menandakan bahwa setiap orang mengonsumsi dakwah sesuai dengan kebutuhannya.

A. Gaya Bahasa Ustadz Hilman Fauzi

Gaya bahasa merupakan cara seseorang memilih bahasa yang akan digunakan sebagai ungkapan suatu kalimat. Gaya bahasa bisa menilai seseorang dari berbagai aspek, aspek pendidikan, lingkungan, sifat, dll. Hakekatnya gaya bahasa merupakan ciri khas setiap orang dan seorang pendakwah harus mampu memilih gaya bahasa yang mudah menarik perhatian. Gaya bahasa yang baik harus mengandung kejujuran, menarik, sopan dan santun. Gaya bahasa mempunyai beberapa jenis, diantaranya: gaya bahasa berdasarkan pemilihan kata, gaya bahasa berdasarkan nada, dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.

1. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

a. Gaya Bahasa Percakapan

Gaya bahasa yang dipergunakan dalam sehari-hari dan tidak terikat dengan bahasa baku, seperti percakapan kepada sahabat, orang lebih muda dan orang yang memiliki keakraban. Penggunaan gaya bahasa percakapan diterapkan A Hilman pada beberapa video dakwahnya, seperti video konten yang berjudul “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Pada akhirnya hidup ini adalah pertemuan antara sabar tanpa tepi dan syukur tanpa tapi dan kita harus bersyukur dengan segala nikmat yang Allah berikan kepada kita dan belajar bersabar ketika ujian datang menghampiri kita. Sedihlah sewajarnya, senanglah secukupnya, karena pada akhirnya kita semua akan kembali kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dipuji tidak terbang dicaci tidak tumbang, tidak silau dengan kebahagiaan tidak galau dengan kesedihan, biasa-biasa aja. Semua akan berjalan dengan penuh kebaikan

selama kita bisa menghadirkan rasa lapang di hati kita dengan semua kejadian”.

Pada kutipan di atas terdiri dari kata-kata yang bersifat ringan, mudah, dan sederhana yang memungkinkan para *mad'u* mampu memahami pesan dakwah dengan mudah. Terdapat kata “*galau*” dan “*biasa-biasa aja*” merupakan bahasa yang biasa digunakan dalam sehari-hari. Kata “*galau*” salah satu kata kekinian/bahasa modern yang biasa digunakan Gen Z, merupakan kata yang dikenal oleh semua kalangan. Artinya bahwa kata tersebut sudah diketahui banyak orang dan bersifat santai.

Penggunaan bahasa modern dalam berdakwah apalagi di era digital yang semakin maju akan membuat dakwah semakin mudah menjangkau generasi muda dan masyarakat yang sudah terbiasa akrab dengan bahasa modern. Dakwah tidak lagi terikat dengan batasan metode tradisional dan bahasa baku. Gen Z merupakan sasaran utama A Hilman dalam berdakwah akan memudahkan aksesibilitas melalui media sosial serta efektivitas penggunaan kata atau bahasa yang menarik dapat membangkitkan antusiasme *mad'u*. Penggunaan kata modern / bahasa gaul merupakan salah satu upaya dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman, untuk itu penggunaan bahasa gaul dibutuhkan dalam berdakwah, namun tetap menghindari misinterpretasi.

Video kedua berupa konten dakwah yang berjudul “Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Hidup ini mudah, yang rumit pikiran kita. Karena kita tidak pernah melibatkan Allah dalam hati kita. Hidup ini lapang yang sempit hati kita. Hidup ini murah yang mahal gengsi dan hidup kita, setuju?. Hidup ini mudah jika Kita bersama Allah. Hidup kita lapang jika kita bersama siapa? Allah. Hidup kita akan menjadi murah

jika hidup kita bersama siapa? Allah. Bunda teteh sayang ayah, hidup yang membuat kita berat adalah ketika kita sibuk dengan penilaian Allah setuju atau setuju. Jadi pertanyaannya, kita semua dapat petunjuk dari siapa Allah begitu juga dengan masalah kita. Orang baik bukan orang yang tidak ada masalah tapi, orang baik orang yang bisa mengambil hikmah dari masalah. Maka singkatan dari masalah adalah masa mengenal Allah”.

Kutipan di atas terdapat proses tanya jawab antara A Hilman dan *mad'u*. A Hilman memberikan pertanyaan atas pernyataan yang ada kepada *mad'u* dengan kalimat yang mudah di mengerti, sehingga keterlibatan *mad'u* dalam proses dakwah berjalan dengan baik. Kata dan kalimat yang digunakan saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya, kalimatnya pun mampu mengalir dalam konteks isi pesan. Interaksi antara *da'i* dengan *mad'u* merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam berdakwah.

Berinteraksi bisa dilakukan dengan proses tanya jawab dan pemberian pernyataan yang tepat kepada *mad'u* bentuk dari membangun interaksi yang efektif. Melontarkan pertanyaan kepada *mad'u* seorang pendakwah mampu menyesuaikan kebutuhan *mad'u*, seperti mengetahui permasalahan dan keraguan yang sedang dialami para *mad'u*. Hal tersebut memungkinkan seorang pendakwah mamberikan solusi dan penjelasan yang spesifik terkait permasalahan tersebut. Namun demikian, pertanyaan-pertanyaan dari *mad'u* akan menjadi acuan bagi pendakwah dalam menyelesaikan materi atau pesan dakwah yang lebih sesuai dengan tingkat pemahaman dan sesuai kebutuhan *mad'u*.

Proses berdakwah dengan melibatkan *mad'u* akan membuat ruang berdakwah yang kondusif, seperti membangun hubungan yang harmonis, mendorong pemikiran yang lebih

kritis, lebih fokus dan konsentrasi, serta membangun rasa memiliki. Membangun hubungan yang harmonis dengan *mad'u* akan lebih terasa dekat dan terikat emosional dari *da'i*, pertanyaan yang diajukan oleh *da'i* akan merangsang para *mad'u* untuk mencari jawaban sendiri dan berpikir lebih kritis, sehingga akan menambah konsentrasi dan fokus pada proses berdakwah. *Mad'u* akan merasa diperhatikan dan dihargai pada proses berdakwah ketika dilibatkan dalam berdakwah.

Video ketiga berupa konten dakwah yang berjudul “Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Bismillah semoga tahun depan kita bukan hanya bertemu dengan bulan Ramadan tapi juga kita bertemu dengan jodoh yang dinantikan, bertemu dengan pekerjaan yang diinginkan, bertemu dengan semua hal yang di semogakan, insya Allah tahun depan hidup kita lebih baik daripada tahun ini. Amin ya robbal alamin”.

A Hilman mengawali dan mengakhiri dakwahnya dengan berdoa karena doa merupakan koneksi dengan Allah SWT. berkomunikasi langsung dengan Tuhan, dengan berdoa seorang *da'i* meminta pertolongan, memohon petunjuk, dan meminta keberkahan dalam menjalankan tugasnya. Melalui berdoa meningkatkan keimanan seorang *da'i* dalam meningkatkan keyakinan kuasa dalam mengubah hati manusia. Berdoa memberikan ketenangan hati dan mampu mengurangi kekhawatiran pada semua orang. Harapan yang selalu A Hilman ucapkan pada setiap dakwahnya bertujuan untuk mendorong semangat, sebagai sumber energi positif dan memperkuat ikatan ukhuwah. Harapan seseorang dalam meraih keberhasilan menjadi motivasi dalam hidup yang mampu melahirkan energi positif yang dapat menginspirasi orang lain untuk mengikuti jejaknya. Harapan seorang *da'i* untuk terwujudnya masyarakat

yang lebih baik dalam memperkuat ikatan ukhuwah dengan *mad'u*.

Kutipan di atas menggunakan bahasa percakapan dalam pemakaian kata sehari-hari. Kata-kata yang digunakan merupakan kata yang santai tidak terlalu baku termasuk ke dalam bahasa informal. Teks di atas terdapat doa dan harapan kepada semua orang untuk lebih baik dari sebelumnya. Ungkapan doa dan harapan disampaikan untuk memengaruhi orang lain supaya dapat berjuang, berusaha, dan terimplementasikan dalam kehidupan. Gaya bahasa percakapan dapat membangun hubungan baik dengan orang lain. Penggunaan bahasa yang tepat akan mempermudah proses komunikasi dengan lebih efektif serta membangun hubungan yang lebih akrab dengan *mad'u*.

Video keempat berupa konten dakwah yang berjudul “Hidupmu Belum Usai, Sayang”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Ustadz ustadz hidup saya usai ustadz. Teman-teman, adek-adek sayang yang harus ditinggal pergi oleh seseorang dia gak akan kemudian berhenti hidupnya gara-gara satu orang yang menyakitinya, hidupmu terlalu sayang jika harus berhenti gara-gara satu orang yang menyakitimu, hatimu terlalu berharga hidupmu terlalu berarti untuk dihancurkan sama orang yang menyakitimu. Setelah dia menyakitiku semuanya selesai ustadz. Ingat ya yang rusak rencanamu bukan hidupmu yang hancur usahamu bukan masa depanmu rencanamu boleh berakhir boleh rusak tapi hidupnya jangan sayang”.

Tema yang disampaikan A Hilman mengikuti tren Gen Z yang ramai dibincangkan dan menjadi tren yang disukai oleh Gen Z. Tren tersebut berawal dari musik mengandung kisah

sedih percintaan yang hanya berharap kepada satu orang, kemudian A Hilman memanfaatkan tren tersebut untuk menyampaikan pesan dakwah yang sesuai dengan realita menurut Islam. A Hilman membenarkan bahwa dunia tetap berlanjut walaupun hati sedang terluka. Semua akan baik-baik saja jika di hati kita ada Allah SWT.

Tema yang diangkat A Hilman tentu memiliki nilai-nilai moral dan keagamaan yang dibutuhkan Gen Z. Setiap konten dan tema yang dibahas A Hilman selalu menghadirkan peran agama untuk membentuk karakter serta perilaku generasi muda di era gempuran teknologi. Selain agama, A Hilman juga melibatkan peran moralitas yang perlu dimiliki semua pribadi, tidak terkecuali batasan usia. Tantangan moralitas selalu hadir dalam kehidupan Gen Z dengan hadirnya media sosial, teknologi dan hubungan interpersonal. Hubungan interpersonal menjadi tantangan utama pada usia Gen Z, dimana mereka lebih mengutamakan urusan individu dengan individu, baik hubungan interpersonal dengan sahabat, keluarga, dan kekasih. Peran agama sangat diperlukan dalam hal tersebut untuk mengantisipasi dan menjadi solusi pada kejadian-kejadian yang tidak diinginkan. Tanpa disadari Gen Z mendorong perubahan sosial dan budaya, Gen Z lebih suka menghabiskan waktunya untuk menggunakan media sosial. Hal tersebut akan membentuk pribadi antisosial, dikhawatirkan sifat kepedulian terhadap orang lain akan hilang. Sehingga, permasalahan pribadi akan susah diselesaikan.

A Hilman tentu memiliki tujuan pada pembahasan yang ditujukan kepada Gen Z. Mengangkat permasalahan atau pembahasan mengenai Gen Z dapat membantu seorang *da'i* ataupun orang lain dalam memahami karakteristik, tantangan, dan aspirasi yang dihadapi generasi muda. Pembahasan tersebut diharapkan mampu menjalin komunikasi yang lebih baik antara generasi muda dengan generasi yang lebih muda dan tua. Tidak

ada kekhawatiran akan agama dan moralitas yang buruk pada Gen Z.

Kutipan di atas memperlihatkan bahwa kalimat pendek yang digunakan A Hilman langsung tertuju pada inti pesan. Struktur kalimatnya pun tidak terlalu memperhatikan tata bahasa dan bersifat bebas. Bahwa penggunaan kata “*ya*”, “*gak*”, “*sama*”, “*gara-gara*”, panggilan “*adek sayang*” kepada *mad’u* merupakan percakapan santai seakan A Hilman sedang berbicara kepada rekan atau orang terdekatnya. Hal tersebut yang mampu menambah ikatan *ukhuwah* antara *da’i* dan *mad’u* tanpa melihat status sosial. Kalimat di atas menandakan bahwa A Hilman seorang pendakwah yang bersifat ramah dan mudah beradaptasi.

2. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

a. Gaya Mulia dan Bertenaga

Gaya bahasa ini dipergunakan untuk menggerakkan emosi dan hati para khalayak dengan menekankan hal penting ketika berbicara, sehingga para khalayak mampu memahami apa yang sedang dibicarakan. Penggunaan gaya mulia bertenaga diterapkan A Hilman pada beberapa video dakwahnya, seperti video konten yang berjudul “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Pada akhirnya hidup ini adalah pertemuan antara sabar tanpa tepi dan syukur tanpa tapi dan kita harus bersyukur dengan segala nikmat yang Allah berikan kepada kita dan belajar bersabar ketika ujian datang menghampiri kita”.

Tema yang dibawakan A Hilman tentang ujian hidup seringkali diangkat dalam dakwahnya. Hal tersebut berkaitan erat dengan kehidupan manusia yang selalu berdampingan dengan ujian dari Allah. Ujian datang tidak memandang usia, pekerjaan, jenis kelamin maupun dari harta, bahkan anak-anak pun diberikan ujian. Kalimat yang digunakan terbilang bahasa sehari-hari yang memudahkan semua kalangan *mad’unya*

mampu memahami isi pesan. Pesan yang disampaikan oleh A Hilman supaya manusia selalu menerima datangnya ujian dengan ikhlas tanpa menyalahkan Allah. Semua yang hadir dalam hidup patut disyukuri, dinikmati, dan sewajarnya saja. Apabila kita bersikap terlalu berlebihan dalam menerima ujian dan kenikmatan, maka rasa kesedihan akan berlarut-larut dan jika terlalu senang dengan kenikmatan maka rasa senang akan berubah menjadi rasa besar hati yang bisa menjauhkan diri dari Allah.

Kutipan di atas terdapat penekanan pada kata “sabar”, “bersabar”, “syukur”, “bersyukur” merupakan bagian kata/arti yang penting dalam pesan yang disampaikan. Kedua kata tersebut saling melengkapi, ketika sedang diuji dengan cobaan yang berat rasa sabar akan membawa hati tetap tenang dan tidak putus asa. Ketika cobaan sudah selesai maka akan mendapat nikmat yang luar biasa, rasa syukur akan membuat hati lebih dekat dengan Allah SWT. Kesabaran merupakan kunci kebahagiaan, kesabaran merupakan tanda keimanan, kesabaran merupakan cara terbaik dalam menghadapi cobaan, dan kesabaran merupakan investasi untuk masa depan.

Kesabaran akan membuat hati lebih tenang karena semua akan berjalan dengan penuh kebaikan selama rasa lapang ada di hati. Orang yang selalu bersabar dialah orang yang sangat dicintai oleh Allah SWT. Kesabaran merupakan salah satu rumus hidup agar selalu bahagia, merupakan tema yang sering diangkat oleh A Hilman Fauzi pada dakwahnya. Selain itu, dengan bersabar dan bersyukur akan menumbuhkan keimanan kepada Allah, hal tersebut bukti dari keimanan yang kuat. Baik menjadi seorang *da'i* atau *mad'u* dengan mengamalkan keduanya dalam hati akan menambah keimanan semakin kokoh dan tidak mudah runtuh, akan menjadikan pribadi yang lebih baik dan dekat dengan Tuhan.

Video kedua berupa konten dakwah yang berjudul “Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Alasan utama kenapa hati kita merasa disakiti atau tersakiti jawabannya adalah karena bisa jadi hati ini terlalu banyak berharap kepada selain Allah Subhanahu Wata'ala. Kenapa bisa merasa terluka? barangkali selama ini ada harapan dari keinginan hati yang seharusnya disandarkan satu-satunya kepada Allah tapi banyak di antara kita yang menyandarkannya bukan kepada selain Allah yakni kepada manusia. Banyak mahasiswa yang galau selama kuliah karena dalam benaknya dia lebih banyak bersandar kepada temannya bahkan dosennya.

Kutipan tersebut terdapat pengulangan pada kata “*disakiti*”, “*tersakiti*”, “*berharap*”, “*harapan*”, “*bersandar*”, “*disandarkan*”, “*menyandarkan*” merupakan kesatuan kata yang perlu diperhatikan dalam pesan dakwah. Bahwa dalam pesan dakwah yang disampaikan jangan terlalu berharap kepada manusia jika tidak ingin merasakan sakit hati. Sakit hati sering kali dirasakan manusia jika keinginan yang terjadi tidak sesuai dengan harapan. Untuk itu A Hilman menekankan bahwa cukup berharap dan bersandar kepada Allah, jika ingin tidak merasakan sakit hati yang berlebihan.

Bergantung dan berharap kepada manusia akan mudah tersakiti karena kurangnya kepercayaan diri, kebergantungan emosional, dan ekspektasi yang tinggi. Kebergantungan kepada manusia akan cenderung kecewa dan menyalahkannya, bahkan juga menyalahkan Tuhan. Hal demikian, membuat kepercayaan dan keimanan akan mudah terkikis.

Video ketiga berupa konten dakwah yang berjudul “Untukmu yang Diberatkan Hidupnya”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Tidak mungkin seseorang itu diberatkan hidupnya kecuali sedang Allah rencanakan dia menjadi orang besar dalam hidupnya, maka kadang dalam hidup kita harus dibanting dibanting dibanting agar kita bisa terpelanting, dalam hidup kadang kita harus ditempa ditempa agar kita bisa ditempatkan pada keadaan yang lebih baik, kita harus dibentuk dibentuk dibentuk agar kita bisa dibentuk dalam keadaan yang lebih baik dan itu yang akan menjadikan kita yakin Allah tidak akan mungkin memberikan beban kepada kita melalui batas kemampuan kita”.

Kutipan di atas terdapat pengulangan beberapa kata yang menjadi isi pesan. Pengulangan dan penekanan kata dilakukan supaya para *mad'u* mampu mengingat dan berpikir dengan baik bahwa Allah selalu memudahkan jalannya. Terdapat pada kata “dibanting” dan “ditempa” merupakan gambaran ujian berat yang diberikan oleh Allah SWT. tidak semua ujian yang diberikan Allah tidak dapat menemukan jalan keluar. Semua cobaan yang diberikan sesuai dengan takaran dan kemampuan hambanya.

A Hilman menekankan bahwa dalam ujian hidup tidak selalu memberikan kerugian kepada manusia, melainkan memberikan keuntungan pada manusia. Allah sedang menaikkan derajat hambanya yang sedang diuji, menumbuhkan rasa keimanan dengan kesabaran yang manusia miliki, dapat memurnikan hati manusia dari sifar-sifat buruk hati, mengajarkan hikmah akan pentingnya bersabar, bertawakal, dan bersyukur. Meskipun ujian terasa berat, ujian merupakan bentuk kasih sayang Allah kepada hambanya dengan memberikan

kesempatan berkembang dan tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik.

b. Gaya Menengah

Merupakan gaya yang bertujuan menimbulkan suasana yang menyenangkan, mengandung sisipan humor atau candaan. Penggunaan gaya menengah yang diterapkan A Hilman pada beberapa videonya dakwahnya, yang berjudul “Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup”, dengan cuplikan teks, sebagai berikut:

“Hidup ini mudah, yang rumit pikiran kita. Karena kita tidak pernah melibatkan Allah dalam hati kita. Hidup ini lapang yang sempit hati kita. Hidup ini murah yang mahal gengsi dan hidup kita, setuju?. Hidup ini mudah jika Kita bersama Allah. Hidup kita lapang jika kita bersama siapa? Allah. Hidup kita akan menjadi murah jika hidup kita bersama siapa? Allah. Bunda teteh sayang ayah, hidup yang membuat kita berat adalah ketika kita sibuk dengan penilaian Allah setuju atau setuju? Jadi pertanyaannya, kita semua dapat petunjuk dari siapa? Allah begitu juga dengan masalah kita. Orang baik bukan orang yang tidak ada masalah tapi, orang baik orang yang bisa mengambil hikmah dari masalah. Maka singkatan dari masalah adalah masa mengenal Allah”.

Kutipan di atas merupakan gaya bahasa menengah, dimana nada/intonasi yang A Hilman gunakan memberikan suasana yang menyenangkan dengan pertanyaan yang diberikan kepada *mad'u*, dengan melontarkan pertanyaan akan membuat suasana dakwah hidup dan dialogis. Suasana hidup akan disukai oleh *mad'u* karena merasa diperhatikan dan menambah fokus dalam proses berdakwah. Membangun ruang dakwah yang menyenangkan mampu menjembatani hati dan akal.

Menciptakan suasana yang hidup akan membuat dakwah lebih menyenangkan, menarik, nyaman, bahkan inspiratif. Tujuannya adalah supaya pesan dakwah bisa tersampaikan dengan efektif, menyentuh hati, dan berpengaruh. Adanya dialog antara *da'i* dan *mad'u* akan membangun koneksi yang kuat sehingga, terciptanya hubungan yang saling mendukung. Memudahkan pemahaman para *mad'u* yang terbuka dan membuat pikiran dan badan lebih rileks yang memungkinkan pesan cepat diingat. Membangun suasana yang menyenangkan juga bisa dipengaruhi dari beberapa hal, seperti: pemilihan tema yang tepat dan relevan dengan latar belakang *mad'u*, menggunakan suasana yang humor positif akan meredakan ketegangan dan mencairkan suasana berdakwah yang lebih efektif, membuat suasana nyaman dengan menciptakan bahasa dan nada yang santai, serta memberikan motivasi kepada para *mad'u* supaya mengikuti dakwah atau bahkan mampu berdakwah secara berkelanjutan.

3. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

a. Klimaks

Klimaks atau gradasi, merupakan gaya bahasa berisikan urutan gagasan-gagasan yang semakin lama kepentingannya akan semakin meningkat. Penggunaan klimaks yang diterapkan A Hilman pada video dakwahnya, yang berjudul “Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?”, dengan cuplikan teks, sebagai berikut:

“Mengapa hidup terasa berat? Setiap orang pasti pernah mengalami kondisi kehidupan yang berat seakan dihimpit dengan kesulitan, seakan terbatas dengan kesusahan dan itu adalah masa-masa yang membuat kita juga semakin sadar, akan tetapi kehidupan yang kita jalani setidaknya karena putus asa dengan rahmat kasih sayang Allah. Sikap kita tidak menerima Rahmat itulah yang membuat hidup kita terasa berat padahal rahmat dan kasih sayangnya

Allah itu sangat luas sangat besar sangat banyak bahkan tidak terbatas itulah Rahmat cinta Allah kepada hambanya yang tidak lekang oleh waktu dan masa. Kita tidak boleh putus asa dengan rahmat Allah. Kita yang pernah tenggelam dalam kesalahan jangan putus asa dengan ampunan Allah karena banyak apapun dosa kita sebesar apapun kesalahan kita selama kita bertaubat kepada Allah Subhanahu Wata'ala yakinlah ampunan Allah begitu luas untuk kita”.

Kutipan tersebut terdiri dari awal kalimat yang bersifat umum tentang kehidupan yang terasa berat dan sulit, ditandai dengan cuplikan “*Mengapa hidup terasa berat? Setiap orang pasti pernah mengalami kondisi kehidupan yang berat seakan dihimpit dengan kesulitan, seakan terbatas dengan kesusahan...*” dan disusul oleh kalimat yang lebih penting/kalimat yang mengandung isi pesan, ditandai dengan cuplikan “*Sikap kita tidak menerima Rahmat itulah yang membuat hidup kita terasa berat padahal rahmat dan kasih sayangnya Allah itu sangat luas sangat besar sangat banyak bahkan tidak terbatas...*” merupakan hasil/jawaban dari awal kalimat mengapa hidup terasa berat. Fungsi klimaks adalah untuk menegaskan gagasan yang sangat penting, sehingga pesan yang disampaikan akan menjadi tegas. Selain itu, juga membuat kalimat yang lebih menarik dengan memancing para *mad'u* untuk terus mendnegarkan dan memperhatikan dakwah sampai selesai.

Menggunakan gagasan yang bersifat umum akan menarik perhatian *mad'u* dalam menebak jawaban. Namun, dalam penggunaan kalimat klimaks dibutuhkan penggunaan kata dan kalia yang sesuai dengan konteks dakwah dan *mad'u*. Selain menegaskan pesan dan menarik perhatian, penggunaan kalimat klimaks juga mampu menambah efektivitas pesan dakwah.

b. Antitesis

Antitesis merupakan gagasan-gagasan yang bertentangan dengan menggunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan. Gaya antitesis biasanya akan muncul pada kalimat yang berisi dua kalimat atau lebih yang memiliki kedudukan lebih tinggi atau sederajat dan kalimat berimbang. Penggunaan antitesis yang diterapkan A Hilman pada beberapa videonya dakwahnya, yang berjudul “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu”, dengan cuplikan teks, sebagai berikut:

“Pada akhirnya hidup ini adalah pertemuan antara sabar tanpa tepi dan syukur tanpa tapi dan kita harus bersyukur dengan segala nikmat yang Allah berikan kepada kita dan belajar bersabar ketika ujian datang menghampiri kita. Sedihlah sewajarnya, senanglah secukupnya, karena pada akhirnya kita semua akan kembali Allah Subhanahu Wata'ala. Dipuji tidak terbang dicaci tidak tumbang, tidak silau dengan kebahagiaan tidak galau dengan kesedihan, biasa-biasa aja. Semua akan berjalan dengan penuh kebaikan selama kita bisa menghadirkan rasa lapang di hati kita dengan semua kejadian”.

A Hilman menggunakan gaya bahasa antitesis guna mengindahkan kalimat dan makna yang berbeda dalam ceramahnya. Bahasa antitesis berfungsi untuk menegaskan makna dengan menyandingkan kata-kata berlawanan, sehingga makna yang disampaikan menjadi lebih jelas dan tegas. Menambah daya tarik *mad'u*, dengan penggunaan kalimat yang indah akan membuat *mad'u* senang dan nyaman ketika mendengarnya. Penggunaan kalimat antitesis akan membuat pesan dakwah mudah diingat, menarik, dan menyentuh hati. Kutipan di atas menegaskan bahwa dalam menanggapi persoalan baik itu ujian atau kenikmatan harus berperilaku biasa-biasa saja,

tidak perlu berlebihan karena itu semua merupakan takdir dari Allah SWT. bahwa dalam hidup harus pandai bersyukur, menerima semua takdir dengan lapang dan ikhlas.

Video kedua berupa konten dakwah yang berjudul “Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Hidup ini mudah, yang rumit pikiran kita. Karena kita tidak pernah melibatkan Allah dalam hati kita. Hidup ini lapang yang sempit hati kita. Hidup ini murah yang mahal gengsi dan hidup kita, setuju?...”

Kutipan teks di atas menjelaskan bahwa kata yang berlawanan merupakan ciri dari bentuk jika manusia melibatkan Tuhan, kehidupan akan berjalan lancar dengan menghadirkan Tuhan pada hatinya. A Hilman membandingkan kejadian yang berbeda jika menghadirkan Allah dalam hati dan tidak menghadirkan dalam hati. Hal tersebut menjadi tolak ukur antara kehidupan yang baik dan tidak, dengan meminta petunjuk dari Allah SWT.

c. Repetisi

Gaya bahasa repetisi atau pengulangan suku kata, bunyi, kalimat atau kata yang dianggap penting guna memberi penekanan sebuah konteks yang sesuai. Penggunaan repetisi yang diterapkan A Hilman pada beberapa videonya dakwahnya, yang berjudul “Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia”, dengan cuplikan teks, sebagai berikut:

“Alasan utama kenapa hati kita merasa disakiti atau tersakiti jawabannya adalah karena bisa jadi hati ini terlalu banyak berharap kepada selain Allah Subhanahu Wata'ala. Kenapa bisa merasa terluka? barangkali selama ini ada harapan dari keinginan hati yang seharusnya disandarkan satu-satunya kepada Allah tapi banyak di antara kita yang menyandarkannya bukan kepada selain Allah yakni

kepada manusia. Banyak mahasiswa yang galau selama kuliah karena dalam benaknya dia lebih banyak bersandar kepada temannya bahkan dosennya. Salah satu contohnya apabila kita sudah berjanji kepada teman kita untuk lulus bersama-sama namun karena keadaan dan juga waktu, apabila kita terlambat dan dia mempercepat waktu sehingga dia lulus lebih dahulu dari kita maka kita akan merasa sakit karena janji yang sudah kita sepakati tidak bisa terwujud. Karena kita terlalu berharap kepada manusia”.

Kutipan teks di atas memperlihatkan kesedihan yang berulang jika terlalu berharap kepada manusia. Pengulangan kata yang dilakukan A Hilman menciptakan ritme yang indah didengar dan mudah diingat. Hal demikian, akan memudahkan para *mad'u* dalam memahami konteks dakwah yang sedang dibicarakan.

Video kedua berupa konten dakwah yang berjudul “Untukmu yang Diberatkan Hidupnya”, dengan teks dakwah sebagai berikut:

“Tidak mungkin seseorang itu diberatkan hidupnya kecuali sedang Allah rencanakan dia menjadi orang besar dalam hidupnya, maka kadang dalam hidup kita harus dibanting dibanting dibanting agar kita bisa terpelanting, dalam hidup kadang kita harus ditempa ditempa ditempa agar kita bisa ditempatkan pada keadaan yang lebih baik, kita harus dibentuk dibentuk dibentuk agar kita bisa dibentuk dalam keadaan yang lebih baik dan itu yang akan menjadikan kita yakin Allah tidak akan mungkin memberikan beban kepada kita melalui batas kemampuan kita”.

A Hilman mengindahkannya kalimat ceramahnya dengan mengulangi frasa/kata tertentu untuk menekankan poin pesan dakwahnya. Karena dalam penggunaan kata dan kalimat yang indah mampu menciptakan dunia baru dan dapat menghipnotis pikiran, mengarahkan perilaku, membangkitkan emosi serta mampu membangun jembatan emosional antara *da'i* dan *mad'u*, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diingat, diterima dan diimplementasikannya. Gaya bahasa diperlukan dalam berdakwah untuk memberikan komunikasi yang lebih efektif. Gaya bahasa yang indah mampu memicu emosional para *mad'u*. Penggunaan bahasa yang menyentuh hati dapat membangun hubungan emosional antara *da'i* dan *mad'u*, sehingga pesan yang disampaikan mudah diingat, memberikan pemahaman yang mendalam, dan mampu meningkatkan daya ingat seseorang.

Gaya bahasa yang indah bukan hanya indah didengarkan, namun juga termasuk dalam pemilihan kata-kata yang tepat, kata-kata yang mengandung banyak makna, pemilihan kata atau kalimat yang sederhana, membandingkan hal lain untuk memperjelas makna, dan mengganti kata dengan kata lain yang memiliki makna kiasan. Penting bagi *da'i* untuk terus melatih dan belajar dalam mengembangkan kemampuan berbahasa agar pesan yang disampaikan tepat sasaran dan mudah diterima. Penggunaan gaya bahasa yang indah dalam proses berdakwah membutuhkan keterampilan serta pemahaman yang mendalam akan bahasa yang digunakan, dengan menguasai teknik bahasa seorang *da'i* dapat menyampaikan pesan dakwah lebih efektif dan menyentuh hati para *mad'unya*.

B. Gaya Suara Ustadz Hilman Fauzi

Suara menjadi faktor terpenting dalam beretorika karena mampu mempengaruhi khalayak menjadi kunci keberhasilan apakah pesan bisa tersampaikan dengan baik atau tidak. Gaya suara selalu berbeda sesuai dengan kondisi dan situasi, karena dalam mendapatkan gaya suara yang sesuai dibutuhkan perhatian lebih. Ketujuh video yang diteliti, A Hilman menggunakan gaya suara *pitch* untuk menekankan pada sesuatu yang mempunyai makna yang pada umumnya berkaitan dengan kata yang diinterpretasikan.

1. Nada Naik Turun, diberi tanda garis ke atas dan ke bawah (↑↓)

Video konten yang berjudul “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu”, “Hidupmu Belum Usai, Sayang” menggunakan gaya suara *pitch* dengan nada naik turun yaitu nada yang meninggi kemudian merendah, dengan tanda (↑↓). Konten video “Rumus Hidup Bahagia – Jangan Sakiti Hatimu” menggunakan nada naik turun ketika pada teks “*Pada akhirnya hidup ini adalah pertemuan antara sabar tanpa tepi dan syukur tanpa tapi* (↑)” menggunakan nada naik untuk menekankan pesan penting, dan kemudian dilanjutkan dengan kalimat “*dan kita harus bersyukur dengan segala nikmat yang Allah berikan kepada kita dan belajar bersabar ketika ujian datang menghampiri kita* (↓)” menggunakan nada turun untuk memberikan penjelasan dari kalimat utama dengan nada naik. “*Sedihlah sewajarnya, senanglah secukupnya* (↑)” diikuti dengan kalimat selanjutnya yang menjelaskan tentang perbandingan kata/antonim menggunakan nada naik “*karena pada akhirnya kita semua akan kembali kepada Allah Subhanahu Wata’ala* (↓)” dan dilanjutkan dengan penjelasan dari perbandingan kata tersebut dengan nada turun. Begitu juga dengan kalimat selanjutnya.

Konten video “Hidupmu Belum Usai, Sayang” juga menggunakan nada naik turun pada pengucapan dakwahnya, seperti: “*Ustadz ustadz hidup saya usai ustadz* (↑)”, “*Setelah dia menyakitiku semuanya selesai ustadz* (↑)”, A Hilman menggunakan

nada naik karena mencontohkan nada orang lain yang sedang menjadi perbincangan di media sosial, kemudian *“Teman-teman, adek-adek sayang yang harus ditinggal pergi oleh seseorang dia gak akan kemudian berhenti hidupnya gara-gara satu orang yang menyakitinya, hidupmu terlalu sayang jika harus berhenti gara-gara satu orang yang menyakitimu, hatimu terlalu berharga hidupmu terlalu berarti untuk dihancurkan sama orang yang menyakitimu (↓)”*, *“Ingat ya yang rusak rencanamu bukan hidupmu yang hancur usahamu bukan masa depanmu rencanamu boleh berakhir boleh rusak tapi hidupnya jangan sayang (↓)”*, A Hilman menggunakan nada turun untuk memberikan penjelasan agar para pesan yang disampaikan kepada *mad’u* dengan mudah masuk dan diterima dalam hati.

Penggunaan nada naik turun merupakan seni. Seorang pendakwah yang mampu menguasai teknik ini dapat menyampaikan pesan secara efektif dan menyentuhkan hati. Memainkan nada naik turun akan menarik perhatian *mad’u* untuk mendengarkan pesan dengan seksama. Menimbulkan emosi para *mad’u* sehingga tidak merasa monoton, bosan, dan hilang fokus. Selain itu, dengan memainkan nada akan membuat dakwah lebih hidup dan suasana yang menyenangkan.

2. Nada turun naik, ditandai dengan garis ke bawah dan ke atas (↓↑)

Video konten yang berjudul *“Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup”*, dan *“Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia”* menggunakan nada turun naik yaitu nada yang merendah kemudian meninggi. Konten video dakwah yang berjudul *“Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup”* menggunakan nada turun naik pada kata:

“Hidup ini mudah, yang rumit pikiran kita (↓). Karena kita tidak pernah melibatkan Allah dalam hati kita. Hidup ini lapang yang sempit hati kita (↓). Hidup ini murah yang mahal gengsi dan hidup kita, setuju? (↑). Hidup ini mudah jika Kita bersama Allah. Hidup kita lapang jika kita bersama siapa? Allah. Hidup kita akan menjadi murah jika hidup kita

bersama siapa? Allah. (↑) Bunda teteh sayang ayah, hidup yang membuat kita berat adalah ketika kita sibuk dengan penilaian Allah setuju atau setuju. Jadi pertanyaannya, kita semua dapat petunjuk dari siapa? Allah begitu juga dengan masalah kita (↑). Orang baik bukan orang yang tidak ada masalah tapi, orang baik orang yang bisa mengambil hikmah dari masalah. Maka singkatan dari masalah adalah masa mengenal Allah (↓) ”.

Nada turun digunakan sebagai pemberi pernyataan A Hilman kepada *mad'u* tentang pesan yang disampaikan. Sedangkan nada naik digunakan oleh A Hilman sebagai bentuk dari jawaban atas pernyataan yang sudah diberikan kepada *mad'u*, sehingga *mad'u* lebih mudah dalam memahami pesan yang disampaikan antara pernyataan dan jawaban. Video kedua yang berjudul “Jangan Pernah Berharap Kepada Manusia”, dengan teks:

“Alasan utama kenapa hati kita merasa disakiti atau tersakiti jawabannya adalah karena bisa jadi hati ini terlalu banyak berharap kepada selain Allah Subhanahu Wata'ala (↓) . Kenapa bisa merasa terluka? (↑) barangkali selama ini ada harapan dari keinginan hati yang seharusnya disandarkan satu-satunya kepada Allah tapi banyak di antara kita yang menyandarkannya bukan kepada selain Allah yakni kepada manusia (↓). Banyak mahasiswa yang galau selama kuliah karena dalam benaknya dia lebih banyak bersandar kepada temannya bahkan dosennya (↑). Salah satu contohnya apabila kita sudah berjanji kepada teman kita untuk lulus bersama-sama namun karena keadaan dan juga waktu, apabila kita terlambat dan dia mempercepat waktu sehingga dia lulus lebih dahulu dari kita maka kita akan merasa sakit karena janji yang sudah kita sepakati tidak bisa terwujud. Karena kita terlalu berharap kepada manusia (↓) ”.

Penggunaan nada turun pada cuplikan teks adalah ketika A Hilman menggunakan kalimat yang berisi alasan mengapa permasalahan tersebut bisa terjadi, kemudian A Hilman menggunakan nada naik untuk memberikan jawaban atas alasan dari permasalahan yang terjadi. Diharapkan dari berbedanya nada/intonasi A Hilman mengucapkan kalimat dakwahnya, para *mad'u* bisa membedakan antara jawaban dan alasan dari pesan yang disampaikan, sehingga *mad'u* bisa mengambil dan memahami dari pesan yang disampaikan.

3. Nada Datar, diberi tanda dengan garis mendatar (\leftrightarrow)

Video konten yang berjudul “Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini” dan “Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?” menggunakan nada datar dalam berdakwahnya. Hal ini ditandai dengan pesan dakwah yang disampaikan memiliki durasi yang sangat singkat dan membawakan pesan yang tidak mengandung permasalahan. Seperti judul “Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini” A Hilman tidak memainkan intonasinya dan hanya menggunakan nada datar karena dalam pesan yang disampaikan memberikan doa dan harapan. Doa dan harapan merupakan kegiatan yang bersifat santai dan tenang.

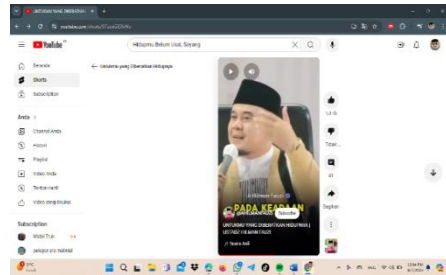
A Hilman mengawali dan mengakhiri dakwahnya dengan berdo'a karena do'a merupakan koneksi dengan Allah SWT. berkomunikasi langsung dengan Tuhan, dengan berdo'a seorang *da'i* meminta pertolongan, memohon petunjuk, dan meminta keberkahan dalam menjalankan tugasnya. Melalui berdo'a meningkatkan keimanan seorang *da'i* dalam meningkatkan keyakinan kuasa dalam mengubah hati manusia. Berdo'a memberikan ketenangan hati dan mampu mengurangi kekhawatiran pada semua orang. Harapan yang selalu A Hilman ucapkan pada setiap dakwahnya bertujuan untuk mendorong semangat, sebagai sumber energi positif dan memperkuat ikatan ukhuwah. Harapan seseorang dalam meraih keberhasilan menjadi motivasi dalam hidup yang mampu melahirkan energi positif yang dapat menginspirasi orang lain untuk

mengikuti jejaknya. Harapan seorang *da'i* untuk terwujudnya masyarakat yang lebih baik dalam memperkuat ikatan ukhuwah dengan *mad'u*.

Video kedua yang berjudul “Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?” A Hilman menggunakan nada datar untuk menciptakan suasana yang khusyuk untuk memungkinkan *mad'u* lebih fokus dalam mendengarkan dakwah. Nada datar yang konsisten membuat pesan tersampaikan dengan jelas, menunjukkan kesan serius dan kesungguhan seorang pendakwah dalam menyampaikan pesan sesuai dengan isi pesan yang sedang disampaikan. Penggunaan nada harus disesuaikan dengan pesan yang disampaikan agar pesan yang diterima *mad'u* tersampaikan dengan mudah dan jelas. Selain itu, dalam penggunaan nada datar mampu meminimalisis gangguan ketidaksesuaian antara pesan dan nada, serta mengalihkan perhatian *mad'u* dalam memahami pesan dakwah.

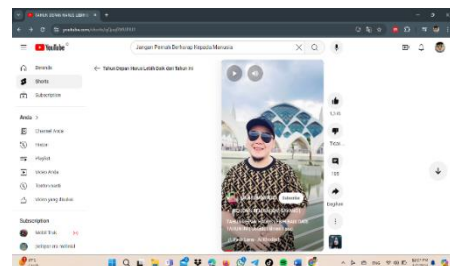
C. Gerak Tubuh Ustadz Hilman Fauzi

Selain menggunakan gaya suara dan bahasa, terdapat unsur lain yang begitu penting yaitu gerak tubuh. Gerak tubuh berfungsi sebagai gaya tambahan pada bunyi vokal seseorang untuk menarik perhatian, sebagai penyampaian makna, dan menumbuhkan sikap kepercayaan diri seorang pendakwah. Gerak tubuh merupakan ciri khas yang dimiliki seorang *da'i* dalam berdakwah. Selain gestur, postur tubuh, gaya berpakaian, pandangan mata serta mimik wajah merupakan komunikasi non verbal sebagai tambahan dari bentuk komunikasi. Gerakan tubuh yang ditampilkan A Hilman dalam ke tujuh video dakwahnya tidak berlebihan. A Hilman menampilkan sikap yang wajar, tidak terlalu kaku dan sangat santai. Gerak tubuh mengikuti pada kondisi pesan yang sedang disampaikan, sehingga antara pesan dan gerak tubuh yang dilakukan berkesinambungan.



Seperti pada Gambar 10 Konten dakwah berjudul “Doa Agar Diberikan Petunjuk dan Kecukupan dalam Hidup” dan Gambar 11 Konten dakwah berjudul “Untukmu yang Diberatkan Hidupnya” gestur A Hilman sesekali menggerakkan tangannya dan tidak menunjukkan gerakan yang berlebihan. Gerakan tersebut terlihat natural dan tidak terkesan dilebih-lebihkan. Gestur alami secara nyata dan secara tidak sadar mampu memperjelas nilai dari isi dakwah yang disampaikan.

Ekspresi wajah atau mimik wajah menjadi salah satu faktor pendukung seorang *da'i* dalam mempengaruhi *mad'unya*. Ekspresi wajah tentu harus disesuaikan dengan pokok pembahasan yang disampaikan. Setiap video konten dakwahnya A Hilman selalu menunjukkan ekspresi wajahnya yang senang, tenang, dengan senyuman di akhir jedanya. A Hilman jarang sekali menampilkan ekspresi wajah kesalnya ketika berdakwah. Karena ekspresi wajah membantu dalam mengkomunikasikan sikap, emosi maupun perasaan *da'i*. Seperti pada Gambar 12 Konten dakwah berjudul “Mengapa Hidup Terasa Sulit dan Berat?” dan pada Gambar 13 Konten dakwah berjudul Tahun Depan Harus Lebih Baik dari Tahun Ini”.



Kontak mata atau pandangan mata merupakan seni retorika yang digunakan untuk menarik perhatian *mad'u*. Kontak mata kepada *mad'u* digunakan sebagai arti menambahkan kepercayaan *mad'u* dengan apa yang sedang disampaikan *da'i*. Apabila seorang *da'i* tidak memainkan kontak mata, maka dapat membuat *mad'u* tidak yakin dengan apa yang disampaikan. Selain itu, *mad'u* juga akan merasa bahwa *da'i* tidak sedang mengajaknya berbicara. Seperti pada semua gambar 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 tatapan A Hilman fokus kepada *mad'u* tetapi meneduhkan, dalam arti kontak mata dengan para *mad'u* untuk mengajaknya mendengarkan dan berbicara, tidak dengan tatapan mengintimidasi, melotot, marah. Selain memandangi kepada para *mad'u* secara tatap muka A Hilman juga memandangi kamera, sehingga para *mad'u* yang melihat di channel YouTube tetap bisa merasakan ikatan dengan sang *da'i*.

Gerakan non verbal penting dilakukan ketika berdakwah guna memperkuat pesan, membangun koneksi, menarik perhatian, dan meningkatkan kredibilitas. Gerakan non verbal dapat memperkuat isi pesan verbal yang membuat pesan mudah diingat, membangun koneksi emosional pendengar mampu membayangkan dan merasakan apa yang sedang dibicarakan. Gerakan non verbal yang menarik mampu membuat pendengar lebih fokus dan memahami pesan dakwah yang disampaikan. Adanya gerakan non verbal seorang *da'i* dapat membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami, lebih hidup, dan menarik.

Penampilan atau gaya berpakaian juga menjadi hal yang diperhatikan *mad'u* mengenai citra diri seorang pendakwah. Penampilan yang baik akan membuat *mad'u* tertarik dan nyaman melihatnya, selain itu penampilan juga akan menambah kepercayaan diri seorang *da'i*. Seperti pada gambar 1, 3, 5 dan 8, A Hilman menggunakan pakaian bergaya atau mengikuti perkembangan zaman, apalagi target utamanya Gen Z. Dilihat dari postingan konten dakwahnya, A Hilman ketika berdakwah sering kali menggunakan pakaian yang kekinian, lebih santai modis dan selayaknya pakaian ustadz pada umumnya dibalut dengan peci dan koko. Walau berpeci dan berkoko, A Hilman tetap terlihat modis, sopan dan rapi. Hal

demikian yang menjadikan A Hilman tidak bosan dipandang para *mad'unya*.

Penampilan bukan hanya sekadar tentang fisik, melainkan representasi dari pesan yang disampaikan, karena penampilan yang baik mampu memudahkan komunikasi, menciptakan kesan positif, dan menjadi contoh tokoh yang baik. Penampilan menarik mampu mengambil hati dan perhatian *mad'u* lebih fokus terhadap dakwah yang diikutinya. Penampilan yang sopan, santai, bersih, wangi dan rapi akan meninggalkan kesan positif di hati para *mad'unya*. Seorang *da'i* diharapkan menjadi panutan bagi para *mad'unya*, perilaku yang baik dan penampilan yang baik akan menjadi contoh bagi orang lain.

Berdasarkan analisis peneliti terhadap gaya retorika dakwah Ustadz Hilman Fauzi, peneliti mendapatkan hasil bahwa Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTube AHILMANFAUZI menggunakan gaya bahasa percakapan, dengan ciri-ciri penggunaan bahasa sehari-hari, mudah dimengerti, tidak terikat dengan bahasa baku, bahasa yang diucapkan bersifat santai dan ringan. Hal tersebut dikarenakan A Hilman membangun sifat keakraban. Penggunaan gaya bahasa berdasarkan nada, A Hilman sering kali menerapkan gaya bahasa mulia dan bertenaga serta gaya menengah, dengan ciri-ciri menekankan pada hal penting serta menimbulkan emosional *mad'u* dengan penggunaan kalimat candaan untuk membangun suasana dakwah yang menyenangkan. Berdasarkan pada gaya bahasa struktur kalimat, A Hilman menggunakan kalimat antitesis dan repetisi, dimana pada penggunaan frasa dilakukan menggunakan kata berlawanan dan pengulangan kata yang dianggap penting serta untuk mengindahkannya dan dari pesan yang disampaikan. Berdakwah terlihat memukau dengan memperhatikan penggunaan bahasa, kata, dan makna yang indah, sehingga mampu menarik perhatian dan kemudahan dalam memahami pesan

A Hilman menggunakan gaya suara *pitch* dalam dakwahnya, meliputi nada naik turun, nada turun naik, dan nada datar. Berbagai macam nada/intonasi digunakan untuk menyesuaikan dengan pesan yang disampaikan, sehingga antara pesan dan nada bisa berkesinambungan.

Penampilan menggambarkan citra diri seorang pendakwah sebagai tokoh yang baik serta meyakinkan kepada *mad'u* akan pesan yang dibawakan, didukung dengan gestur tubuh seperti gerakan tangan, ekspresi wajah, kontak mata. Penampilan pakaian yang dikenakan A Hilm Fauzi sangat sopan, santai, rapi, dan modis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penemuan data dan hasil analisa yang sudah dilakukan penulis, maka dapat disimpulkan beberapa hal terkait gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi dalam channel YouTube AHILMANFAUZI. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya retorika dakwah yang dilakukan Ustadz Hilman Fauzi adalah:

1. Gaya Bahasa

Ustadz Hilman Fauzi sering kali menggunakan gaya bahasa percakapan dengan *mad'u* ketika berdakwah dan mampu merangkul semua perbedaan serta membangun sifat keakraban untuk menciptakan ruang dakwah yang nyaman. Hal tersebut menandakan bahwa kegiatan berdakwahnya bersifat santai, dan ringan. Penggunaan gaya bahasa berdasarkan nada, A Hilman menerapkan gaya bahasa mulia bertenaga dan menengah, ditandai dengan penekanan pada hal penting serta menimbulkan emosional *mad'u* dengan penggunaan kalimat candaan untuk membangun suasana dakwah yang menyenangkan. Penggunaan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, A Hilman menerapkan kalimat antitesis dan repetisi, dimana pada penggunaan frasa dilakukan menggunakan kata berlawanan dan pengulangan kata yang dianggap penting serta untuk mengindahkan kalimat dari pesan yang disampaikan.

2. Gaya Suara

Proses penyampaian pesan dakwah perlu adanya nada untuk menghindari dakwah yang membosankan, A Hilman menggunakan gaya suara *pitch* dalam dakwahnya, meliputi nada naik turun, nada turun naik, dan nada datar. Berbagai macam nada/intonasi digunakan untuk menyesuaikan dengan pesan yang disampaikan, sehingga antara pesan dan nada bisa berkesinambungan. Variasi nada yang digunakan A Hilman mampu menghidupkan dakwah yang lebih menarik.

3. Gerak Tubuh

Ustadz Hilman Fauzi melibatkan fisik dalam proses dakwahnya, dalam gerak tubuh ini lebih kepada memainkan gerakan non verbal. gestur tubuh yang sering digunakan adalah memainkan gerakan tangan dengan mengikuti setiap kalimat. Ekspresi wajah penuh dengan senyuman, terlihat tenang dan tidak menunjukkan rasa kesal atau emosi. Pandangan mata yang fokus dan tajam mengisyaratkan mengajak para *mad'unya* berbicara dan tidak bersifat mengintimidasi. Penampilan pakaiannya terlihat sangat rapi, sopan, santai dan modis.

B. Saran

Ustadz Hilman Fauzi merupakan tokoh agama yang dicari-cari oleh semua khalayak. Tokoh agama yang menjadi panutan setiap tindakan yang diucapkan dan dilakukan. Ustadz muda yang dikenal dengan sistem dakwahnya yang singkat dan santai, ustadz yang mampu memanfaatkan dan mengolah media sosial menjadi alternatif kegiatan keagamaan dan mampu membuka cara berpikir orang lain. Penelitian ini diharapkan untuk semua ustadz dan Ustadz Hilman Fauzi cermat dalam menggunakan gaya retorika dan tetap memperhatikan nilai keagamaan dan esensi dakwah, serta penelitian ini mampu menambah dan membuka wawasan para pembaca akan pentingnya memanfaatkan media sosial dalam lingkungan hidup. Pentingnya literasi dan kecermatan dalam memahami sebuah pesan diperlukan untuk melihat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aristoteles. (2018). *Retorika Seni Berbicara*. Yogyakarta: Basabasi Cetakan Pertama.
- Aziz, M. A. (2014). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Basit, A. (2013). *Filsafat Dakwah*. Depok: Rajawali Pers.
- Budi Santoso, C. (2020). *Retorika Dakwah Ustadz Sei Setyo Dalam Pementasan Wayang Kulit*.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cholifah, A. (2018). *Retorika Dakwah Ustadz Haneen Akira di Video Youtube (Analisis Semiotik Gaya Bahasa dan Gaya Tubuh dalam Ceramah "Pemuda Masa' Gitu")*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Departemen Agama RI. (2004). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Jumanatul 'Ali Art.
- Firdaus, M. L. (2021). *Retorika Dakwah Kh. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha)*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.
- Gun Gun Heryanto, S. R. (2013). *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Handayani, I. I. (2021). *Gaya Retorika Dakwah Habib Syech Di YouTube*. Semarang: Uin Walisongo Semarang.
- Hasim, M. Y. (2023). *Retorika Dakwah Ustadz Anas Fauzi Dalam Acara Pernikahan Di Youtube*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.
- Hendrikus, D. W. (1991). *Retorika Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Keraf, G. (1996). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Keraf, G. (2000). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, G. (2010). *Argumentasi dan Narasi : Komposisi Lanjutan III*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Lexy J, M. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Miller, K. (2009). *Organizational Communication: Approaches and Processes, 6th edition*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

- Nurudin. (n.d.). Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Prabowo, M. (2022). *Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi Melalui Media Instagram*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rahmawati, N. (2020). *Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Sosial Youtube Video Tentang “Iman” Pada Channel One* . Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Rakhmat, J. (1998). *Retorika Modern*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2012). *Retorika Modern Pendekatan Praktis. In Aristoteles*. Bandung: Rosdakarya.
- Said Al-Qahthani, P. A. (2005). *Menjadi Da’i Yang Sukses*. Jakarta: Qisthi Press.
- Santosa, E. T. (2015). *Raising Children in Digital Era*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Solmaz, M. O. (2015). *Mobile Addiction of Generation Z and Its Effects*. Procedia: Social and Behavioral Sciences.
- Stanley J. Barran, D. K. (2018). *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. (2015). *Metode Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulthon, M. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka, A. (2023). *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Teguh, M. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Umdatul, H. (2020). *Retorika Dakwah Kontemporer*. Serang: Media Madani.

Jurnal

- Amirudin., H. H. (2022). “Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Dakwah (Analisis Konten Dalam Video Sketsa di Channel NU Online)”. *Lanterana Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam VOL 1 No 1*, 30.
- Fitriani, Y. (2020). “Analisa Penyalahgunaan Media Sosial untuk Penyebaran Cybercrime”. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 21-22.
- Mowlana, H. (2017). “The Role of Social Media in the Islamic World”. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 226-243.

- Pira Suwira, D. I. (2023). "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube". *Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 173-181.
- Rakhmawati, I. (2013). "Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah Relasi Atas". *Journal Komunikasi Penyiaran Islam Volume 1 Nomor 2*, 53.
- Sarwinda. (2017). "Retorika Dakwah K.H. Muhammad Dainawi pada Pengajian Aisyah". *Journal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 169.
- Siraj, A. (2023). "Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hilman Fauzi Di Media Sosial Instagram". *The Leaders Writing*.
- Wibowo, A. (2020). "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Diera Digital". *Jurnal Islam Nusantara*, 341.

Internet

- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 19 Oktober 2023. <https://www.youtube.com/@AHILMANFAUZI>
- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 1 Agustus 2024. https://youtu.be/xMIIn_eblhg?si=AEcndr5g3gIL71Gq.
- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 1 Agustus 2024. <https://youtube.com/shorts/31NVfT6muOE?si=JMURU37OPhgN5Rp49>
- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 1 Agustus 2024. <https://youtube.com/shorts/87zeaG83hWo?si=JcepnNccqzI-PdsE>
- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 1 Agustus 2024. <https://youtu.be/oI97rnC7IFA?si=R9s-5CoDL9Ub9iGo>
- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 1 Agustus 2024. <https://youtube.com/shorts/qQoqRWUPIUY?si=s6G2ngA-oIIUTAgM>
- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 1 Agustus 2024. <https://youtu.be/ScIQL21gUOY?si=TsVQ2kiOM1a-AygV>
- Fauzi, H. (2020). Official YouTube Channel Ustadz Hilman Fauzi. Diakses pada 1 Agustus 2024. <https://youtu.be/9K1cf0kaAEk?si=oBogt-HbEy9tX517>
- Hestanto. (2016). Pengertian YouTube Menurut Para Ahli dan Karakteristiknya. Diakses pada 19 Oktober 2023.

<https://data.goodstats.id/statistic.agnezefanyayonatan/memiliki-pengguna-mediasosial-indonesia-2017-2016-xUAIp>

<https://www.hestanto.web.id/pengertian-youtube-menurut-para-ahli/#:~:text=Terdapat%20karakteristik%20dari%20youtube%20yaitu,Sistem%20pengamanan%20yang%20mulai%20akurat>

Makhfudoh, Q. (2022). *Berita KBB.com*. Diakses pada 1 Agustus 2024.

<https://beritakbb.pikiran-rakyat.com/khazanah/pr-963985787/profil-ustadz-hilman-fauzi-pendakwah-asal-garut-yang-pernah-menjadi-peserta-aksi-asia-indosiar?page=all>

Mutia, A. (2022). Orang Indonesia Suka Main Media Sosial, Ini Alasannya. Diakses pada 6 Februari 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/15/>

Noviandi, V. (2024, Mei Selasa). Ceramahnya Tuai Kritik, Padahal Ustaz Adi Hidayat Selalu Ikhlas Berdakwah Tanpa Pandang Tarif. *Arkadia Digital Media. Suara.com*. Diakses pada 12 Juli 2024.

<https://www.suara.com/entertainment/2024/05/14/150022/ceramahnya-tuai-kritik-padahal-ustaz-adi-hidayat-selalu-ikhlas-berdakwah-tanpa-pandang-tarif-orang-indonesia-suka-mainmedia-sosial-ini-alasannya>

Prasetyo, A. (2014). Artikel: Perbedaan Dan Pengertian Antara Streaming. Diakses pada 20 Oktober 2023. <https://www.arieprastyo.com>

Wahyuni, F. (2022). *POSBELITUNG.CO*. *Tribun News*. Diakses pada 1 Agustus 2024.

https://belitung.tribunnews.com/2022/11/07/biodata-ustadz-hilman-fauzi-dikenal-sebagai-seorang-ustaz-muda-mulennial-begini-kisah-hidupnya#amp_tf=From%20%251%24s&aoh=17037320452273&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fbelitung.tribun

Yonatan, A. Z. (2023). Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026. Diakses pada 19 Oktober 2023.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fiki Lailatul Masruroh
TTL : Pekalongan, 29 Maret 2001
Asal : Desa Lumeneng, Kecamatan Paninggaran, Kabupaten Pekalongan,
Provinsi Jawa Tengah
Hobbi : Membaca, menggambar dan traveling.
Email : Warkuti110@gmail.com

Riwayat Pendidikan

SD	: SD N 1 Lumeneng	LulusTahun: 2014
SMP	: SMP N 1 Paninggaran	LulusTahun: 2017
SMA	: SMA N 1 Paninggaran	LulusTahun: 2020
UIN Walisongo Semarang		

Semarang, Agustus 2024

Penulis,



Fiki Lailatul Masruroh

NIM. 2001026080