

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah menandai masuknya dunia ke dalam era digital. Era ini membawa perubahan fundamental dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia baik dalam bidang ekonomi, sosial, budaya, hingga keagamaan. Kecenderungan masyarakat untuk semakin bergantung pada perangkat digital dan koneksi internet telah mengubah cara manusia hidup dan berinteraksi. Salah satu ciri khas era digital adalah kemudahan dalam mengakses informasi dan menjalin komunikasi lintas ruang dan waktu. Informasi kini tersebar secara instan, global, dan masif melalui berbagai platform media digital, khususnya media sosial.

Derasnya arus informasi tersebut disertai dengan menyebarnya budaya global yang memengaruhi pola pikir, gaya hidup, dan preferensi masyarakat modern. Hal ini menyebabkan adanya pergeseran nilai dan orientasi hidup, termasuk dalam cara memahami dan menjalani kehidupan beragama. Di tengah arus modernisasi ini, masyarakat tidak lagi sepenuhnya bergantung pada institusi-institusi tradisional untuk mendapatkan pemahaman agama, melainkan mulai mencari dan mengonsumsi informasi keagamaan secara mandiri melalui internet dan media sosial. Inilah yang kemudian mendorong munculnya transformasi dalam cara penyampaian dakwah. Jika pada masa lalu dakwah lebih banyak dilakukan secara langsung baik melalui ceramah di masjid, pengajian rutin, majelis taklim, maupun media cetak maka kini dakwah telah memasuki ranah digital. Fenomena ini melahirkan apa yang disebut dengan dakwah digital, yakni penyampaian ajaran Islam melalui media berbasis internet yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Dakwah digital menjadikan proses penyebaran nilai-nilai Islam lebih cepat, fleksibel, dan luas jangkauannya.

Siapa pun kini bisa mengakses ceramah, tausiyah, dan kajian keislaman hanya melalui ponsel pintar dan koneksi internet, tanpa harus hadir secara fisik.¹

Salah satu instrumen utama dalam dakwah digital adalah media sosial. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook memberikan ruang yang luas bagi para da'i untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman secara kreatif dan menarik. Karakteristik media sosial yang bersifat partisipatif dan interaktif memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara da'i dan mad'u. Selain itu, fitur-fitur visual seperti video pendek, gambar, dan caption yang informatif membuat pesan dakwah menjadi lebih mudah diterima, khususnya oleh generasi muda.

Namun, di balik peluang besar yang ditawarkan oleh media sosial, terdapat pula sejumlah tantangan serius yang tidak bisa diabaikan. *Pertama*, kemudahan dalam memproduksi dan membagikan konten agama di media sosial membuka kemungkinan terjadinya penafsiran ajaran Islam yang tidak valid atau menyesatkan. Siapa pun kini dapat menjadi pendakwah di dunia maya, tanpa harus memiliki otoritas keilmuan yang memadai. Hal ini dapat memicu terjadinya misinformasi atau bahkan manipulasi terhadap ajaran agama.² *Kedua*, kebebasan dalam bermedia sosial tanpa pengawasan yang ketat juga membuat simbol-simbol agama rentan terhadap penyalahgunaan, baik secara sengaja maupun tidak. Tidak jarang ditemukan konten yang melecehkan nilai-nilai Islam, seperti unggahan yang menunjukkan tindakan tidak hormat terhadap Al-Qur'an atau penggunaan ayat-ayat suci dalam konteks yang tidak tepat. Peristiwa seperti foto mushaf Al-Qur'an yang diinjak dan diunggah ke media sosial merupakan contoh nyata krisis moral

¹ M Fauzi, "Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam," *Liwa'ul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* Vol. 13, no. 1 (2023): h. 37.

²Muhamad Wafa Ridwanulloh, "Fenomena Matinya Kepakaran: Tantangan Dakwah Di Era Digital," *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains* vol. 5, no. 1 (2023): h. 122.

dan etika dalam lingkungan digital.³ *Ketiga*, belum semua da'i mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi yang terjadi. Di era Society 5.0, teknologi tidak lagi sekadar pelengkap, tetapi telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Da'i dituntut untuk tidak hanya menguasai materi keislaman, tetapi juga memiliki keterampilan teknologi informasi, literasi digital, dan kreativitas tinggi dalam menyampaikan pesan dakwah. Kegagalan untuk beradaptasi bisa menyebabkan pesan dakwah tidak tersampaikan secara optimal atau bahkan kehilangan relevansi di mata masyarakat digital.⁴ *Keempat*, penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah memerlukan kemampuan komunikasi yang efektif. Tidak cukup hanya menyampaikan isi dakwah, namun cara penyampaian juga memegang peranan penting. Di sinilah pentingnya aspek retorika dalam dakwah. Retorika, sebagai seni berbicara yang persuasif dan menyentuh, sangat dibutuhkan agar pesan dakwah dapat menggugah hati, membangkitkan kesadaran, dan mendorong perubahan sikap. Tanpa retorika yang kuat, pesan dakwah berisiko diabaikan atau gagal dipahami oleh mad'u, apalagi di tengah persaingan konten digital yang begitu padat.

Di tengah kompleksitas tersebut, hadirnya para da'i yang aktif berdakwah di media sosial menjadi fenomena menarik untuk dikaji. Salah satu di antaranya adalah Ustadzah Jahidah Farhati, seorang da'iyah yang konsisten menyampaikan dakwah melalui platform Instagram. Kehadirannya menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang strategis bagi da'i untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara kreatif, khususnya kepada generasi muda yang menjadi pengguna aktif media sosial. Konten dakwah yang disampaikan oleh Ustadzah Jahidah tidak hanya informatif tetapi juga komunikatif dan mudah dipahami. Hal ini

³ Indra Wahyuddin, "Interpretasi Al-Qur'an Di Era Informasi: Dampak Media Sosial Terhadap Pemahaman Ajaran Islam," *Journal of Islamic Education* vol. 7, no. 1 (2025): h. 301.

⁴ Khofifah Umi, "Pentingnya Keterampilan Retorika Da'i Di Era Society 5.0 Dalam Efektivitas Keberhasilan Dakwah Kepada Mad'u," *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* vol. 3, no. 2 (2023): h. 39.

menunjukkan pentingnya strategi retorika dalam menyampaikan dakwah di media digital. Dengan gaya penyampaian yang khas, beliau mampu menarik perhatian serta membangun kedekatan dengan para pengikutnya.

Dakwah adalah upaya untuk meningkatkan pemahaman keagamaan sehingga orang dapat mengubah sikap batin, perilaku dan pandangan hidup mereka yang bertentangan dengan ajaran Islam sehingga menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk mencapai kebahagiaan dunia maupun akhirat.⁵ Esensi dakwah adalah untuk mencegah (*preventif*) penyakit mental masyarakat dengan mengajak, memotivasi, merangsang, dan membimbing individu atau kelompok untuk menjaga kesejahteraan fisik dan mental untuk memungkinkan mereka menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran dan menjalankannya dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam kasus ini, ruang lingkup dakwah seorang da'i adalah bagaimana menumbuhkan sikap mental atau psikologis yang mendorong perubahan tingkah laku seseorang dan masyarakat, sesuai dengan ajaran agama yang diserukan oleh da'i.⁶ Sehingga dalam pelaksanaannya, dakwah tidak hanya berfokus pada penyampaian ajaran agama secara tekstual, tetapi juga menitikberatkan pada transformasi mental dan perilaku individu agar selaras dengan nilai-nilai Islam. Proses ini melibatkan pendekatan yang humanis dan komunikatif, sehingga pesan yang disampaikan oleh seorang da'i mampu diterima dengan baik oleh objek dakwah. Dengan demikian, dakwah menjadi sarana strategis untuk menciptakan perubahan sosial yang positif, mengarahkan individu dan masyarakat menuju kehidupan yang lebih bermakna dan harmonis sesuai tuntunan syariat Islam.

Dakwah yang tersebar dan diterima oleh manusia, tidak terlepas dari sosok da'i. Da'i atau mubaligh adalah orang yang baik secara langsung maupun tidak langsung, mengajak orang lain dengan kata-kata, perbuatan, atau tingkah laku untuk meningkatkan keadaan atau menurut syariat al-

⁵ Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2021), h. 21.

⁶ Faizah, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2015), h. 7-8.

Quran dan as-sunah.⁷ Seorang da'i memiliki peran sentral dalam keberhasilan dakwah, karena ia tidak hanya bertindak sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga menjadi teladan yang mencerminkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Kepribadian, keilmuan, serta metode komunikasi yang digunakan oleh da'i sangat memengaruhi bagaimana pesan dakwah diterima oleh audiens. Dengan kata lain, efektivitas dakwah tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada kredibilitas, ketulusan, dan pendekatan da'i dalam membimbing umat menuju kehidupan yang lebih baik.

Mengajak manusia ke arah yang lebih baik menuju jalan Allah, menjadi tujuan dakwah. Selain itu dakwah juga bertujuan untuk memengaruhi cara manusia untuk berpikir, merasa, bersikap, dan bertindak, supaya kehidupan manusia sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut kemampuan mengenai seni berbicara di depan umum harus dimiliki oleh seorang da'i. Retorika adalah seni berbicara atau kemampuan merangkai kata-kata dengan cara yang membuat Seorang pembicara harus memahami kondisi lawan bicara dan dapat menyesuaikan diri saat berbicara agar pendengar mudah memahami apa yang disampaikan.⁸ Karena itu, kesuksesan dakwah bergantung pada kemampuan da'i untuk berkomunikasi dengan jamaahnya, yang merupakan objek dakwah.⁹

Selain itu, seorang da'i juga perlu memiliki empati dan kepekaan sosial yang tinggi dalam menyampaikan dakwah. Kemampuan untuk memahami kondisi psikologis, budaya, dan latar belakang sosial jamaah adalah aspek penting yang tidak boleh diabaikan. Dengan pendekatan yang penuh hikmah dan bijaksana, pesan-pesan dakwah dapat lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan. Hal ini sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an yang menganjurkan agar dakwah dilakukan dengan cara yang baik dan

⁷ Samsul A Munir, *Ilmu faDakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), h. 69.

⁸ Ard May, *Retorika Dakwah* (Bogor: Guepedia, 2022), h. 31.

⁹ May, *Retorika Dakwah...* h. 33.

penyempurna hikmah. Penguasaan bahasa yang santun, logika yang terstruktur, serta pengetahuan yang mendalam tentang ajaran Islam menjadi bekal utama bagi seorang da'i untuk menanamkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan masyarakat secara efektif.

Menurut Aristoteles, ada tiga cara untuk memengaruhi manusia, yaitu dengan *ethos*, *logos* dan *pathos*. *Ethos* adalah cara pembicara menunjukkan kepada khalayak bahwa dia memiliki pengetahuan yang luas sehingga pendengar dapat mempercayai kepribadian, kemampuan, dan statusnya.¹⁰ Dibandingkan dengan logika dialektika, *logos* yang dikaitkan dengan retorika lebih berfokus pada bagaimana bernalar dengan benar tentang masalah publik. Kemudian *logos* adalah cara pembicara meyakinkan khalayak dengan menunjukkan bukti yang berupa isi dari opini yang disampaikan. *Pathos* dapat dipahami sebagai kajian psikologi emosi yang berfokus pada bagaimana manusia merespons secara emosional terhadap tujuan suatu pidato. Selain itu, *Pathos* juga mencakup analisis kondisi emosional audiens untuk menyesuaikan penyampaian pesan dengan jenis dan tingkat urgensi masalah tertentu yang dibahas di ruang publik, termasuk dalam konteks dakwah.¹¹ Dalam konteks dakwah, ketiga elemen ini sangat relevan untuk menciptakan komunikasi yang efektif, karena dakwah tidak hanya membutuhkan pembicara yang kredibel, tetapi juga argumen yang kuat dan kemampuan menyentuh hati audiens secara emosional.

Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut, mengingat pentingnya peran retorika dalam keberhasilan dakwah. Retorika yang baik tidak hanya mampu menyampaikan pesan secara jelas, tetapi juga memengaruhi audiens untuk memahami, menginternalisasi, dan mengamalkan ajaran agama. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **Respons dan Persepsi Retorika Dakwah Ustadzah Jahidah**

¹⁰ Suryatno, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 479-480.

¹¹ Meidy Aisyah, "Ethos, Pathos Logos Dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review," *Jurnal Darma Agung* vol. 30, no. 3 (November, 2022): h. 448,

Farhati di Instagram. penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif dan relevan, khususnya dalam menjangkau generasi muda sebagai agen perubahan di era modern ini.

B. Rumusan Masalah

Dalam latar belakang tersebut, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Respons dan persepsi Audience terhadap penyampaian dakwah Jahidah Farhati di Instagram?
2. Bagaimana Retorika Dakwah yang digunakan Jahidah Farhati di Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Respons dan persepsi Audience terhadap penyampaian dakwah Jahidah Farhati di Instagram.
2. Untuk Mengetahui Retorika Dakwah yang digunakan Jahidah Farhati di Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan berfungsi sebagai pengembangan teoritis untuk studi komunikasi dakwah dan sebagai sumber ilmu atau referensi untuk studi Retorika Dakwah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan pemahaman terkait retorika dakwah.

- b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, pedoman, dan referensi bagi para pengambil keputusan serta perancang program di bidang Pendidikan Prodi KPI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan, panduan, dan memperluas wawasan bagi masyarakat, khususnya Muslimah muda, mengenai Retorika Dakwah Jahidah Farhati.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi dan bahan perbandingan untuk memperkaya kajian tentang Retorika Dakwah Jahidah Farhati. Salah satu penelitian terdahulu yang relevan adalah:

Pertama, Skripsi oleh Syehab Budiyanto (2017), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul **“Retorika Dakwah Bil Al-Lisan KH. Syarif Rahmat RA, SQ Dalam Program Damai Indonesiaku”**. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif Analisis. dengan menggunakan teori retorika Jalaludin Rahmat yang membahas mengenai jenis dan Teknik pidato. Bahwasannya jenis pidato terbagi kedalam 4 bagian, yaitu; Impromptu, manuskrip, memoriter, dan ekstempore. Sementara Teknik pidato terbagi menjadi 3 yaitu, imformatif, persuasive, rekreatif. Berdasarkan hasil analisis, jenis pidato yang digunakan oleh KH. Syarif Rahmat adalah pidato ekstemporer, yaitu jenis pidato yang disampaikan dengan mengandalkan judul dan garis besar isi materi, sementara pengembangannya diserahkan pada kreativitas orator. Jenis pidato ini dianggap paling efektif dan umum digunakan oleh orator berpengalaman karena dinilai sebagai bentuk penyampaian yang paling unggul dibanding jenis lainnya. Keunggulan

pidato ektemporer terletak pada penyampaian materi yang runtut dan sistematis, serta menciptakan interaksi yang lebih kuat antara pembicara dan pendengar karena dilakukan secara langsung. Dalam dakwahnya melalui program Damai Indonesiaku, KH. Syarif Rahmat menggunakan metode dakwah Bi Al-Lisan dengan mengombinasikan tiga teknik pidato, yaitu informatif, persuasif, dan rekreatif (humor). Pertama, teknik informatif bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik yang didukung oleh fakta sehingga menjadi lebih konkret. Kedua, teknik persuasif bertujuan untuk mempengaruhi pendengar agar mengubah sikap, keyakinan, atau pandangan mereka sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan komunikator. Ketiga, teknik rekreatif atau humor bertujuan menciptakan suasana yang menyenangkan, meredakan ketegangan, dan memberikan hiburan di tengah penyampaian materi. Penyampaian dakwah Bi Al-Lisan oleh KH. Syarif Rahmat dalam program tersebut dilakukan dengan gaya yang tegas, jelas, santai, dan sopan, tanpa mengurangi makna dari isi ceramah. Gaya penyampaiannya cenderung persuasif, menyentuh inti persoalan secara langsung tanpa harus menggunakan suara keras atau teriakan, namun tetap mengena pada substansi permasalahan yang diangkat.¹²

Kedua, Skripsi Oleh Alvian Salafin (2021), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul **“Retorika Dakwah Ustadz Roni Hendrawan Saputra (Usboy/Ustadz Koboy)”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif analisis dengan paradigma konstruktivis. Dengan menggunakan teori retorika Aristoteles yang membahas tentang 3 cara mempengaruhi manusia, yaitu ethos, logos dan pathos. Penerapan ethos, logos, pathos yang dipraktikkan Ustadz Roni Hendrawan Saputra, menunjukkan bahwa ethos

¹² Syehab Budiyanto, “Retorika Dakwah Bi Al-Lisan Kh. Syarif Rahmat Ra, Sq Dalam Program Damai Indonesiaku” (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2017).

yang dimiliki Ustadz Roni pada pendidikan formalnya memang rendah, akan tetapi pada pendidikan non formalnya, beliau memiliki pengetahuan yang cukup mumpuni. Dakwah yang disampaikan Ustadz Roni pun logis dan dapat diterima oleh pendengarnya, sehingga penerapan logos dalam retorika dakwahnya pun dipraktikkannya. Lalu caranya menyentuh hati atau membangkitkan jiwa jama'ah atau pathos diterapkannya dengan menyajikan humor dalam tiap dakwahnya, sehingga pendengarnya tidak bosan dengan apa yang disampaikannya dan akhirnya para pendengarnya fokus mendengarkan apa yang disampaikan Ustadz Roni Hendrawan Saputra.¹³

Ketiga, Raden Tri Buana (2024), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri, dengan judul **“Retorika Dakwah Ustazah Lulu Susanti Pada Video Youtube”**. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan bersifat deskriptif kualitatif analisis. Dengan menggunakan teori gorys keraf yaitu Teknik pemakaian bahasa sebagai seni yang didasarkan pada pengetahuan yang tersusun baik dan kemampuan retorika sebagai kemampuan pidato yang cukup baik serta gaya retorika berdasarkan makna langsung dan tidak langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika dakwah terdapat pada, 1) Gaya bahasa, yang dimana ustadzah Lulu Susanti menggunakan tiga gaya bahasa diantaranya, yang pertama gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, yang kedua gaya bahasa berdasarkan nada dan yang ketiga gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat. 2) Gaya Suara, Ustadzah Lulu Susanti sangat memperhatikan pitch, rate dan pause. 3) Gaya gerak tubuh yang digunakan Ustadzah Lulu Susanti yaitu menggerakkan tangan untuk memainkan boneka nya pada saat berdakwah. Berdasarkan hal tersebut peneliti menunjukkan bahwa usadzah lulu susantimenggunakan retorika dakwah yang sangat baik mulai dari gaya

¹³ Alvian Salafin, “Retorika Dakwah Ustadz Roni Hendrawan Saputra (Usboy/Ustadz Koboy)” (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif, 2021).

bahasa, gaya suara hingga gaya gerak tubuhnya dan sangat memainkan retorikanya dalam berdakwah.¹⁴

Pada aspek metode penelitian diantara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini memang memiliki metode yang sama yakni penelitian kualitatif deskriptif. Namun, tentunya memiliki perbedaan dan kebaruan didalamnya. Yakni pada penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif mengenai analisis pada retorika dakwah di media sosial, Media Massa atau bahkan secara langsung. Dimana tentunya dengan metode penelitian kualitatif ini diantara penelitian sebelumnya dan penelitian ini akan berbeda ketika penelitian ini telah dilakukan dan mendapatkan hasil penelitian yang tentunya berbeda satu sama lain. Dikarenakan topik permasalahan yang diangkatnya pun berbeda, sehingga dengan ada kesamaan dari metode penelitian ini tidak akan mempengaruhi fakta bahwa tentu adanya perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dan penelitian ini.

Pada aspek teori penelitian yang digunakan oleh peneliti sebelumnya dengan penelitian ini tentunya memiliki keunikan dan kebaruan yang berbeda satu sama lain. Dimana penelitian sebelumnya menggunakan teori yang berbeda dengan penelitian ini, dimana teori yang digunakan adalah teori retorika Jalaludin Rahmat, teori retorika Gorys Keraf, dan teori retorika Aristoteles. Sedangkan peneliti menggunakan 2 teori retorika sekaligus yakni teori retorika Aristoteles untuk membahas cara mempengaruhi manusia melalui ethos, logos dan phatos Da'i dan teori retorika Jalaludin Rahmat yang akan membahas tahap penyusunan pembuatan pidato.

Pada aspek hasil penelitian diantara penelitian terdahulu dengan penelitian ini tentu memiliki perbedaan satu sama lain. Dimana penelitian sebelumnya memiliki hasil penelitian mengenai jenis dan Teknik dalam

¹⁴ Tri Buana Raden, "Retorika Dakwah Ustadzah Lulu Susanti Pada Video Youtube" (UIN Raden Intan Lampung, 2024).

berpidato meskipun poin pembahasannya terlihat sama, akan tetapi hasil pembahasan dengan penelitian ini akan berbeda karena adanya perbedaan subjek penelitian. Karena setiap Da'I punya cara masing masing dalam menyampaikan dakwahnya dalam mempengaruhi orang lain ditambah penelitian ini menggunakan teori yang berbeda, maka hasil yang didapatkan akan berbeda

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan ini dirancang untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Agar penulisan terarah dan tersusun secara sistematis, penelitian ini disusun mengikuti pedoman dan ketentuan yang berlaku di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Penulisan ini dibagi menjadi lima bab yang dilengkapi dengan sub-bab. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, tinjauan pustakan dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan landasan teori untuk menganalisis penelitian, dengan beberapa sub bab yang menjelaskan mengenai definisi Retorika Dakwah, Pemahaman Fiqih dan Muslimah Muda

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan terkait metodologi penelitian yang akan di gunakan oleh peneliti yang berhubungan dengan objek penelitian, waktu yang akan dilakukan selama penelitian berlangsung, teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan menjelaskan analisis data secara keseluruhan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memaparkan data yang telah diperoleh melalui pengumpulan data. Pada bab ini juga membahas hasil penelitian yang

menjawab rumusan masalah yang kemudian dianalisis dan dibahas dengan teori yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang memaparkan kesimpulan penelitian dan sekaligus menjadi penutup penelitian yang berisi saran atas permasalahan yang diteliti