

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial memiliki daya tarik yang sangat kuat bagi masyarakat modern. Dapat dilihat hampir tidak mungkin tidak ikut serta memanfaatkan kemajuan zaman dengan tidak menggunakan media sosial¹. Melalui antusias masyarakat tersebut disadari atau tidak, media dengan segala kontennya menjadi bagian penting bagi manusia dan serta merta tumbuh beragam dan berkembang.

Awalnya berkomunikasi dalam media hanya berjalan

.satu arah, maksudnya penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media. Namun, seiring perkembangan zaman, kini orang awam media tidak hanya menjadi penikmat konten yang di berikan sumber media, namun juga bisa mengisi konten di media tersebut. Melalui fenomena yang ada, media sosial hadir bukan hanya untuk dinikmati namun juga sebagai lapangan pekerjaan maupun kegiatan lainnya yang di inginkan. Karena dengan menggunakan media, jarak, waktu, ruang tidak menjadi masalah. Melalui hadirnya media sosial seperti *twitter*, *facebook* sampai dengan *youtube* sejauh apapun jarak kini tidak menjadi masalah dalam berkomunikasi.

Menurut hasil penelitian *We Are Sosial* diantara banyaknya media sosial yang ada, *youtube* menempati posisi pertama dengan presentase 43 persen disusul dengan

¹ Errika, D. (2011). Komunikasi dan Media sosial. Jurnal Komunikasi, Vol. 111, No. 1 : 69-70.

facebook, *whatsapp* dan *Instagram* pada posisi selanjutnya². Menariknya, animo pengguna *youtube* akan terus meningkat diperkirakan hingga 1,8 miliar orang hingga tahun 2021 nanti³. *Youtube* menjadi platform online yang di gemari karena meningkatnya nilai guna platform tersebut terhadap pengguna internet. Unikny lagi media sosial *youtube* bukan hanya media yang digunakan untuk mencari hiburan secara visual, namun juga mencari informasi baru. Dapat di amati, kini acara yang ada di televisi pun menjadikan *youtube* sebagai media ke dua dalam menyiarkan tayangannya seperti yang dilakukan indosiar yang juga memiliki akun *youtube* dengan lebih dari 1,8 juta *subscriber* dan 1,3 milyar penonton dari seluruh video yang mereka unggah⁴. Melalui media sosial *youtube* mereka tetap bisa mendapatkan penonton walaupun sudah pernah di tayangkan di televisi, mulai dari hiburan hingga siaran tentang keagamaan.

Melihat fenomena tersebut, tidak sedikit pendakwah yang memanfaatkan kemajuan media sosial tersebut dengan ikut meramaikan dunia *youtube* dengan membuat *channel* dakwah. Karena dengan membuka jalan dakwah semua khalayak dapat dengan mudah menikmati konten dakwah di manapun, dengan begitu media sosial yang mulanya hanya dianggap sebagai media menjadi bermanfaat karena digunakan sebagai sarana dakwah⁵.

Dakwah berarti ajakan, seruan, baik secara lisan maupun tulisan atau tingkah laku. Berdakwah bagi umat muslim menjadi suatu kewajiban di manapun ia berada.

² Wahyu, K. (2018). Riset Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia, 1 Maret. Diakses 19 Oktober 2018. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>

³ Diaz, P. (2018). Diakses tanggal 19 Oktober 2018. <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>

⁴ ibid

⁵ Fauziah, P. (2018). *Pesan Dakwah Kejujuran Membawa keberuntungan KH. Moch Djamiludin Ahmad Melalui Youtube*. Surabaya : UIN Sunan Ampel. Hal. 4

Berdakwah tidak bisa dilakukan dengan semaunya tetapi harus dengan suatu metode karena yang ajak juga punya pendirian.⁶

Tujuan utama dalam menyampaikan materi dakwah yaitu bagaimana pesan yang akan diberikan pada *mad'u* itu diterima dengan baik dan mudah dipahami. Maka dari itu, seyogyanya umat muslim mempunyai keterampilan berkomunikasi dengan baik serta efektif, supaya mempermudah untuk membuka jalan dakwah.

Ajakan dakwah dengan cara yang sesuai dengan *mad'u* juga sudah ada dalam Alquran surah An Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (النحل: 125)

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 jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”

Berdakwah juga tidak hanya dikhususkan kepada orang yang mempunyai keterampilan berbicara di depan umum, namun bagi umat muslim yang memiliki keinginan mengajak kepada kebaikan. Dakwah akan diterima dengan mudah jika seorang da'i mengerti siapa yang di dakwahi, tidak cukup hanya dengan menguasai materi untuk memahami *mad'u*, seperti yang diisyaratkan dari Rasulullah SAW dalam hadits :

⁶ H. Naan Rukmana, *Masjid dan Dakwah* (Jakarta: Al-Mawardi Prima), Cet Ke-1, hal. 164.

خَا طِبِ النَّاسِ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ

“Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan daya terima mereka (sesuai dengan *predict position* yang mereka miliki).⁷

Terkadang ada pendakwah yang sudah berbicara panjang lebar namun tidak bisa memahamkan si *mad'u*, hal ini bisa disebabkan karena kurangnya kelincahan da'i dalam menyampaikan pesan. Oleh karena itu, seni dalam berbicara atau yang juga disebut retorika sangat penting bagi da'i untuk mempermudah menyampaikan pesan dakwahnya agar bisa diterima oleh *mad'u*.

Retorika merupakan sebuah seni berkomunikasi secara lisan yang disampaikan secara langsung⁸. Seni dalam berkomunikasi dengan menggunakan pendekatan persuasif sehingga dapat mengajak pendengar untuk ikut ke dalam ajakannya. Namun, terkadang retorika diserupakan dengan *Public speaking* yang mana menyampaikan sesuatu ke khalayak, hanya saja retorika bukan hanya seni untuk berbicara di depan umum, melainkan seni berbicara disertai dengan pengetahuan suatu masalah tertentu untuk meyakinkan khalayak dengan pendekatan persuasif⁹.

Sedangkan dalam bidang dakwah retorika ikut menjadi komponen penting da'i untuk menyampaikan pesan dakwah. Oleh karena itu retorika dakwah merupakan keterampilan seseorang dai dalam menyampaikan ajaran Islam melalui lisan untuk memberitahukan suatu pemahaman kepada umat muslim agar mereka dapat menerima seruan dakwah Islam dengan harapan pemahaman dan perilakunya bisa menjadi lebih baik.

⁷ H. Basrah Lubis, *Metodologi dan Retorika Dakwah*, Jakarta: Tursina, 1991. Hal. iv

⁸ Drs. Yusuf Zainal Abidin, M.M, *Pengantar Reorika*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013. Hal. 49

⁹ Jalaludin rakhmat, *retorika Modern: Pendekatan Praktis*, Bandung; PT. Rosda Karya, 1999. Hal.9

Salah satu pendakwah yang rajin membagikan konten dakwah di media sosial *youtube* adalah Ustadz Arifin Ilham. Terlihat setiap sehari sekali beliau mengunggah video yang berisikan dakwah beliau sehari-hari hingga kini video yang sudah di unggah di akunnya sebanyak 650 buah.¹⁰ Video yang di unggah ini beraneka macam, mulai dari *halaqoh* kajian subuh, pengajian akbar, kajian ibu-ibu muslim, tilawah dan shalawat, nasihat kajian dhuha, kajian jumat, kajian muslimat, sampai dengan kajian spesial.

Hal ini menunjukkan semangat Ustadz Arifin Ilham dalam berdakwah tidak main-main. Semuanya di bentuk sedemikian rupa agar khalayak dapat dengan mudah mendengarkan kajian tanpa terbatas tempat dan waktu. Selain kajian yang beliau bawakan, akun yang bernama Az Zikra Media juga mengunggah beberapa kajian yang di isi oleh ustadz lain yang sedang berceramah di masjid Az Zikra. Semuanya beliau dokumentasikan dalam bentuk video untuk mempermudah khalayak mendapatkan materi siraman rohani dari media sosial *youtube*.

Masjids Az Zikra kurang lebih sudah 21 tahun lamanya menjadi saksi Ustadz Arifin Ilham dalam berdakwah¹¹. Kini masjid tersebut menjadi studio tempat Ustadz Arifin Ilham kenakan dalam berdakwah sekaligus membuat konten dakwah. Misi yang diusung dalam dakwah Ustadz Arifin Ilham diabadikan pada nama masjid Az Zikra sendiri yakni dengan tujuan agar bisa membangun masyarakat muslim Indonesia yang memiliki kepribadian suka berdzikir dengan tujuan membawa kedamaian dan keselamatan dunia dan akhirat.

Tanpa adanya retorika dakwah pada diri Ustadz Arifin Ilham, mungkin tidak banyak yang berminat untuk mendengarkan dan terus mengikuti dakwah yang beliau

¹⁰ Dilihat tanggal 28 November 2018 pukul 12:17 WIB

¹¹ <http://azzikra.com/tentang-kami/majelis-az-zikra/> diakses pada tanggal 30 Oktober 2018

sampaikan. Oleh karena itu, kaidah retorika dalam aktivitas dakwah memang menjadi hal yang penting untuk dipelajari dan dikuasai oleh para juru dakwah. Salah satunya di sini yang akan di bahas adalah Ustadz Arifin Ilham. Maka berdasarkan uraian di maka tugas akhir ini di susun untuk meneliti retorika dakwah Ustadz Arifin Ilham yang meliputi *Inventio* (pencarian data), *disposition* (penyusunan data), *Elocutio* (gaya komunikasi) dan *Pronuntiatio* (Teknik menyampaikan pidato).

1.2 Rumusan Masalah

Pokok masalah yang dapat diambil dari latar belakang di atas adalah mengenai retorika dakwah Ustadz Arifin Ilham dengan rumusan masalah yaitu Bagaimanakah *Inventio* (pencarian data), *disposition* (penyusunan data), *Elocutio* (gaya komunikasi) dan *Pronuntiatio* (Teknik menyampaikan pidato) Ustadz Arifin Ilham dalam berdakwah ?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan retorika dakwah Ustadz Arifin Ilham dalam hal beretorika meliputi *Inventio* (pencarian data), *disposition* (penyusunan data), *Elocutio* (gaya komunikasi) dan *Pronuntiatio* (Teknik menyampaikan pidato) yang beliau gunakan dalam berdakwah.

1.4 Manfaat penelitian:

Adapun manfaat yang dapat diambil adalah:

Secara teoritis diharapkan dari hasil penelitian ini bermanfaat untuk memberi sumbangan bagi pemahaman dan pengertian dalam hal beretorika yang baik dalam

berdakwah, agar pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat mudah dicerna dan diterima dengan baik.

Secara praktis hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan teknik maupun bahasa dakwah yang akan digunakan untuk beretorika agar pesan yang disampaikan mudah diterima oleh komunikan.

