

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di masa perkembangan teknologi informasi, kita bisa mengamati kemunculan para *da'i* dengan kemampuan retorika yang memukau khalayak. Dakwahnya dapat dilihat dari beragam saluran, baik saluran informasi secara pribadi maupun umum.

Internet adalah teknologi yang memelihara banyak prasarana yang dapat dimengerti serta dapat dikelola semua khalayak saat ini. Namun internet juga dapat diibaratkan dengan rimba, Seorang petualang tidak profesional pasti memerlukan petunjuk arah serta pengenalan konsep dan strategi teknis untuk tidak tersesat dan menikmati penjelajahan.<sup>1</sup>

Ada beberapa media online yang ada namun media *online* yg paling terkenal sekarang ini adalah *YouTube*. Media *online YouTube* ini telah menjadi keajaiban global, situs web membagikan gambar bergerak yang didedikasikan secara *online*. Situs ini membantu pengguna *memposting* gambar yg dibagikan pengguna lain. Media *online* ini juga merupakan basis data video populer pada web dan situs yang memberikan kabar yang andal serta dapat dipercaya dalam bentuk gambar bergerak. Pengguna *YouTube* mencoba mencari informasi atau program terbaik untuk memenuhi kebutuhan mereka.

---

<sup>1</sup> Budi Studio Dharma Oetomo, *Pengantar Teknologi Informasi Internet: konsep dan aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h. 32.

Keuntungan lain dari *YouTube* adalah menyampaikan informasi dengan cepat, memiliki jangkauan yang luas dan tentunya tidak dibatasi oleh ruang atau waktu. Dimanapun dan kapanpun kita bisa menggunakan internet sesuai dengan kebutuhan kita. Begitu banyak orang yang menggunakan sumber daya ini. Baik sebagai pencari informasi maupun sebagai penyedia informasi. Tidak ketinggalan para *da'i* yang sering menggunakan media *online* sebagai alat dakwah. Dakwah di kalangan umat Islam terus berlanjut dan kesadaran akan dakwah semakin berkembang.

Dakwah tidak lagi terbatas pada dakwah di masjid, kantor, sekolah dan lembaga formal lainnya. Dengan berkembangnya teknologi informasi, penyebaran dakwah Islam melalui media teknologi khususnya media sosial *YouTube* semakin meluas. Dengan tren kehidupan digital, Allah SWT menghadirkan kemudahan yang nyata. Masalah ini menjadi keuntungan sekaligus tantangan bagi dunia dakwah Islam, bagaimana mengemas dakwah secara menarik dan menghibur tanpa menghilangkan unsur dan nilai dakwah itu sendiri.

Setiap orang memiliki aksen dan gaya berbicara mereka sendiri. Situasi, keadaan, dan kepada siapa kita berbicara juga cenderung mengesampingkan aksen dan variabilitas ucapan kita. Penggunaan keterampilan berbicara akan terus berkembang sesuai dengan tren perubahan waktu dan masyarakat. Setiap *da'i* memiliki logat dan gaya dakwahnya masing-masing. Perbedaan aksen dan ragam merupakan usaha dalam mencapai ragam yang dipilih oleh pendengar agar

khalayak dapat menyerap dengan baik pesan yang disampaikan pendengar.<sup>2</sup>

Dakwah adalah kegiatan yang mengajak manusia ke jalan kebenaran. Sekarang ini, dengan adanya teknologi informasi dan internet, fenomena dakwah berkembang begitu pesat dan dinamis sehingga dakwah dapat dilakukan di dunia maya. Dakwah dalam media digital menjadi *trend* saat ini, baik sebagai kegiatan dakwah maupun sebagai penelitian dakwah. Kegiatan dakwah digital merupakan kegiatan para pelaku dakwah (*da'i*) dan juga masyarakat (*mad'u*) di media digital. Kecenderungan dakwah digital saat ini dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu: 1) penggunaan sosial media, 2) terobosan pendakwah pada dakwah 3) Transmutasi pada penggunaan media tabligh.<sup>3</sup>

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 125:

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

*“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (Qs. An-Nahl:125)<sup>4</sup>*

---

<sup>2</sup> Asriadi, “Retorika Sebagai Ilmu Komunikasi”, Jurnal *Al-Munzir*: Vol. 13, No. 1 (2020), h. 90.

<sup>3</sup> Asna Istya Marwantika, “Tren Kajian Dakwah Digital di Indonesia”, *Islamic Studies in The Digital Era*. Vol. 1, No. 1 (2021), h. 10.

<sup>4</sup> QS. An-Nahl: 125, Qur'an Kementerian Agama RI dan Terjemahannya “*Qur'an In Word*”.

Perkembangan dakwah yang terjadi saat ini tidak hanya ditandai dengan semakin maraknya aktifitas dakwah diberbagai ruang publik.<sup>5</sup> namun juga semakin meluasnya keterlibatan publik, diantaranya keterlibatan industri media dalam dakwah.<sup>6</sup> Tidak hanya itu Perkembangan teknologi media sosial membuat popularitas mudah dijangkau, media sosial *YouTube* adalah salah satu perantara dakwah bagi mayoritas penceramah masa kini. Ceramah tersebut diunggah dan disunting, sehingga ceramahnya bisa akses dan ditonton oleh khalayak ramai. Internet merupakan salah satu *platform* dakwah yang menawarkan ruang bagi penyebaran Islam. Ada banyak program yang membantu pendakwah berdakwah dengan cara yang paling menarik dengan menyampaikan pesan unik. Masalah ini merupakan masalah yang harus dihadapi oleh para pendakwah yang menggunakan metode ini.

Aang Ridwan merupakan salah satu pendakwah media sosial *YouTube*, dilihat dari banyaknya pengikutnya, terutama di lapisan remaja. Dia adalah seorang pendakwah yang eksentrik, dan dakwahnya memiliki satu ciri khusus, dia mengenakan pakaian remaja yang modis dan selalu membawa humor ke dalam ceramahnya.

Pada tanggal 19 Februari 2020, Ustadz Aang Ridwan mengunggah video pertama pada *Channel YouTube* miliknya.<sup>7</sup> Video diunggah melalui akun miliknya yang bernama “Aang Ridwan

---

<sup>5</sup> Asep Muhyiddin, “Wawasan Dakwah Islam”, *Integrasi Sains dan Agama*. Vol. 15, No. 2 (2016).

<sup>6</sup> Ropingsi El-Ishaq, “Dakwah di Tengah Industrialisasi Media”, *Komunikasi Islam*. Vol. 3, No. 1 (2013), h. 13.

<sup>7</sup> Aang Ridwan, “*Aang Ridwan Official*,” aangridwanofficial8070, (2020, Februari 19). <https://www.youtube.com/@aangridwanofficial8070>

Official”. Tayangan video ceramah ini memiliki durasi 30 menit, 291 video dengan rata-rata *viewers* 347.752 dan 5,38 ribu *subscriber*, terdapat beberapa program di dalamnya, yaitu: 1. Lentera Senja 19 video. 2. Kuliah Retorika 27 video. 3. Donor Dakwah 30 video. 4. Kulkas 103 video. 4. Bisikan Bening 29 video. 5. Kuliah Umum 10 video 6. Komedi Recehan 17 video.

Rekaman gambar yang terdapat pada *Channel YouTube* Aang Ridwan dibuat secara unik dan simpatik dengan balutan humor didalamnya dengan penyampaian yang ringan dan mudah dipahami. Salah satunya pada video KULKAS episode 91,92 dan 94. KULKAS adalah salah satu program yang terdapat pada *channel youtube* Aang Ridwan Official, KULKAS merupakan *ikhtisar* atau singkatan dari Kuliah Ringkas, karena meskipun kuliah tetapi tidak membosankan karena pembahasan yang ringkas, dan meskipun ringkas namun memiliki banyak kualitas.

Salah satu kunci keberhasilan pendakwah yaitu ada pada retorika dakwah serta keunikan yang ada didalamnya. Karena dengan menggunakan retorika yang baik dan benar itu akan memberikan kemudahan tersendiri terhadap *mad'u* ketika menanggapi pesan dakwah yang telah disampaikan. Pada hal ini Aristoteles membagi kepada beberapa jenis retorika, yaitu dengan menjadi tiga taraf, yaitu *epideitic*, *forensic*, dan *deliberative*. Konsep ini muncul kurang lebih pada tahun 32 SM. Lain hal-nya dengan menggunakan retorika dakwah, ketika sukses dalam berdakwah, para pendakwah kontemporer menggunakan akun media masa kini agar lebih mudah mengajak kebaikan untuk melanjutkan kegiatan *da'i* tanpa adanya batasan. Seperti pembicara asal Garut, bernama Ustadz Aang Ridwan adalah

seorang penceramah yang menggunakan jejaring sosial *YouTube*. Ustadz Aang Ridwan kerap disebut sebagai pemulung di gang-gang asing dan pejalan kaki di gurun Dakwah Islam. Ia adalah seorang pendakwah yang menggunakan akun *YouTube* nya untuk sarana dakwah. Selain itu, Aang Ridwan selalu menggunakan retorika yang menarik saat berdakwah, dengan penyampaian yang unik dan menarik sehingga tidak terkesan monoton. Kondisi tersebut tentunya merupakan keistimewaan Ustadz Aang Ridwan yang memberikan ilustrasi dengan contoh gambar kata retorika.

Dari apa yang dikatakan penulis di atas, penulis merasa penasaran sehingga ingin mencoba memahami dan mengulik lebih jauh tentang retorika dakwah Aang Ridwan dalam menyebarluaskan Agama Islam, Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori retorika Aristoteles yang mengemukakan bahwa terdapat tiga pendekatan penalaran dalam retorika, yaitu *Ethos*, *Pathos* dan *Logos*. *Ethos*, sebagai wewenang/kontrol yang dimiliki *da'i*. *Pathos*, ketika seorang *da'i* dapat menanggapi faktor emosional objek, sedangkan *Logos*, ketika apa yang diberikan oleh *da'i* dapat mudah dicerna. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengupas, mengulas dan mengkaji retorika dakwah yang dilakukan Aang Ridwan pada video *YouTube* nya.

Dengan demikian konsep-konsep retorika yang dikemukakan Aristoteles terkait prasyarat orator sangatlah relevan dengan konsep teoretis perihal kredibilitas, otoritas, dan kompetensi pendakwah. Dalam hal ini, konsep-konsep retorika Aristoteles dapat dianggap memiliki titik temu dengan konsep-konsep retorika dakwah yang berdasar pada wahyu dan pemikiran para ulama.

Dengan beberapa penjelasan dan pertimbangan tersebut, maka dari itu, penulis tertarik dengan retorika dakwah Aang Ridwan berdasarkan pada teori Aristoteles *Ethos*, *Pathos* dan *Logos*. Dengan demikian peneliti memilih judul “**Retorika Dakwah Aang Ridwan melalui Media Sosial Youtube**. (Analisis pada Program “KULKAS” Kuliah Ringkas Episode 91, 92 dan 94”.

## **B. Rumusan Masalah**

Pada penelitian ini terdapat beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana Teknik Penyampaian Retorika Secara *Ethos*, *Pathos*, *Logos* Ustadz Aang Ridwan pada video KULKAS (Kuliah Ringkas) episode 91, 92 dan 94?

## **C. Tujuan Penelitian**

Bersumber pada rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui teknik penyampaian retorika secara *Ethos*, *Pathos*, *Logos* pada video dakwah Ustadz Aang Ridwan pada video KULKAS (Kuliah Ringkas) episode 91, 92 dan 94.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, diantaranya manfaat penelitian teoretis dan manfaat penelitian praktis:

1. Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini, penulis berharap bisa memberikan pengembangan teori serta referensi tentang retorika serta memberikan informasi dan wawasan keilmuan.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini bisa lebih memberikan manfaat dalam pengembangan dakwah berdasarkan dengan ilmu retorika, sehingga dapat dijadikan sebagai pedoman bagi setiap *mubaligh* dalam membawakan dakwah yang menarik.

## E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian tentang retorika dakwah melalui media sosial *YouTube* sudah banyak digunakan, termasuk juga banyak orang yang mengakses topik tentang retorika dakwah. Untuk itu terdapat beberapa poin yang dapat menjadi pertimbangan dengan penelitian terdahulu, antara lain :

*Pertama*, Youtube sebagai media dakwah, studi deskriptif program KULKAS di channel youtube Aang Ridwan Official. Disusun oleh Moch Raffka Yusuf S tahun 2021 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian tersebut, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Melihat pemanfaatan kehadiran media youtube. Hasil penelitian ini adalah: 1. Mengetahui sumber dakwah yang digunakan dalam berdakwah. 2. Mengetahui gaya komunikasi gaya komunikasi dakwah dalam program yang digagasnya.

Berdasarkan pada apa yang telah dikaji oleh Moch Raffka Yusuf S, penulis sepakat pada kajian ini, dengan itu peneliti bisa lebih tahu pada sumber dakwah dan gaya komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Aang ridwan. Oleh karenanya, kajian ini



memiliki beberapa persamaan serta perbedaan pada kajian Moch Raffka Yusuf S. Kemiripannya adalah, keduanya sama membahas mengenai media sosial youtube. Namun berbeda dengan tujuan penelitian. Tujuan penelitian dari Moch Raffka Yusuf S yaitu, agar dapat mengetahui sumber yang digunakan saat berdakwah dan gaya komunikasi dakwah. Tujuan penelitian ini adalah agar dapat mengetahui seperti apa *Ethos*, *Pathos* dan *Logos* pada retorika dakwah ustadz Aang Ridwan.

**Kedua**, Gaya Retorika Dakwah Ustadz Felix Y. Siauw melalui Media Youtube. Disusun oleh Ilna Sri Rahmawati tahun 2017 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini, menggunakan metode penelitian analisis isi (*Content Analysis*) dengan teori Harold Laswell. bertujuan untuk dapat mengetahui gaya bahasa, diksi serta intonasi/nada bicara. Hasil dari penelitian yang ditulis oleh Ilna Sri Rahmawati ini adalah: 1. Bahasa yang digunakan yaitu penuh dengan kata semangat mencerminkan ruh Islam (Ghirah). 2. Gaya gerak tubuh atau gesture, senyum lurus dan tulus yang menatap penonton dengan tatapan yang sangat lembut sopan serta menjadikan tangannya sebagai alat penunjuk arah. 3. Gaya vokal atau gaya retorik Ustadz Felix Y. Siauw menggunakan intonasi yang santun, dengan ritme lantang, setiap kata demi kata jelas dan dapat dimengerti.

Dalam kajian yang dilakukan oleh Ilna Sri Rahmawati, penulis sepakat pada kajian ini, dengan itu peneliti bisa lebih tahu bagaimana retorika dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Felix Y. Siauw. Oleh

karenanya, kajian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan kajian Ilna Sri Rahmawati. Kemiripannya adalah sama-sama membahas retorika dakwah. Namun berbeda dengan tujuan dan subjek penelitian. Tujuan dari penelitian Ilna Sri Rahmawati adalah agar dapat mengetahui gaya bicara, gesture ungkapan serta nada/lagam dan tujuan retorika, objek tersebut yaitu Felix Y. Siauw. Dan tujuan penelitian penulis adalah agar mengetahui seperti apa *Ethos*, *Pathos* dan *Logos* pada video dakwah Ustadz Aang Ridwan, objek dalam penelitian penulis yaitu ustadz Aang Ridwan.

***Ketiga***, Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Youtube. Disusun Ilka Sawidri Daulay tahun 2019, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam skripsi ini, Ilka Sawidri Daulay menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan model deskriptif, berdasarkan teori publik *Stephen E. Lucas*. Dengan tujuan untuk mengetahui metode penyampaian (*methode delivery*), gaya suara (*speaker voice*) dan bahasa tubuh (*speaker body*). Hasil dari penelitian ini adalah: 1. Metode penyampaian atau (*methode delivery*) yang disampaikan Ustadz Abdul Somad yaitu tidak adanya persiapan, 2. *Speaker voice* menggunakan suara yang lantang, naik turunnya volume serta memberi jeda tiap pengucapan. 3. Tidak berlebihan dalam penggunaan bahasa tubuh, melakukan pengamatan pada audiens.

Dalam kajian yang dilakukan oleh Ilka Sawidri Daulay, penulis setuju dengan kajian ini karena dapat mengetahui bagaimana retorika

dakwah berdasarkan dengan teori *Stephen E Lucas* yang diterapkan oleh Ustadz Abdul Somad dalam ceramahnya. Oleh karena itu kajian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan kajian Ilka Sawidri Daulay. Kemiripannya adalah sama-sama membahas retorika dakwah,. Namun berbeda dengan tujuan dan subjek penelitiannya. Tujuan penelitian Ilka Sawidri Daulay adalah untuk mengetahui metode penyampaian (*methode delivery*), gaya suara (*speaker voice*) dan bahasa tubuh (*speaker body*). Sedangkan tujuan dari penelitian penulis adalah agar mengetahui seperti apa *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* pada video dakwah Ustadz Aang Ridwan. Objek dalam penelitian penulis yaitu Ustadz Aang Ridwan.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan pembahasan pada penelitian ini, yaitu terdiri dari lima Bab, berikut sistematika pembahasannya:

Bab Pertama, membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, kajian pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, kajian pustaka dan landasan teori, yang meliputi; ruang lingkup retorika, ruang lingkup dakwah, pengertian retorika dakwah, kajian retorika dakwah, youtube sebagai media dakwah.

Bab Ketiga, metodologi penelitian meliputi; jenis pendekatan, sumber data dan teknik pengumpulan dan teknik analisis data.

Bab Keempat, gambaran umum tentang profil dan aktivitas Ustadz Aang Ridwan. Riwayat hidup dan pendidikan Ustadz Aang Ridwan, retorika dakwah Ustadz Aang Ridwan.

Bab Kelima, penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.