

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian yang berkaitan dengan retorika telah banyak dilakukan sebelumnya. Syarif Hidayat” pada tahun 2014. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan tentang aktifitas dakwah K.H.Muchammad Syarif Hidayat dengan menggunakan metodologi deskriptif analisis yaitu data yang dikumpulkan berupa kata, gambar dan bukan angka-angka.

Hasil dari penelitian tersebut K.H.Muchammad Syarif Hidayat mengatakan bahwa retorika suatu cara atau suatu metode dan suatu taktik bagaimana seseorang bisa menyampaikan dakwah dan dakwahnya itu sampai dan ada visi dan misi dari dakwah itu sendiri, itu retorika. K.H.Muchammad Syarif Hidayat garis besar artinya mengajak atau menyeru itu ada dalam surat an-nahl ayat 125. Berdakwah mengajak orang dalam kebaikan, mengajak orang taat kepada Allah. Dan penerapan yang digunakan beliau dalam dakwahnya itu materi yang sesuai dalam kondisi yang ada di masyarakat tersebut dengan diselingi humor yang berkaitan dengan materi dakwah beliau dan beliau mengakhiri dakwahnya dengan dzikir, shalawat dan doa bersama.¹

Persamaan antara penelitian sebelumnya dan yang akan dilakukan terletak pada bentuk objek nya yaitu retorika. Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada subjek penelitian dimana penelitian sebelumnya meneliti dakwah K.H.Muchammad

¹Sixmansyah,Leiza. 2014. *Retorika Dakwah K.H.Muchammad Syarif Hidayat*. Skripsi S1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta.

Syarif Hidayat sedangkan penulis meneliti dakwah Ustadz Felix Siauw, perbedaan selanjutnya pada teknik pengumpul data dimana peneliti sebelumnya menggunakan teknik wawancara sedangkan penulis menggunakan teknik pengamatan melalui *Youtube*.

Penelitian oleh Eva Damayanti meneliti tentang Retorika Dakwah Pipik Dian Irawati. Tujuan dari penelitian ini adalah membahas tentang konsep retorika dakwahnya Pipik Dian Irawati. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa beretorika bagi seorang da'I sangatlah penting, karena dengan beretorika seorang da'I bisa menyesuaikan keadaan mad'unya. Jelas tidak bisa dikatakan berhasil ketika mad'u tidak mengerti apa yang di sampaikan sang da'I dengan tanpa beretorika.²

Persamaan antara kedua penelitian terletak pada metode analisis yaitu metode analisis deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian antara keduanya peneliti sebelumnya meneliti konsep retorika sedangkan penulis meneliti retorika berdasarkan teori Aristoteles, kemudian perbedaan selanjutnya di subjek penelitian dimana peneliti sebelumnya meneliti Pipik Dian Irawati sedangkan penulis meneliti Ustadz Felix Siauw.

Penelitian oleh Fifit Difika dengan judul "Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham) memiliki tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan apa saja isi materi dakwah yang ada dalam Instagram ke empat da'I tersebut. Jenis penelitian merupakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) melalui teknik pengumpulan data dan dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari postingan Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw,

²Damayanti, Eva. 2014.*Retorika Dakwah Pipik Dian Irawati*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Ustadz Aa Gym, dan Ustadz Arifin Ilham di Instagram mengenai materi akidah, akhlak, sosial dana mar ma'ruf.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Instagram Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham di dalamnya mengandung materi dakwah dan nilai-nilai keagamaan. Dalam Instagram da'I tersebut mengandung pesan-pesan karifan dalam pencitraan dakwah. Persamaan antara penelitian sebelumnya dan yang akan dilakukan terletak pada media penelitian yaitu media sosial. Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada subjek penelitian dimana penelitian sebelumnya meneliti Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham sedangkan penulis hanya meneliti Ustadz Felix Siauw, perbedaan selanjutnya adalah terletak pada analisis isi (*content analysis*) sedangkan penulis meneliti melalui teori retorika Aristoteles.³

Penelitian oleh Rizqi Laili Ardianti dengan judul “Pemaknaan Mahasiswa Tentang Dakwah Ustadz Felix Siauw Melalui Twitter”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pemaknaan mahasiswa tentang dakwah Ustadz Felix Siauw yang dilakukan melalui twitter sebagai media dakwahnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif tipe deskriptif ini adalah mahasiswa jurusan Tarbiyah Universitas Muhammadiyah Malang 2011 yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, sehingga memperoleh 7 subyek penelitian berlatar belakang berbeda dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Teori yang dipakai adalah teori encoding/decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall.

³ Difika, Fifit (2016). *Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)*. Universitas Islam Negri Walisongo. Semarang.

Hasil dari penelitian diperoleh bahwa pemaknaan dan penerimaan khalayak tentang dakwah yang dilakukan Ustadz Felix Siauw melalui twitter (dari akun twitter @felixsiauw) berbeda-beda. Ada yang sangat setuju atau sejalan dengan dakwah yang disampaikan Ustadz Felix Siauw tersebut. Ada pula yang sedikit tidak sejalan dengan dakwah disampaikan, namun mempunyai pandangan tersendiri dari dakwah yang mereka peroleh. Pembentukan makna dari tiap-tiap subyek penelitian sangat bergantung pada latar belakang mereka. Baik dari pergaulan, lingkungan sekitar seperti keluarga, pendidikan, dan faktor lain yang mempengaruhi pemikiran subyek penelitian.

Persamaan antara kedua penelitian terletak pada subjek penelitian yaitu Ustadz Felix Siauw. Sedangkan perbedaan penelitian antara keduanya peneliti sebelumnya meneliti pemaknaan mahasiswa tentang dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *twitter* sedangkan penulis meneliti retorika dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *Youtube*, kemudian perbedaan selanjutnya di teori yang digunakan oleh peneliti sebelumnya menggunakan teori encoding/decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall sedangkan penulis menggunakan teori retorika Aristoteles.⁴

Penelitian dari Ahmad Zaini di tahun 2017, dengan judul “Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara Mamah & Aa Beraksi di Indosiar” bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang penerapan retorika dakwah beliau khususnya pada medium televisi dan juga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi pengembangan dakwah untuk pendakwah pemula. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif berdasarkan teori kanon retorika. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi.

⁴ Ardianti,Rizqi Laili (2015). *Pemaknaan Mahasiswa Tentang Dakwah Ustadz Felix Siauw Melalui Twitter*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara umum Mamah Dedeh telah menerapkan kanon retorika dalam berdakwah yaitu penemuan, pengaturan, gaya, penyampaian dan ingatan. Namun demikian, Mamah Dedeh sudah menyiapkan segala sesuatunya dan juga sudah lancar berbicara dan terbiasa ada kalanya mengulangi ucapan ketika berceramah dan hal tersebut merupakan yang wajar saja. Persamaan antara kedua penelitian tersebut adalah pembahasan terkait retorika dan metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada subjek penelitian dimana subjek peneliti sebelumnya adalah Mamah Dedeh sedangkan subjek penulis adalah Ustadz Felix Siauw, perbedaan selanjutnya adalah media penelitian yang digunakan peneliti sebelumnya adalah televisi sedangkan media yang digunakan penulis adalah media sosial *Youtube*.⁵

Penelitian dari I Weyen Pesek Widiantera, I Wayan Wendra dan Sang Ayu Putu Sriasih pada tahun 2014 berjudul “Kajian Retorika Dalam Naskah Pidato Pada Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Pupun”. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah anak mampu menggunakan prinsip retorika ke dalam pembuatan pidato mereka yang dimulai dengan menggunakan diksi dan gaya bahasa yang tepat.⁶

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan adalah objek penelitian yakni retorika dan metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian tersebut adalah subjek penelitian, subjek peneliti sebelumnya adalah naskah pidato anak siswa kelas X sedangkan subjek penulis adalah dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *Youtube*.

⁵ Zaini, Ahmad (2017). *Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara Mamah & Aa Beraksi di Indosiar*. *Jurnal Homiletic Studies*, Vol. 11, No. 2: 219-234.

⁶ Widiantera, I. Wayan Pasek. (2014). “Kajian Retorika dalam Naskah Pidato pada Siswa Kelas X. 1 SMA Negeri 1 Pupuan”. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*.

Penelitian oleh Dinda Tiara Alfianti dengan judul “Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram dalam *Stand Up Comedy*” dapat diterima oleh masyarakat, khususnya para remaja. Dengan retorika dakwah melalui *Stand Up Comedy* nya banyak remaja yang mulai tertarik dengan penampilan Dzawin yang tidak terkesan menggurui dan monoton, di zaman sekarang ini banyak remaja yang sudah malas untuk mendengarkan ceramah tetapi dengan adanya penampilan *Stand Up Comedy* Dzawin, secara tidak langsung remaja dapat mendengarkan ceramah melalui *Stand Up Comedy*.

Pendekatan yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Hasil dari penelitian tersebut retorika dakwah dengan *Stand Up Comedy* Dzawin memiliki kemampuan mengemas materi semenarik mungkin sehingga materi dakwah tersebut dapat mudah dipahami oleh penonton. Dalam pembawaan materinya pun Dzawin menggunakan humor yang dengan mudah membuat suasana terlihat lebih santai.⁷

Persaman antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan adalah objek penelitian yakni retorika dakwah dan pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian tersebut adalah subjek penelitian sebelumnya adalah Dzawin Nur Ikram dalam *Stand Up Comedy*, sedangkan subjek penulis adalah Ustadz Felix Siauw melalui *Youtube*.

Fitriyani Rismawati melakukan penelitian mengenai “Pendidikan Tauhid Melalui Metode Berpikir Rasional Al-Argumentatif (Telaah Buku “*Beyond The Inspiration*” Karya Felix Siauw)” penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan dengan pendekatan filosofis yang dikumpulkan dengan dokumentasi. Analisis yang digunakan dengan mengidentifikasi isi buku, kemudian dianalisis dan dikonfirmasi dengan data yang

⁷ Tiara Alfianti, Dinda (2016). *Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram dalam Stand Up Comedy*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

ada, lalu menyusun klasifikasi sehingga dapat ditarik kesimpulan. Hasil dari penelitian tersebut metode berpikir rasional argumentative dapat diterapkan dalam meningkatkan keimanan peserta didik akan *rububiyah* dan *uluhiyah* Allah dengan memikirkan ciptaan Allah dan ayat-ayat *qauliyah*-Nya, sehingga tujuan dari pendidikan tauhid dapat tercapai.

8

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan adalah subjek penelitian yaitu berupa karya Ustadz Felix Siauw. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian sebelumnya yakni pendidikan tauhid sedangkan penelitian yang akan dilakukan menganalisis retorika dakwah Ustadz Felix Siauw, perbedaan selanjutnya adalah media penelitian peneliti sebelumnya melalui sebuah buku sedangkan penulis menggunakan media *Youtube*.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Yulia Nur Rohmah dengan judul “Analisis Wacana Busana Muslimah Pada Akun Twitter Ustadz Felix Siauw” Ustadz Felix Siauw merupakan salah satu da’I yang menggunakan sosial media sebagai media dakwah. Melalui twitter beliau mengangkat berbagai persoalan salah satunya mengenai jilbab. Di satu sisi perkembangan teknologi menjadikan ruang baru untuk berdakwah. Di sisi lain seiring perkembangan cyber media, metode penelitian teks bisa diterapkan dalam penelitian di media siber salah satunya menggunakan analisis wacana.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pisau analysis wacana model Teun A Van Dijk yang membagi wacananya ke dalam tiga dimensi teks, kognisi sosial dan konteks sosial. Dalam menyampaikan tweet-tweetnya Ustadz Felix Siauw menggunakan bahasa yang ringan, santai, terkadang menggunakan bahasa retorik, bahkan bahasa sindiran. Tema-tema yang disajikan mencakup hamper keseluruhan mengenai busana muslimah seperti aurat, jilbab, dan kerudung dengan pengungkapan

⁸ Rismawati, Fitriyani. (2016). *Pendidikan Tauhid Melalui Metode Berpikir Rasional Argumentatif (Telaah Buku “Beyond The Inspiration Karya Felix Siauw)*. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Vol.XIII, No.2.

kata yang eksplisit serta implisit. Dari segi kognisi sosial Ustadz Felix Siauw melihat adanya pergeseran makna hijab seiring dengan perkembangannya, maka melalui akun *twitter* nya Ustadz Felix Siauw ingin mengembalikan makna hijab yang sesungguhnya.⁹

Dengan dilakukan dakwah melalui media sosial diharapkan dapat dijadikan alternative menyebarkan kebaikan terutama bagi masyarakat yang relative sibuk dengan berbagai aktifitas dan waktu yang dimilikinya cenderung sedikit untuk bisa menghadiri acara dakwah konvensional seperti menghadiri Tabligh Akbar dan lain sebagainya.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penulis yakni pada teknik analisis yang digunakan oleh peneliti sebelumnya menggunakan analisis wacana sedangkan penulis menggunakan teknik analisis berdasarkan teori retorika Aristoteles, selanjutnya perbedaan juga terletak yakni pada objek penelitian peneliti sebelumnya meneliti busana muslimah sedangkan penulis meneliti retorika dakwah. Persamaan dari peneliti sebelumnya dengan penulis adalah yakni pada subjek penelitian sama-sama meneliti Ustadz Felix Siauw dan media yang diteliti yaitu media sosial.

Tinjauan pustaka terakhir adalah dilakukan oleh Hew Wai Weng dengan judul “The Art Of Dakwah: social media, visual persuasion and the Islamist propagation on Felix Siauw” pada September 2017 Ustadz Felix Siauw memiliki lebih dari empat juta pengikut di Facebook, dua juta pengikut di Twitter, satu juta pengikut di Instagram dan 20.000 pelanggan Youtube menjadikannya salah satu pengkhotbah media sosial terkemuka di Indonesia saat ini. Berdasarkan penelitian online, partisipasi offline dan wawancara tatap muka dengan Ustadz Felix Siauw dan anggota tim dakwah pada tahun 2016 dan 2017 penelitian ini menyoroti persimpangan antara kegiatan online dan acara offline dalam dakwah Islam kontemporer, berbagai bentuk ekspresi lisan, teks dan visual dakwah offline, dan politik dan puitis dakwah.

⁹ Nur Rohmah, Yulia (2015). *Analisis Wacana Busana Muslimah Pada Akun Twitter Ustadz Felix Siauw*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Penelitian ini bertujuan bagaimana gambaran dakwah online dan visual Ustadz Felix Siauw melengkapi dan menggantikan dakwah offline dan kontekstual dalam menyebarkan ideology HTI di kalangan anak muda muslim Indonesia. Hasil dari penelitian ini pendekatan dakwah Ustadz Felix Siauw menghibur namun konservatif, namun dogmatis dan pribadi jika menyangkut politik. Khotbahnya berupaya untuk merekonsiliasi berbagai kontradiksi yang merepresentasikan strategi untuk menormalkan radikalisme agama dan menarik audiens yang lebih luas.¹⁰

Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada subjek penelitian yaitu Ustadz Felix Siauw. Sedangkan perbedaan penelitian antara kedua nya adalah penelitian sebelumnya meneliti persuasi visual dan penyebaran Islam menurut Ustadz Felix Siauw sedangkan penulis akan meneliti retorika dakwah Ustadz Felix Siauw.

Dari penelitian di atas penelitian penulis bertujuan untuk mengetahui retorika dakwah Ustadz Felix Siauw melalui *Youtube* ditinjau dari retorika Aristoteles yaitu logika (*logos*), emosi (*pathos*), dan etika/ kredibilitas (*ethos*) agar nantinya dapat menjadi bahan ajaran bagaimana cara berdakwah yang tepat dan cara mengemas pesan yang menarik terutama bagi da'I-da'I yang sasarannya adalah generasi milenial.

Adapaun perbandingan tinjauan pustaka yang diambil dari penelitian sebelumnya dan penelitian yang diajukan dapat dilihat menggunakan referensi pada tabel 2.1 :

No	Judul Penelitian	Peneliti	Perbedaan	Persamaan
1.	Retorika Dakwah K.H.Muchammad Syarif Hidayat	Leiza Sixmansyah	Subjek dakwah K.H.Muchammad Syarif Hidayat Sedangkan subjek penulis adalah	Objek penelitian yaitu retorika

¹⁰ Wai Weng, Heng (2018). *The Art Of Dakwah: social media, visual persuasion and the Islamist propagation on Felix Siauw. Journal Indonesia and the Malay Word*, Vol. 46 No. 134.

			Ustadz Felix Siauw.	
			Teknik pengumpul data dimana peneliti sebelumnya menggunakan teknik wawancara sedangkan penulis menggunakan teknik pengamatan.	
2.	Retorika Dakwah Pipik Dian Irawati	Eva Damayanti	Subjek penelitian peneliti sebelumnya adalah Pipik Dian Irawati sedangkan subjek penulis yaitu Ustadz Felix Siauw.	Metode analisis yaitu metode analisis deskriptif kualitatif
3.	Dakwah Melalui Instagram (Studi Analisis Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)	Fifit Difika	Penelitian sebelumnya meneliti Ustadz Yusuf Mansur, Ustadz Felix Siauw, Ustadz Aa Gym dan Ustadz Arifin Ilham dan analisis isi yang digunakan oleh peneliti sebelumnya adalah (<i>content analysis</i>). sedangkan penulis meneliti melalui teori retorika Aristoteles dan subjek yang digunakan adalah Ustadz Felix Siauw.	terletak pada media penelitian yaitu media sosial
4.	Pemaknaan Mahasiswa Tentang Dakwah Ustadz Felix Siauw Melalui Twitter	Rizqi Laili Ardianti	Peneliti sebelumnya meneliti pemaknaan mahasiswa tentang dakwah Ustadz Felix Siauw melalui <i>twitter</i> teori yang digunakan oleh peneliti sebelumnya menggunakan teori encoding/decoding yang dikemukakan	Subjek penelitian yaitu Ustadz Felix Siauw.

			oleh Stuart Hall. Sedangkan penulis meneliti retorika dakwah Ustadz Felix Siauw melalui <i>Youtube</i> , kemudian teori yang digunakan penulis adalah teori retorika Aristoteles.	
5.	Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara Mamah & Aa Beraksi di Indosiar	Ahmad Zaini	Subjek penelitian dimana subjek peneliti sebelumnya adalah Mamah dan media penelitian yang digunakan peneliti sebelumnya adalah televisi. Sedangkan subjek penulis adalah Ustadz Felix Siauw, sedangkan media yang digunakan penulis adalah media sosial <i>Youtube</i> .	Pembahasan penelitian terkait dengan retorika dan metode yang digunakan adalah metode kualitatif.
6.	Kajian Retorika Dalam Naskah Pidato Pada Siswa Kelas X SMA Negeri 1 Pupun	I Weyen Pesek Widianara, I Wayan Wendra dan Sang Ayu Putu Sriasih	Subjek penelitian, subjek peneliti sebelumnya adalah naskah pidato anak siswa kelas X sedangkan subjek penulis adalah dakwah Ustadz Felix Siauw melalui <i>Youtube</i> .	Objek penelitian yakni retorika dan metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.
7.	Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram dalam <i>Stand Up Comedy</i>	Dinda Tiara Alfianti	Subjek penelitian sebelumnya adalah Dzawin Nur Ikram dalam <i>Stand Up Comedy</i> , Sedangkan subjek penulis adalah Ustadz Felix Siauw melalui	Objek penelitian yakni retorika dakwah dan pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan

			<i>Youtube.</i>	kualitatif
8.	Pendidikan Tauhid Melalui Metode Berpikir Rasional Al-Argumentatif (Telaah Buku “ <i>Beyond The Inspiration</i> ” Karya Felix Siauw)”	Fitriyani Rismawati	Objek penelitian sebelumnya yakni pendidikan tauhid dan media penelitian peneliti sebelumnya melalui sebuah buku. Sedangkan penulis menggunakan media <i>Youtube.</i> dan objek penelitian yang akan dilakukan menganalisis retorika dakwah Ustadz Felix Siauw.	Berupa subjek penelitian yaitu berupa karya Ustadz Felix Siauw
9.	Analisis Wacana Busana Muslimah Pada Akun Twitter Ustadz Felix Siauw	Yulia Nur Rohmah	Penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis wacana dan perbedaan juga terletak yakni pada objek penelitian, peneliti sebelumnya meneliti busana muslimah. sedangkan penulis menggunakan teknik analisis berdasarkan teori retorika Aristoteles, selanjutnya. Sedangkan penulis menggunakan teknik analisis berdasarkan teori retorika Aristoteles dan objek penelitian penulis yaitu dakwah.	Yakni pada subjek penelitian sama-sama meneliti Ustadz Felix Siauw dan media yang diteliti yaitu media sosial.
10.	The Art Of Dakwah: social media, visual persuasion and the	Hew Wai Weng	Penelitian sebelumnya meneliti persuasi visual dan penyebaran Islam	Subjek penelitian yaitu Ustadz Felix Siauw

	Islamist propagation on Felix Siauw		menurut Ustadz Felix Siauw sedangkan penulis akan meneliti retorika dakwah Ustadz Felix Siauw.	
--	---	--	---	--

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Pengertian Retorika

Bila ditelusuri ke belakang secara filosofis, pengertian retorika yang –demi penemuan kebenaran- menurut “Bapak Retorika” (Socrates), berangkat dari suatu pemikiran, bahasa manusia dapat menggunakan “common sense” diartikan sebagai pendapat yang pada umumnya dianggap “besar”. Karena sebagian besar sejumlah orang yang dapat menggunakan/berpikir waras, beranggapan demikian. Dengan demikian, pengertian retorika yang berpangkal pada filsafat tersebut, sangat dipengaruhi oleh keadaan masyarakat pada suatu saat tertentu. Karena keterpengaruhannya pada masyarakat tertentu, retorika menghindari dari perumusan perdefinisi, yang diinginkan hanya “penerimaan berdasarkan perasaan saja”. Hal ini sangat tergantung dan paling dominan di tangan para retor yang dermagogi.¹¹

Selanjutnya apa yang dilakukan oleh Socrates dalam mencari “kebenaran” dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya dari lawan dialognya, dirancang dan digiring sedemikian rupa seperti yang dikehendaki, menjadikan persoalan-persoalan yang dibahas hanya merupakan jawaban dalam bentuk fragmen saja, tidak dalam konteks keseluruhan. Oleh karena retorika kebenaran yang menganggap bahwa dengan tercapainya perumusan melalui “*Common sense*” akan tercapai kebenaran. Akan tetapi unsur yang tidak terdapat

¹¹ Abdullah. (2009). *Retorika dan Dakwah Islam*. Jurnal Dakwah Vol X, No 1, 110-111.

padanya dalam proses mencari kebenaran tersebut, justru verifikasi. Hal tersebut bertentangan dengan hukum logika.

Dengan demikian hal yang dicapai secara maksimal oleh retorika kebenaran, baru taraf “pengertian terhadap persoalan” belum sampai menemukan “realitas ataupun kebenaran itu sendiri”. Kekurangan dalam bidang retorika klasik ini ialah, ia baru sampai pada taraf “mencapai pengertian” sehingga menyebabkan ia masih tetap dianggap sebagai suatu ajaran pra ilmu. Hasil dari retorika ini baru merupakan suatu *hypothesis*. Sedangkan ilmu pengetahuan berusaha untuk meninjau sesuatu seobyektif mungkin. Padahal retorika baru dapat mencapai taraf “mengerti” yang amat cenderung berwarna subyektif.¹²

Puncak peranan retorika sebagai ilmu pernyataan antar manusia ditandai oleh munculnya *Demosthenes* dan *Aristoteles* dua orang pakar yang teorinya hingga kini masih dijadikan bahan kuliah di berbagai perguruan tinggi. Demosthenes (384-322) di zaman Yunani itu termasyur karena kegigihannya mempertahankan kemerdekaan Athena dari ancaman raja Philipus dari Mecedonia. Pada waktu itu telah menjadi anggapan umum bahwa di mana terdapat sistem pemerintahan yang berkedaulatan rakyat, di situ harus ada pemilihan berkala dari rakyat dan oleh rakyat untuk memilih pemimpinnya. Di mana demokrasi menjadi sistem pemerintahan, di situ masyarakat memerlukan orang-orang yang mahir berbicara di depan umum.¹³

Sementara Aristoteles, berbeda dengan tokoh-tokoh lain yang memandang retorika sebagai seni, menurutnya retorika sebagai bagian dari filsafat. Ia berkata : anda dalam retorika terutama menggelorakan emosi, itu memang baik tetapi, ucapan-ucapan anda tidak dapat dipertanggung jawabkan. Tujuan retorika yang sebenarnya

¹² Susanto, Astrid (1975). *Pendapat Umum*. Bandung: Bina Cipta. hlm.233-235.

adalah membuktikan maksud pembicaraan atau menampakkan pembuktiannya. Ini terdapat pada logika. Retorika hanya menimbulkan perasaan seketika, meski lebih efektif daripada silogisme. Pernyataan pokok bagi logika dan bagi retorika akan benar apabila telah diuji oleh dasar-dasar logika”.¹⁴

Teori retorika memusatkan perhatian pada retorika yang Aristoteles tekankan memiliki tujuan persuasive. Yaitu, seorang pembicara yang tertarik memersuasi audiens harus mempertimbangkan tiga bukti retorika: logika (logos), emosi (pathos), dan etika/ kredibilitas (ethos). Para audiens adalah kunci dari persuasi yang efektif, dan silogisme retorik menuntut para audiens untuk memasukkan bagian yang hilang dalam pidato, yang digunakan dalam persuasi.

Aristoteles mengingatkan pembicara untuk tidak lupa pentingnya logika dalam presentasi mereka. retorika dapat dianggap sebagai cara Aristoteles merespons permasalahan yang ia lihat pada buku-buku tersebut. Meski ia menantang sejumlah asumsi mengenai hal-hal yang seharusnya dikandung oleh presentasi yang efektif, hal yang tetap dianggap penting adalah definisi Aristoteles mengenai retorika: tujuan dari persuasi. Bagaimanapun, jika seseorang ingin memersuasi bukan berarti melakukan penyipuan atau penyalahgunaan, praktik yang biasa ditemukan pada masa Yunani Kuno, di mana perbudakan diperbolehkan. Aristoteles menyarankan pembicara untuk bekerja melampaui insting awalnya ketika mereka akan memersuasi orang lain. Mereka perlu mempertimbangkan semua aspek dalam pembuatan pidato, termasuk anggota audiensnya.

Teori Aristoteles dibimbing oleh dua asumsi berikut :

1. Pembicara public yang efektif harus mempertimbangkan audiensnya.

¹⁴ Uchjana Effendi, Onong (1993). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT.Citra Aditya Bakti

2. Pembicara public menyajikan sejumlah bukti dalam presentasinya.¹⁵

Ilmu retorika juga mempunyai hubungan erat dengan dialektika yang sudah dikembangkan sejak jaman Yunani Kuno. Dialektika adalah metode untuk mencari kebenaran lewat diskusi dan debat. Melalui dialektika orang dapat mengenal dan menyelami suatu masalah (*intellcetio*), menggunakan argumentasi (*inventio*) dan menyusun jalan pikiran secara logis (*disposition*). Retorika mempunyai hubungan dengan dialektika, karena debat dan diskusi juga merupakan bagian dari ilmu retorika. Kelancaran berbicara dalam retorika sangat dituntut dan menjadi prasyarat kepandaian berbicara. Oleh karena itu retorika juga berhubungan erat dengan kelancaran berbicara (*elocutio*).¹⁶

2.2.2 Pembagian Retorika

Retorika adalah bagian dari ilmu bahasa (*lingustik*), khususnya ilmu bina bicara (*Sprecherziehung*). Retorika sebagai bagian dari ilmu bicara ini mencakup:

2.2.2.1 Monologika

Monologika merupakan sebuah seni berbicara secara monolog yaitu yang menyampaikan pesan hanya dari satu orang. Termasuk dalam bentuk ini seperti pidato, kata sambutan, presentasi makalah, ceramah dan deklamasi.

2.2.2.2 Dialogika

Ilmu yang berbicara mengenai seni berbicara melalui dialog, di mana ada dua orang atau lebih yang berkomunikasi. Bentuk komunikasi dialogia ini seperti diskusi, musyawarah, tanya jawab, perundingan, percakapan dan debat.

2.2.2.3 Teknik Bicara

¹⁵West, Richard, Turner, Lynn H (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

¹⁶ Abdullah (2009). *Jurnal Dakwah: Retorika dan Dakwah Islam*, Vol X, No 1, 111-112.

Efektifitas monologika dan dialogika tergantung juga pada teknik bicara. Teknik bicara merupakan syarat bagi retorika. Oleh karena itu pembinaan teknik bicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Dalam bagian ini secara teknis perhatian diarahkan pada pembinaan seperti: teknis bernafas, mengucap, bina suara, membaca dan bercerita.¹⁷

2.2.3 Tujuan dan Fungsi Retorika

Tujuan retorika menurut Aristoteles adalah tujuan persuasive. Beretorika memang sangat dibutuhkan dari waktu ke waktu. Bahkan bisa dibilang dengan beretorika seseorang dapat menjadi seseorang yang berpengaruh di lingkungannya, sebab dengan menguasai teknik dalam ilmu beretorika seseorang dapat mempertinggi rasa percaya dirinya dan juga memberi rasa pasti pada orang yang bersangkutan.¹⁸

2.2.4 Konsep Retorika

Untuk tercapainya tujuan persuasive, meyakinkan audience tersebut menurut Aristoteles ada tiga bukti yang harus ada adalah : Ethos, pathos, logos.

2.2.4.1 Ethos (Kredibilitas)

Mengacu pada karakter, inteligensi dan niat baik pembicara yang akan tampak membawakan pidato. Eugene Ryan menyatakan bahwa *ethos* adalah istilah umum yang mengacu pada pengaruh mutual antara pembicara dan pendengar satu sama lain. Ryan menyatakan Aristoteles percaya bahwa pembicara dapat dipengaruhi audiens sama besarnya dengan audiens dapat dipengaruhi oleh pembicara. Karena itulah, ethos pembicara tidak hanya sesuatu yang dibawa ke dalam pengalaman berbicara: hal ini adalah pengalaman itu sendiri. Aristoteles merasa bahwa pidato oleh individu yang

¹⁷ Wuwur Hendrikus, Dori. (1991). *Retorika, (trampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi)*. Yogyakarta: Kanisius. Hal. 14.

¹⁸ Ibid, hal. 20.

bisa dipercaya lebih bersifat persuasive daripada individu yang dipertanyakan kredibilitasnya.

Salah satu komponen kredibilitas adalah komponen otoritas. Otoritas artinya memiliki keahlian yang diakui. Otoritas dibentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman. Bila pembicara sangat mudah membahas tema yang sesuai dengan riwayat hidup pembicara, maka pembicara tersebut memiliki otoritas.

Audience menyukai gagasan yang dikemukakan pembicara yang dipandang objektif. Pembicara dapat membangun citra objektif dengan melalui persiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan.¹⁹

Kredibilitas pembicara yang dapat mempersuasi audiens sehingga mereka peduli dan percaya kepada pembicara. Etos merupakan metode yang paling efektif untuk membentuk karakter pembicara sebagai *persuader* yang diharapkan mampu membangkitkan sikap kritis audiens agar mereka percaya terhadap berbagai argument yang dia ucapkan.

Dapat disimpulkan bahwa *Ethos* adalah pandangan mengenai karakter, intelligentsia dan niat baik seorang pembicara.

2.2.4.2 Pathos (Emosi)

Mengacu pada emosi yang dilibatkan dari para pendengar. Bahan-bahan yang menyentuh atau menggerakkan adalah bahan-bahan yang mempunyai pengaruh psikologis. Menurut J.B. Watson, semua emosi merupakan hasil proses belajar, kecuali tiga: takut, berang dan cinta.

¹⁹ Rakhmat, Jalaluddin (1994). *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Walaupun demikian, apa yang harus ditakuti, diberangi dan dicintai diperoleh manusia berdasarkan pengalaman dan pendidikan. Dengan demikian emosi dapat dibuat, ditimbulkan dan dipergunakan. Sedangkan Aristoteles berargumentasi bahwa pendengar menjadi alat bukti ketika emosi dipermainkan terhadap mereka: pendengar menilai secara berbeda ketika mereka dipengaruhi oleh perasaan senang, sakit, rasa benci atau takut.

Pathos lebih kepada bukti emosional yaitu emosi yang didapatkan dari anggota audiens

2.2.4.3 Logos (Logis)

Adalah bukti logis yang dimiliki pembicara, yaitu argumentasi dan rasionalisasinya. Logos juga mengandung arti “imbauan logis” (logical appeals) yang ditunjukkan oleh seorang orator bahwa uraiannya masuk akal sehingga patut diikuti dan dilaksanakan oleh khalayak. Bagi Aristoteles, *logos* melibatkan angka, termasuk menggunakan pernyataan logis dan bahasa yang jelas. Karena apabila pembicara menggunakan bahasa puitis, akan menyebabkan kekurangjelasan dan kealamian. Menurut Aristoteles *logos* adalah salah satu bukti agar pesan menjadi lebih efektif.

Logos yaitu bukti logis, penggunaan argumentasi dan bukti dalam berpidato.

Setiap masing-masing aspek ini *ethos*, *pathos*, dan *logos* merupakan hal yang penting dalam efektifitas berpidato. Namun tidaklah memadai jika masing-masing aspek hanya berdiri sendiri-sendiri.

2.2.5 Tipe-Tipe Retorika

Pada zaman Aristoteles, para warga negara diminta untuk mengambil bagian dari sebuah aktivitas berbicara di depan umum dari menjadi hakim, pengacara sampai

menjadi legislator. Karena alasan inilah Aristoteles mengidentifikasi beberapa situasi cara berbicara untuk para warga negara ketika membicarakan mengenai perdagangan, keuangan, pertahanan, negara dan perang. Aristoteles menyatakan ada tiga tipe oratori:

2.2.5.1 Retorika Forensic

Atau retorika pengadilan, terutama mengacu pada pembicaraan di ruang pengadilan. Tujuannya adalah untuk menetapkan rasa bersalah atau tidak bersalah: di zaman Aristoteles, pembicara forensic menyajikan presentasinya terhadap hakim di ruang pengadilan. Orator forensic mengandalkan pada perilaku masa lalu sering kali merupakan indicator mengenai perilaku masa kini.

2.2.5.2 Retorika Epideitik

Atau disebut sebagai cara berbicara serimonial. Pidato semacam ini biasanya memusatkan perhatian mengenai masalah sosial karena menurut Aristoteles, orang-orang akan tertarik akan masa sekarang dan di sini Epideitik tidak dapat dipisahkan dengan ethos, Aristoteles menyatakan demikian. Pidato ini biasanya disajikan di ruang public dengan tujuan mendapatkan pujian, kehormatan, disalahkan ataupun mempermalukan.

2.2.5.3 Retorika deliberative

Atau biasa disebut retorika politik. Retorika deliberative dihubungkan dengan masa depan hal-hal yang akan dipikirkan atau dilakukan oleh audiens pada masa depan sebagai hasil dari usaha si pembicara. Berbicara secara deliberative, membutuhkan kemampuan pembicara untuk mampu

menyampaikan bahwa pemikirannya sejalan dengan pemikiran para audiens.

Pembicara deliberative harus bersiap mempertimbangkan topik yang relevan dengan audiens dan dapat direlasikan untuk mempertimbangkan topik yang relevan dengan audiens dan dapat direlasikan secara pribadi pada diri pembicara. Deliberative biasanya membahas topik mengenai: pembagian keuntungan, perang dan kedamaian, pertahanan negara, perdagangan dan kebijakan.

2.2.6 Pengertian Dakwah

Suatu pengertian berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist. Adapun firman Allah yang mengandung pengertian dakwah Islam, diantaranya Al-Ahzab:45-48, Al-Baqarah: 213, An-Nahl: 37. Beberapa ayat tersebut menjelaskan bahwa dakwah adalah pemberian informasi (berita), menyampaikan informasi, menyeru, mengajak dan memberi peringatan. Secara umum, pengertian menurut istilah adalah Dakwah yaitu memberikan dan menyampaikan informasi tentang Islam yang benar, menyeru dan mengajak kembali kepada jalan yang benar serta memberi peringatan pada manusia untuk melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar, dalam rangka mencapai tujuan hidup bahagia dunia dan akhirat.²⁰

2.2.7 Retorika Dakwah

Pengertian retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan Islam secara benar. Adapun seni yang diajarkan oleh Al-Qur'an sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nahl 125.

2.2.8 Obyek Retorika Dakwah

2.2.7.1 Obyek Material yaitu manusia yang berbicara itu sendiri.

²⁰ Abdullah (2009). *Retorika dan Dakwah Islam*. Jurnal Dakwah. Vol X, No 1, 112.

2.2.7.2 Obyek Formal yaitu seni berbicara itu sendiri, yang hal tersebut dilihat dari individunya.²¹

2.2.9 Strategi Retorika Dakwah

Said Ali Al-Qhatani menyebutkan, satu-satunya manusia yang dianggap mampu mengubah kondisi masyarakat Arab saat itu adalah Muhammad saw. Dialah yang mendapatkan hikmah dari Allah untuk memberikan peringatan kepada kaumnya tentang syirik, kufur, dan bentuk-bentuk keruksakan lainnya menuju tata kehidupan yang islami. Nabi juga dibekali oleh tuhan melalui pesan tuhan dalam QS. Al-Mudatsir ayat 1-7. Bekal tersebut menurut Sayyid Quthb⁵ berupa bimbingan antara lain: mengagungkan Allah sehingga dengan ini ia akan mampu tabah dalam menghadapi segala tantangan; mensucikan diri, mensucikan jiwa dan ahlak; menjauhi syirik; jangan mengharap balas jasa dan sabar dalam menghadapi penderitaan.²²

Sejak awal perjalanan dakwahnya nabi menggunakan prosedur bertahap, para sejarawan menyebutkan nabi mengawali dakwahnya secara sembunyi-sembunyi yang ditujukan kepada keluarga terdekat, dengan prosedur ini rasul bisa menghimpun beberapa pengikut yang militant diantaranya Abu Bakar Shiddiq dan beberapa orang lainnya yang tergabung dalam *as-sabiquunal awwaluun*.

Prosedur gerakan dakwah nabi saw kemudian bergeser kepada terang-terangan setelah dipandang memiliki kekuatan. Para pengikut Nabi tidak lagi sembunyi-sembunyi untuk mempraktekan keyakinan dan ajaran Islam dalam kehidupan, bahkan mereka sudah menyatakan kesetiaan untuk senantiasa berjuang melindungi dan membela keyakinannya. Beberapa langkah dipandang termasuk strategi dakwah nabi

²¹ Ibid, hal 113.

²² Said bin Ali Al- Qhatani, (1994) *Al-Hikmah fi Al-Da'wah ila-Allah*, h.107.

saw adalah strategi hijrah, ini ditempuh oleh nabi saw hingga dua kali yaitu ke Abesenia dan ke Yastrib.

Tampaknya perjuangan nabi saw beserta Tanpaknya perjuangan nabi saw beserta pengikutnya tidak bisa dipadamkan, seperti disebutkan dalam Al-Qur'an,

رِيدُونَ أَنْ يُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى اللَّهُ إِلَّا أَنْ يُتِمَّ نُورَهُ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ

”Mereka senantiasa berupaya memadamkan cahaya Allah dengan mulut-mulut dan tindakan mereka, akan tetapi Allah menyempurnakan cahayanya walaupun mereka itu mengingkarinya”.²³

Rahasia kesuksesan dakwah Rasulullah saw menurut Abdullah Isa Assalim menyebutkan :

Pertama, cara rasul dalam merespon sebuah kemungkaran. Jika suatu kemungkaran dipandang sebagai masih bisa disampaikan dengan cara lemah lembut dan simpatik, maka beliau akan menempuh cara tersebut, akan tetapi jika setelah diperhitungkan kondisinya membutuhkan ketegasan, maka beliau akan menempuhnya. Bahkan beliau juga akan menunjukkan roman muka merah karena marah untuk menekan pelaku kemungkaran supaya kembali ke jalan yang benar.

Kedua, dalam melakukan amar ma'ruf nahyi mungkar, beliau selalu memperhatikan akibat yang akan ditimbulkan, jika sekiranya beliau beranggapan bahwa amar ma'ruf nahyi mungkar tersebut menimbulkan kemadharatan, maka beliau akan menahan diri untuk tidak melakukannya terlebih dahulu. Beliau akan melakukannya dengan menunggu waktu yang paling tepat, sehingga akan dapat diterima oleh orang yang

²³ Qs: An-Nahl: 32. Penerjamah/ penafsir Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia.

diberi nasihat. Namun jika amar ma'ruf nahyi mungkar yang akan beliau sampaikan dipandang tidak mengandung madharat, maka beliau akan segera menyampaikannya.

Ketiga, dalam merespon sebuah kejadian (tindakan kesalahan), beliau tidak pernah bersikap kasar ataupun mencaci maki seseorang yang berbuat salah. Namun sebaiknya, beliau sangat lapang dada dan selalu memberikan kesempatan untuk memperbaiki diri. Kalaupun beliau harus mengungkapkan rasa kesalnya terhadap sebuah kesalahan, maka beliau tidak langsung menunjuk hidung si pelaku. Beliau hanya akan bersabda, bagaimana pendapat suatu kaum terhadap kejadian itu.²⁴

Dapat disimpulkan bahwa hikmah penting dalam berdakwah adalah arahan secara bijaksana dengan melihat situasi dan kondisi, bertahap dalam menyampaikan pesan, mengambil yang paling ringan madharatnya di antara dua madharat, mengambil yang paling tinggi tingkat kemashalatannya di antara dua masalahat.

2.2.11 Tujuan Retorika Dakwah

Untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadist, hal ini berbeda dengan tujuan retorika non Islam, yang hanya bertitik tolak pada tercapainya cita-cita terlepas apakah itu baik atau buruk.

2.2.11 Pembagian Retorika Dakwah

2.2.11.1 Monologika dakwah

Orang berbicara secara mono (sendiri) sedangkan *audienc* hanya sebagai pendengar setia. Hal ini berbentuk pidato, khutbah resmi.

2.2.11.2 Dialogika dakwah

²⁴ Abdullah Isa As-Salim, (2001). Manajemen Rasulullah dalam Berdakwah, (Jakarta: Pustaka Azzam), h. 21.

Berbicara dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan saling merespon (*Face to face*) Hal ini berbentuk, diskusi, seminar, hanya jawab, symposium dan sarasehan.

2.2.11.3 Teknik Dakwah dalam monologika dan dialogika

2.2.11.3.1 Sesuai dengan kemampuan.

2.2.11.3.2 Disampaikan dengan kata-kata yang lemah lembut.

2.2.11.3.3 Tidak saling menjatuhkan.

2.2.11.3.4 Diutarakan dengan kata-kata yang fasih, sesuai dengan firman Allah SWT, “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka” (An-Nisa 63).

2.2.12 Youtube

Maraknya penggunaan *Youtube* di masyarakat pada saat ini membuat mereka lebih mudah melakukan kegiatan tanpa harus berbicara langsung di depan public, seperti public speaking pada umumnya. Masyarakat bukan hanya sebagai penonton namun juga bisa mengisi konten di media sosial tersebut.

Menurut salah satu media pemberitaan nasional Indonesia, *Youtube* menempati posisi pertama dengan persentase 43% persen sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.²⁵ Dikarenakan fitur yang dimiliki oleh *Youtube* itu sendiri salah satunya yaitu *Youtube* merupakan media sosial yang berbasis audio visual dan juga lebih memiliki durasi yang lebih lama dibanding media sosial

²⁵<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> diakses pada 22 Maret 2019.

lainnya. Fenomena ini dimanfaatkan sebagian orang untuk mendapatkan lapangan kerja, berbisnis, bahkan berdakwah.

Salah satu ustadz yang aktif berdakwah menggunakan media sosial *Youtube* adalah ustad Felix Siauw beliau bergabung ke *Youtube* sejak 3 januari 2009 ustadz Felix Siauw sendiri memiliki 390.121 subscriber dan telah ditonton sebanyak 15.139.674x oleh pengguna *Youtube*.