

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Retorika merupakan salah satu teknik seni berbicara dengan kepandaian menggunakan bahasa yang efektif. Dalam proses dakwah, retorika diaplikasikan dalam bentuk pidato, khutbah, tabligh akbar, pengajian serta ceramah pada acara Peringatan Hari Besar Islam (PHBI). Retorika juga identik mengandung unsur persuasif, juga kreativitas dalam penggunaan suara, keterampilan bahasa yang indah dan diikuti gerak tubuh dalam menyampaikan pesan ketika berpidato.

Seiring dengan perkembangan dakwah di Nusantara, retorika dakwah mewarnai dengan tradisi dan budaya nusantara. Khususnya pada budaya Jawa (walisongo) menggunakan retorika yang beradaptasi dengan kultur masyarakat lokal saat itu, sehingga Islam bisa diterima oleh sebagian besar masyarakat.

Munculnya peradaban globalisasi erat kaitannya dengan perkembangan media massa, karena dengan adanya media massa dapat melayani kepentingan para da'i dalam menjalankan fungsi dakwah yang berada di negara-negara Islam. Adapun fungsi dakwah yang diperankan melalui pelayanan media massa sebagai menjaga agar media massa terus berpihak kepada kebaikan, kebenaran dan keadilan menyeluruh sesuai dengan *fitrah* manusia yakni taat kepada segala aturan yang telah ditetapkan oleh Sang

Khaliq dan menjauhi segala apa yang di larang-Nya.¹ Dengan melalui perantara media massa *lah*, dakwah yang disampaikan oleh para juru dakwah akan terhubung dan tersalurkan kepada ribuan bahkan jutaan penerimaan dakwah (mad'u) dalam satu jaringan komputer atau disebut dengan dunia maya (*cyberspace*).

Dalam kehidupan dunia maya, masyarakat baru sangat mudah melakukan diskusi, tukar informasi, terjalin silaturahmi yang secara interaktif dalam jangkauan skala yang sangat luas. Hal ini disebabkan setiap orang dapat mengakses pesan melalui internet tanpa ada hambatan dan tanpa mengenal batasan negara.² Dengan adanya teknologi masyarakat akan mudah memperoleh, bertukar maupun sebagai sarana penyaluran informasi sesuai kebutuhan kapasitas masing-masing dengan tanpa gangguan batas dan waktu. Juga tidak menutup kemungkinan pesan dakwah akan terhubung kepada seluruh manusia dimuka bumi ini baik muslim maupun non muslim.

Banyak media massa berinovasi menyajikan layanan dalam memfasilitasi penggunaannya mencari informasi, wadah penyaluran informasi, pendidikan dan hiburan dengan berbagi, mengunggah video yang mudah didapati oleh masyarakat luas. Adapun media massa yang dimaksud seperti *Youtube, Instagram, Facebook, WhatsApp* dan media sosial lainnya.

¹ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer (Sebuah Studi Komunikasi)*, (Yogyakarta : Graha Ilmu,2011), hal. 95

² Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer...*,hal.93.

Dalam menghadapi arus tantangan informasi, setiap anak muda yang cikal bakal generasi penerus bangsa tentunya berperan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, salah satunya adalah berperan aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran konten dan video yang di isi dengan konten-konten yang positif dan bermanfaat, salah satunya seperti konten dakwah.

Esensi dakwah yang merupakan cara mengajak manusia untuk berbuat kebaikan dan mematuhi petunjuk Allah SWT, menyuruh kepada berbuat kebaikan dan mencegah dari perbuatan yang mungkar, dengan tujuan agar memperoleh kebahagiaan didunia dan akhirat. Untuk mencapai keberhasilan dakwah, para da'i harus pandai mengemas pesan dakwah menjadi menarik, tidak monoton dan dapat dipahami oleh jamaah (mad'u).

Dalam penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa untuk terciptanya keberhasilan dakwah yaitu amar ma'ruf nahi mungkar untuk mencapai kebahagiaan yang haqiqi, seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwah dengan cara menyenangkan dan membangkitkan ketertarikan, sehingga dakwah dapat tersampaikan dengan benar, menyentuh hati para pendengar atau penerima dakwah (mad'u), dan pesan dakwah yang telah didengarkan dari da'i dapat diamalkan di kehidupan sehari-hari.

Dewasa ini, metode berdakwah semakin beragam. Tidak sedikit pula dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana berdakwah. Salah satu seperti media sosial yang banyak diakses

oleh masyarakat luas adalah Youtube. Youtube merupakan media sumber informasi yang berisi video klip film, televisi, juga video buatan oleh para penggunanya atau *content creator*. Didalam kegiatan dakwah seorang da'i mempunyai cara tersendiri mengajak mad'unya sesuai tujuan dakwah. Karenanya, para da'i memanfaatkan media sosial dengan bijak salah satunya menjadikan media ini sebagai ladang berdakwah.

Tak terkecuali Ustadzah muda yaitu Wirda Mansur. Wirda Mansur adalah seorang da'iyah milenial yang ikut eksis mengunggah konten dakwah di media sosial pada akun channel Youtubanya. Wirda mulai aktif membagi konten dakwahnya di media Youtube sejak 04 Oktober 2015. Selain media sosial youtube, Wirda juga mempunyai akun di beberapa media sosial seperti di facebook, instagram dan tiktok.³

Nama asli Ustadzah milenial ini adalah Wirda Salamah Ulya Mansur. Beliau adalah seorang pendakwah sekaligus penulis, seorang hafidzah (penghafal Al-qur'an) dan pengusaha muda. Gadis berbakat ini yang merupakan putri dari Ustadz kondang yaitu Ustadz Yusuf Mansur. Dengan penampilannya membuat publik terpukau, namanya mulai dikenal setelah menjadi Duta Al-qur'an di Amerika Serikat. Peribahasa mengatakan bahwa "*Buah jatuh tak jauh dari pohonnya* ", sang ayah yakni Ustadz Yusuf Mansur mewarisi banyak keahlian

³ Diakses pada 19 Maret 2022 pukul 10.48 WIB dari <https://www.youtube.com/channel/UC1mFZuLNWwFLCXa5spjG7O>

kepada sang anak. Wirda memiliki banyak prestasi yang tak kalah membanggakan dibanding sang ayah. Seorang yang menginspirasi para anak muda Indonesia. Dalam usia muda, Wirda sudah menjadi penghafal Al-qur'an 30 juz. Dan sudah keliling dunia untuk mengajar di berbagai yayasan di luar negeri, selain itu beliau di aktif di beberapa media sosial, salah satunya mempunyai akun channel Youtube dengan banjir *subscriber* karena konten-konten yang berfaedah.

Daya tarik seorang da'iyah muda ini mengantarkan pada peluang keberhasilan dakwah, dengan dinuktiin dari beberapa unggahan konten dakwah beliau yang dibarengi dengan keterampilan mengemas dakwah menjadi lebih berwarna dan dapat dicerna mad'u. Terlebih penyampaian pesan dari hati agar dalam pembawaan yang bijaksana.

Pada channel Youtubanya Wirda Mansur, ada beberapa konten video tentang dakwah yang diberi judul playlist *#NgajiBarengWirda* yang membuat para *subscribe* dan *viewers* channel youtubanya disukai oleh semua kalangan. Wirda Mansur memiliki keunikan dalam menyajikan konten dakwah, antara lain adalah cara penyampaian beliau yang milenial karena menggunakan gaya bahasa yang khas, yaitu dengan logat betawi. Dan sapaan gaulnya dengan sebutan "gue, temen-temen,". Gaya bahasa yang tidak resmi tapi kesannya anak muda sekali dengan logat khasnya yakni bahasa Betawi membuat seakan bukan sedang menggurui. Hal ini membuktikan bahwa tak hanya

kepribadian yang baik, wirda juga dalam berkonten dakwah mempunyai ciri khas yang mana membedakan dari ustadz/ustadzah lain. Selain itu, juga bahasa yang digunakan sederhana, disampaikan dengan santai, ditambah dengan contoh-contoh sesuai pengalamannya dan jargonnya yang populer yaitu “*sholawatin aja*”. Begitupun dalam segi gestur tubuhnya yang energik, juga intonasinya sangat menyesuaikan dengan materi dibahas. Selain itu, juga aktivitas di belakang layar pun yang sangat ramah, gemar berbagi terhadap sesama.

Dengan strategi dakwah melalui media sosial yang dilakukan daiyah milenial ini, para pengguna media sosial youtube terlihat sangat menyukai dan tertarik untuk menonton konten dakwah yang dibawakan oleh Wirda Mansur. Hal ini membuktikan bahwasannya dengan banyaknya pengakses media sosial youtube yang beranggapan baik terhadap video-video segmen *#NgajibarengWirda*. Terdapat beberapa konten video dakwah dari channel *youtube* pribadi Wirda Mansur, ternyata beliau yang telah mengguncangkan warganet dengan mempunyai *subscribe nya* yang banyak dan konten videonya telah banyak ditonton ribuan *viewers*, pada video-video dalam playlist *#NgajiBarengWirda*.

Berdasarkan teori dan paktris Wirda Mansur sangat mumpuni dan membuktikan bahwa retorika dakwah Wirda diterima dakwahnya membuat masyarakat sangat cocok dengan gaya penyampaian dakwah Wirda, sehingga para pengikut di

channel Youtubanya ikut mempraktekkan apa yang telah ditontonnya dan banjir dengan memberikan kolom komentar yang positif.

Dengan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mendeskripsi respon pengikut akun Youtube Wirda Mansur dengan judul penelitian : **Respon Masyarakat Terhadap Retorika Dakwah Wirda Mansur** (Studi Analisis pada Media *Youtube*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah diatas, maka penyusun dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya retorika dakwah Wirda Mansur di media Youtube ?
2. Bagaimana respon masyarakat terhadap retorika dakwah Wirda Mansur di media Youtube ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya atau seni retorika dakwahnya Wirda Mansur di media Youtube.
2. Untuk mengetahui respon masyarakat retorika dakwahnya Wirda Mansur di media Youtube.

D. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan berdasarkan teori dan praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keilmuan khususnya aspek dakwah mengenai retorika dakwah bagi penulis, untuk ikut serta dalam menciptakan konten-konten yang positif terutama konten dakwah.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini antara lain :

- a. Diharapkan dapat menambah informasi, pemahaman dan evaluasi bagi penulis terkait respon masyarakat terhadap gaya penyampaian retorika dakwah Wirda Mansur di media Youtube.
- b. Menjadi referensi bagi mahasiswa atau pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan mengenai retorika dakwah di media Youtube.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebelum penelitian ini, ada beberapa karya ilmiah yang relevan dari penelitian lain.

Tabel 1.1

No.	Nama	Judul	Metode	Hasil penelitian
1.	Humairoh (2018)	Respon Remaja dalam Video Dakwah Source of Happiness pada Akun Instagram Ustadzah Haneen Akira	Pendekatan Kuantitatif	Respon yang paling tinggi dan mendominasi adalah respon kognitif, hasil kedua respon afektif dan ketiga respon konatif. Hal tersebut dinyatakan bahwa responden hanya mengetahui dari segi pengetahuan saja dan belum mengaplikasikan perilaku kehidupan nyata.
2.	Siti Dewi Wulandari (2018)	Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas	Deskriptif kualitatif	Ustadz Abdul Somad menerapkan beberapa teknik retorika, diantaranya persuasif, rekreatif dan logos dalam berdakwah.

		Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung		
3.	Ahmad Hanif (2018)	Respon Remaja Terhadap Efektivitas Di Majelis Taklim Asy-Syubbaniyyah dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Keagamaan di Blok Kedemangan Kulon Desa Kertasari Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon	Pendekatan kuantitatif	Respon remaja pada Proses kegiatan pengajian Asy-syubbaniyyah dilihat dari materi dan metode memiliki predikat baik.

Pertama, skripsi dari Humairah (2018), mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Berjudul “*Respon Remaja dalam Video Dakwah Source of Happiness pada Akun Instagram Ustadzah Haneen Akira*”. Penelitian ini menjelaskan bahwa Ustadzah Haneen Akira adalah salah satu da’iyah yang menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarkan syiar Islam. Beliau sering aktif mengunggah video dakwahnya di Instagram dan dilihat lebih dari 70 ribu penonton juga disukai oleh lebih dari 20 ribu orang. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengumpulan data dengan kuesioner, observasi dan studi kepustakaan.

Perbedaan dalam penelitian adalah pada objek penelitian terdahulu meneliti video dakwah *Source Of Happiness* pada akun Instagram Ustadzah Haneen Akira. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis, objek penelitiannya adalah retorika dakwah Wirda Mansur di media Youtube.

Kedua, skripsi dari Siti Dewi Wulandari (2018), mahasiswi UIN Raden Intan Lampung, jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi. Berjudul “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Youtube (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung)*”. Kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu membahas tentang persepsi

mahasiswa terkait retorika dakwah Ustadz Abdul Somad di media Youtube. Persepsi mahasiswa menanggapi bahwa dalam video dakwahnya di Youtube memiliki gaya suara yang khas dengan menggunakan logat melayu.

Dalam penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang retorika dakwah. Adapun perbedaannya pada objek penelitian. Pada penelitian dahulu meneliti persepsi mahasiswa terkait retorika dakwahnya Ustadz Abdul Somad, sedangkan penulis meneliti daripada respon masyarakat terhadap retorika dakwahnya Wirda Mansur di media Youtube.

Ketiga, skripsi dari Ahmad Hanif (2012), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Addin. Berjudul *“Respon Remaja Terhadap Efektivitas Di Majelis Taklim Asy-Syubhaniyyah dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Keagamaan di Blok Kedemangan Kulon Desa Kertasari Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon”*. Kesimpulan penelitian ini membahas tentang keefektifitasan pengajian remaja di majlis ta'lim Asy-subhaniyyah dan dampaknya terhadap keagamaan di blok Kedemangan Kulon Desa Kertasari Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon, karena pengajian itu sebagai sarana pembentukkan kepribadian sikap sosial.

Adapun perbedaan dengan penelitian penulis objek penelitian. Selain itu, lokasi penelitiannya pun berbeda, pada

penelitian terdahulu melakukan penelitian di Blok Kedemangan Kulon Desa Kertasari Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon. Sedangkan penelitian penulis dilakukan di Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang beralamatkan di Jalan Jenderal Sudirman No.30 Ciceri, Kota Serang, Provinsi Banten.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memahami gambaran mengenai pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab pertama pendahuluan, bab ini meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, sistematika pembahasan.

Bab kedua kajian pustaka berisi penjelasan yang berisi tentang: 1. Ruang lingkup retorika yang meliputi: pengertian retorika, jenis-jenis retorika, macam-macam gaya retorika, lima Hukum Retorika Aristoteles. 2. Ruang lingkup dakwah yang meliputi: pengertian dakwah, unsur-unsur dakwah, 3. Media dakwah kontemporer, 4. Youtube sebagai media dakwah kontemporer. Sedangkan landasan teori yang berisi tentang: 1. Pengertian Respon 2. Teori *Uses and Gratification* 3. Teori S-O-R

Bab ketiga metodologi penelitian yang meliputi : metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab keempat analisis data dan pembahasan yang meliputi: Biografi dan Gambaran Umum Tentang Ustadzah Wirda Mansur, Analisis Gaya Retorika Dakwah dalam playlist #NgajibarengWirda di akun channel *Youtube* Wirda Mansur, Analisis Respon Masyarakat Terhadap Retorika Dakwah Wirda Mansur di Media *Youtube*

Bab kelima penutup, yang berisi kesimpulan yang memuat hasil dari penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dibahas pada bagian bab IV, dan saran-saran dan dilanjutkan dengan daftar pustaka.