



Strategi Retorika dan Persuasi Keagamaan dalam Khotbah YouTube di Indonesia

Rizky Fabio Setiawan, Totok Wahyu Abadi*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi strategi retorika yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat di saluran YouTube-nya, Adi Hidayat Official, dengan fokus pada bagaimana ia mengintegrasikan ajaran Islam dengan nilai-nilai kebangsaan Indonesia melalui Pancasila. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis semiotika, penelitian ini meneliti dua video: "UAH, The Real Pancasila" dan "Short... UAH Mengajarkan Pancasila Kepada Pedagang Bendera." Temuan menunjukkan bahwa Ustadz Adi Hidayat secara efektif menerapkan lima kanon retorika Aristoteles, sehingga meningkatkan dampak persuasif dakwahnya. Studi ini menyoroti potensi YouTube sebagai platform untuk dakwah agama yang berdampak dan menyarankan implikasi untuk praktik dakwah digital dalam mempromosikan nilai-nilai budaya dan kebangsaan.

Kata Kunci: Dakwah Youtube, Analisis Retorika, Retorika Aristoteles, Komunikasi Agama Di Indonesia, Pancasila

DOI: <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i2.23>

*Correspondence: **Totok Wahyu Abadi**

Email: totokwahyu@umsida.ac.id

Received: 11-05-2024

Accepted: 13-05-2024

Published: 18-05-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study explores the rhetorical strategies employed by Ustadz Adi Hidayat on his YouTube channel, Adi Hidayat Official, focusing on how he integrates Islamic teachings with Indonesian national values through Pancasila. Utilizing a descriptive qualitative approach and semiotic analysis, the research examines two videos: "UAH, The Real Pancasila" and "Short... UAH Teaches Pancasila To Flag Traders." The findings reveal that Ustadz Adi Hidayat effectively applies Aristotle's five canons of rhetoric, enhancing the persuasive impact of his da'wah. This study highlights the potential of YouTube as a platform for impactful religious preaching and suggests implications for digital da'wah practices in promoting cultural and national values.

Keywords: Youtube Da'wah, Rhetorical Analysis, Aristotle's Rhetoric, Indonesian Religious Communication, Pancasila

Pendahuluan

YouTube adalah sebuah aplikasi media sosial paling populer di Indonesia (Novianti et al., 2020). Data dari Google menjelaskan, di tahun 2022 ada 127 juta pengguna aktif YouTube dalam setiap bula. Ini sesuai dengan banyaknya pengakses internet yaitu 205 juta di Indonesia (Azkiya, 2022). Banyaknya pengguna YouTube menjadikannya sarana yang tepat untuk berdakwah. Manfaat penggunaan internet dapat mempererat hubungan saudara dan saling memberikan informasi dalam waktu singkat (Wibowo, 2020). Salah satu channel YouTube yang cukup populer menyebarkan dakwah adalah channel Adi Hidayat Official, yang didirikan oleh Ustadz Adi Hidayat, Lc., M.A. atau yang akrab disapa dengan "UAH". Channel Adi Hidayat Official didirikan

mulai tanggal 28 Februari 2019 dan sudah ditonton sebanyak 270.242.328 kali tayangan dengan 3,55 juta subscriber (Adi Hidayat Team, 2019).

Alasan peneliti memilih UAH sebagai subjek penelitian adalah dalam menyampaikan materi dakwahnya UAH berdakwah dengan model seperti sedang mengajar, sangat tegas namun dalam pembawaan yang santai dan to the poin, tidak berbelit-belit. Dalam video tentang pancasila UAH mewujudkan makna butir-butir Pancasila dalam perbuatan nyata di kehidupannya sehingga menarik untuk diteliti (Saleh, n.d.).

Ciri khas UAH dalam menyampaikan dakwahnya, ia tidak hanya menjelaskan materinya dengan umum namun juga memberikan penjelasan melalui pengkajian dan menjelaskan secara mendalam dan rinci terkait materi dakwahnya, serta menerapkan sedikit humor sebagai hiburan (Munabari, 2019). Sebuah karakter dari UAH yaitu berkemampuan hafalannya yang baik yakni menyebutkan hadist dan ayat ketika melakukan dakwah. UAH tidak hanya menjelaskan nama surah dan ayatnya seperti da'i biasanya, namun UAH menghafalkan ayat Al-Qur'an secara lengkap sesuai letak dan posisi ayat tersebut, walaupun ayatnya ada dalam luar materi dawah, sehingga UAH memiliki kecerdasan yang dijadikan ico dalam berdakwah serta memberikan peningkata pada citra positif untuknya (Suhandang, 2009). Kemudian dalam menyebutkan hadist, UAH dapat menjelaskan secara lengkap sesuai pada nomor hadits (Arni, 2021).

Channel Adi Hidayat Official banyak disukai oleh masyarakat sebab memiliki kajian-kajian terkini, yang ada dalam masyarakat (Hardyantoro, 2013). tetapi, umumnya suatu kegiatan yang bisa dianggap bermutu buka hanya dikarenakan acaranya mempunyai pembahasan yang strategis. Melainkan acaranya perlu di sampaikan dengan maksima sehingga bisa dijadikan sebagai pembelajaran untuk masyarkaot yang melihatnya (Ibrahim, 2021). Ini begitu penting dilakukan dalam suatu retorika pada suatu acara di channel YouTube (Adi Hidayat Team, 2019).

Teori retorika yaitu sebuah teori komunikasi yang sudah ada dari zaman Yunani Kuno. Aristoteles yatu sebuah teoritis pertama yang menilai retorika adalah suatu seni dan melakukan pembelajaran dengan serius (Muchlisin, 2019). Aristoteles menjelaskan, retorika yaitu sebuah kemampuan dalam memberikan pemahaman pada beberapa cara yang ada untuk menerapkan persuasi. Dari adanya retorika bisa dijadikan sebagai indikasi dan bukti baik tidaknya pembicara untuk menjalankan persuasi, baik berbentuk pidato, tertulis, atau pesan (McCormack, 2014).

Dalam filosofisnya, retorika bisa dilakukan perunutan nila yang ada didalamnya. Aristoteles menjelaskan definisi retorika yaitu sebuah seni yang mempunyai suatu nilai (Dhanik Sulistyarini, S.Sos. & Dr. Anna Gustina Zainal, 2018). Adapun syarat yang berhubungan pada etika yang harus dilihat oleh komunikator untuk menyampaikan sebuah pesan, yaitu: 1) dapat mempertanggung jawabkan unsur persuasif yang disampaikan dalam keadaan sadar akan peluang dalam melakukan kesalahan, 2) menyadari serta mengetahui dengan peluang apabila terdapat kerugian yang ada karena kecurangannya sendiri, serta 3) toleran atau menerima apabila terdapat komunikan yang tidak setuju pada pendapat atau dengan apa yang dijelaskan (Jalaluddin Rakhmat, 1999).

Komunikator wajib mengetahui kebenaran dari apa yang mereka sampaikan. Maka, mereka wajib mempunyai pengetahuan yang baik pada suatu hal yang hendak dijelaskan (Wulandari, 2018a). Kemudian, mereka wajib memiliki fakta yang sesuai terkait apa yang akan mereka sampaikan

dan mempunyai gagasan dan ide yang jelas mengenai bagaimana menyampaikan kepada pendengar. Ini artinya, komunikator wajib mengerti terkait strategi dan materi penyampaian (Badriyah, 2015a). Penggunaan retorik pada argumen dibedakan dalam beberapa jenisnya, yaitu argumen artistik dan non-artistik. Argumen artistik didapatkan dari permasalahan dan topik yang ada, untuk argumen non-artistik didapatkan melalui fakta yang ada dalam sekeliling topik, baik yang berhubungan langsung ataupun tidak langsung (hafied, 2020).

Pada presepsi Aristoteles, retorika yaitu sebuah sarana persuasi yang ada. Artinya, komunikator yang tertarik melakukan bujukan kepada umum wajib melakukan pertimbangan juga pada tiga bukti retorik, Emosi (Pathos), Logika (Logos), kredibilitas/ Etika (Ethos) (Ani et al., 2022). Selain itu Ada lima tahapan dalam menyusun pidato dan biasa dinamakan dengan "The Five Canons of Rhetorica" diantaranya *dispositio* (penyusunan), *inventio* (penemuan), *pronuntiatio* (penyampaian), *elocutio* (gaya), *memoria* (ingatan) (Effendi, 2008).

Video dalam channel Adi Hidayat Official yang berjudul "UAH, The Real Pancasila" sudah ditonton 76.569 x diupload pada 1 Jun 2021 (video pertama) dan video yang berjudul "Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera yang sudah ditonton 49.695 kali diupload pada 3 Agustus 2021 yang membahas "Pancasila" (video kedua) (Wulandari, 2018c).

Rumusan penelitian ini yaitu guna menganalisis retorika dakwah ustadz Adi Hidayat tentang pancasila di channel YouTube Adi Hidayat Official.

Penelitian Khiyaroh yang berjudul Dakwah Ala Anwar Zahid: Menjinakkan Islam Normatif Menjadi Islam Lokal Yang Mengglobal Pandangan Kritis Terhadap Pola Dakwah yang Dijelaskan video YouTube Anwar Zahid (Khiyaroh, 2018). Hasil penelitian menunjukkan Anwar Zahid menjelaskan ceramah dan pengajiannya menggunakan gaya lokal dan mempunyai berbagai tujuan seperti ingin berada di tengah-tengah masyarakat yang kurang akan ilmu agama. Politik jenaka diterapkan sebagai upa mendapatkan perhatian dari pendengar agar merasa luluh terhadap ilmu yang didapatkan. Dari berbagai teks ceramah Anwar Zahid juga menerapkan politik distingsi sebagai pembeda dirinya dan yang lainnya, dimana penilaian masyarakat lebih dari dirinya daripada da'i yang lainnya yang hanya ada dalam televisi. Dengan gaya dan tema yang merakyat ini membuat Anwar Zahid dinilai sebagai nabi baru oleh masyarakatnya. Penerapan bahasa lokal dan penguasaan materinya berdasarkan pada keperluan mad'nya serta retorika dakwah yang dibawakan begitu menarik, ini menyebabkan Anwar zahid selalu mendapatkan undangan dari banyak orang. Penjelasannya terkait makna dalam Al-qur'an diterjemahkan berdasarkan pada konsep dan karakter pemikiran masyarakat, sehingga masyarakat bisa mudah menerima, dimulai dengan masyarakat lokal secara luas hingga para jamaah yang berada di luar negeri. (Riswanti, n.d.)

Penemuan Fadel mengenai Retorika Politik Susilo Bambang Yudhoyono: Pendekatan Analisis Wacana Kritis (Mozefani et al., 2020). Adapun hasil penelitian yang didapat dari temuan ini, Susilo Bambang Yudhoyono mengimplementasikan model komunikasi massa menggunakan struktur kognisi sosial (fungsi), teks (bentuk), dan konteks sosial (makna).

Temuan Aldi Wahyudi Abdillah mengenai Gaya Retorika Pada News Anchor Dalam Program Acara Indonesia Morning Show Di Channel YouTube Indonesia Morning Show (IMS) NET (Abdillah, 2021). TV menerangkan informasi berita untuk penontonnya dengan karakteristik yang

santai dan melakukan penerapan bukti retorik di dalam penyampaian, seperti logos, phatos, dan ethos. Kemudian, gaya retorika yang diterapkan juga begitu bervariasi.

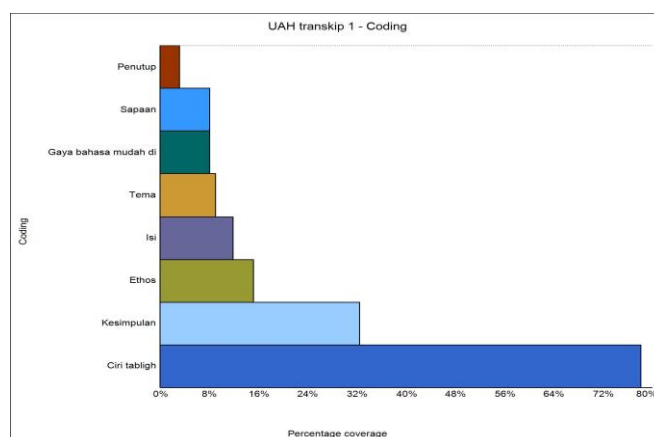
Metode Penelitian

Peneliti menerapkan metode pengkajian dengan penelitian kualitatif yang sifatnya deskriptif. Adapun subjek penelitiannya yakni Ustadz Adi Hidayat, Lc., M.A. Teknik analisis yang diterapkan yaitu analisis semiotik, dengan sederetan objek yang bisa diteliti (Said, 2013). Pertama, observasi gaya retorika dakwah pada penyampaian ceramah pada Video dalam channel Adi Hidayat Official yang berjudul “UAH, The Real Pancasila” dan Kedua, video yang berjudul “Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera yang membahas tentang “Pancasila” melalui tontonan video ceramah Ustadz Adi Hidayat, lalu mengklasifikasikan sesuai kategorinya. Hasil datanya dalam bentuk kategori materi dakwah yang disajikan dalam tabel dan grafik. Kemudian membuat kesimpulan berdasarkan pembahasan hasil penelitian. Sedangkan tujuan dibuatnya analisis ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan retorika dakwah ustadz Adi Hidayat tentang pancasila di channel YouTube Adi Hidayat Official.

Hasil dan Pembahasan

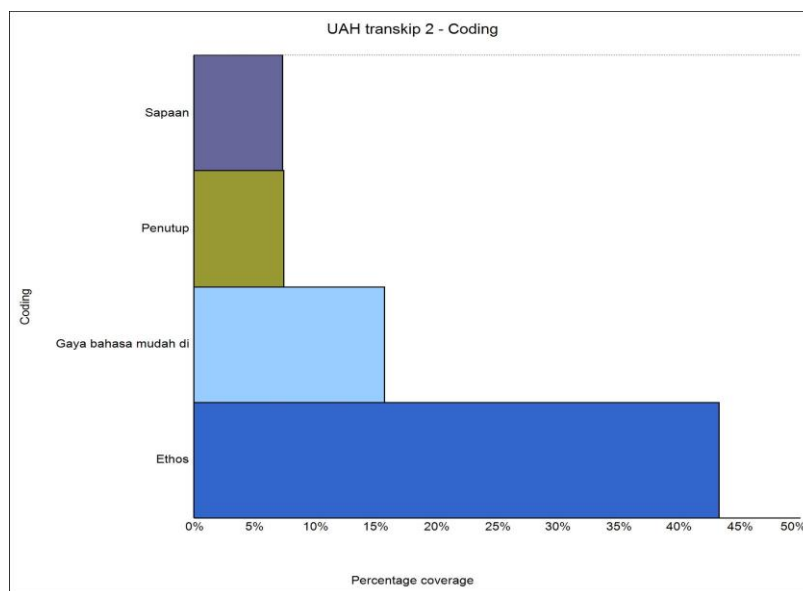
UAH memiliki keunikan saat melakukan penyampaian dakwah, sehingga bisa dilihat tidak biasa. Sebuah karakter dari UAH yaitu penceramah yang sangat detail ketika berceramah, selain itu juga beliau pendakwah yang hafal ayat Al-Qur'an dengan menyeluruh sesuai letak dan posisi ayat, walaupun ayatnya ada dalam luar materi dakwah, sehingga hal kecerdasan dari UAH menjadi icon dalam berdakwah (Paksi et al., 2024). ia lebih bisa diterima oleh semua kalangan dari kaum muda hingga kaum lanjut usia. Setiap dakwahnya dihadiri oleh ratusan hingga ribuan jamaah. Kepopulerannya membuat UAH selalu mengisi di beberapa acara baik didalam negeri atau undangan di luar negeri (UAH Goes To USA - Ustadz Adi Hidayat, n.d.). Kemudian, ia juga aktif di jejaring sosial misalnya dalam YouTube sering membuat konten video dan beberapa pesan singkat mengenai Islam yang bisa menimbulkan manfaat untuk masyarakat yang menontonnya (Faradina et al., 2023).

1. Proses Penyusunan Retorika Dalam Dakwah UAH Di Video Youtube



Gambar 1. Grafik kategori retorika menurut Aristoteles dalam video “UAH, The Real Pancasila”

Grafik 1 menjelaskan bahwa video “UAH, The Real Pancasila” berisi elemen retorika diantaranya elemen ciri tabligh sebesar 80%, kesimpulan dakwah sebesar 32%, ethos sebesar 16%, isi sebesar 14%, tema sebesar 12%, sapaan sebesar 8%, dan penutup sebesar 4%.



Gambar 2. Grafik kategori retorika menurut Aristoteles dalam video “Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera”

Grafik 2 menjelaskan bahwa video “UAH, The Real Pancasila” berisi elemen retorika diantaranya elemen ciri ethos sebesar 44%, gaya bahasa mudah dipahami sebesar 15%, penutup sebesar 10%, dan sapaan sebesar 10%.

Retorika yaitu sebuah seni bertutur yang memegang peranan utama pada aktivitas dakwah. Sebuah bentuk dakwah yang membutuhkan kemampuan retorika dengan baik yaitu tabligh (ALFIA, 2023). Dimana aktivitas penyampaian dakwahnya dilakukan secara lisan, tertulis dan melalui media elektronik agar pesan dakwah sampai dan dapat dipahami masyarakat (Umro’atin, 2020).

UAH menerapkan bentuk dakwah tabligh pada dakwahnya, sehingga diperlukan retorika dengan baik dalam pelaksanaannya supaya pesannya bisa tersampaikan pada masyarakat dan bisa diterapkan pada aktivitas sehari-hari. Data primer yang dijelaskan yaitu berbentuk video Channel Adi Hidayat Official. Penyajiannya menjelaskan mengenai bagaimana retorika dakwah UAH di YouTube. Sebagai pengungkapan retorika dakwah UAH peneliti melakukan analisis video YouTube, pertama yang judulnya “UAH, The Real Pancasila” dan kedua dengan video yang berjudul “Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera” yang membahas tentang “Pancasila”. Sesuai analisisnya tersebut, UAH melakukan penerapan pada berbagai hal yang dijadikan sebagai prinsip retorika (Syahrulloh, 2022).

2. Penerapan Lima Hukum Dasar Retorika

Aristoteles menjelaskan adanya lima hukum dasar untuk membuat sebuah pidato, yang dapat diistilahkan dengan (*The Five Canons of Rhetoric*). Saat berdakwah UAH melakukan beberapa hal diantaranya:

a. Pada video pertama yang berjudul “UAH The Real Pancasila”:

Inventio (penemuan) Kajian yang diterapkan UAH, merupakan bahasan daripada suatu topik yang kemudian dibahas secara mendalam dengan judul yang menarik, judul yang dibuat yaitu “UAH The Real Pancasila”

Disposition (penyusunan) Berisi kalimat salam, menyapa audiens dan pembukaan kalimatnya menjelaskan terkait tema pada ceramah yang dibawakan. Kemudian melakukan penjelasan akan tujuan dan maksud dari tema yang telah disusun (retorika tabligh). Hal tersebut dibuktikan pada satu menit pertama dalam video, kalimat tersebut adalah “Saudara-saudariku sebangsa setanah air hari ini 1 Juni 2021 masehi, saya Adi Hidayat ingin mengajak kepada seluruh lapisan masyarakat Indonesia bangsa Indonesia negara Indonesia untuk kembali mengingat memahami mendalami dan mengamalkan setiap sila yang menyulam lima dasar kebangsaan kita negara kita tumpah darah kita yaitu Pancasila”

Kemudian dilanjutkan dengan pembahasan daripada isi topik pada menit ke 1.30, yang berisi “....kita tidak menginginkan ini (pancasila) hanya sekedar menjadi hafalan semata. ini (pancasila) adalah pokok berbangsa kita dasar kekuatan bernegara kita karena itu mari sekali lagi kita mencoba untuk mengamalkan setiap sila yang menenun pokok kebangsaan kekokohan negara kita ini dan mengaplikasikannya dalam konteks kehidupan berbangsa bernegara bermasyarakat.” Dan “...saatnya kita membangun nilai-nilai kemanusiaan interaksi sosial yang penuh dihiasi dengan kemuliaan adab. Saatnya kita bersatu menjauhi berbagai polarisasi perpecahan perpecahan yang bisa meruntuhkan sendi-sendi keutuhan bernegara dan berbangsa kita.” Pada menit 2.08. Hingga diakhiri dengan salam sebagai penutup ceramah (Badriyah, 2015b).

Elucatio (gaya) Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang bertujuan untuk disebarluaskan di jejaring sosial agar setiap orang yang terlibat dapat memahami isi, diksi, kalimat yang indah dan tepat. Gaya bicaranya yang tegas dan santun serta tertata dengan baik. Hal tersebut bertujuan agar pendengar mudah menerima dan memahami pesan yang disampaikan. Seperti perkataan pada menit ke 1.29, yang berisi “... Ayo kita tidak menginginkan (pancasila) ini hanya sekedar menjadi hafalan semata ini adalah pokok berbangsa kita dasar kekuatan bernegara kita karena itu mari sekali lagi kita mencoba untuk mengamalkan setiap sila yang menenun pokok kebangsaan kekokohan negara kita ini dan mengaplikasikannya dalam konteks kehidupan berbangsa bernegara bermasyarakat di tumpah darah Indonesia yang kita cintai.”

Memoria (memori) UAH mengingat dengan baik topik yang disampaikan dalam ceramahnya dan berulang kali ia menyebutkan topik ceramah “pancasila”, hal tersebut juga didukung dengan UAH yang menyebutkan isi pancasila pada menit ke 1.03.

Pronuntiatio (penyampaian) dalam hal ini UAH menyampaikan ceramahnya dengan intonasi, ekspresi wajah, gerakan tubuh yang beraneka ragam untuk mempertegas makna dari pesan yang ingin disampaikan.

b. Pada video kedua yang berjudul “Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera”:

Inventio (penemuan) Kajian yang diterapkan UAH, merupakan bahasan daripada suatu topik yang kemudian dibahas secara mendalam dengan judul yang menarik, judul yang dibuat yaitu Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera.

Disposition (penyusunan) Pada video kedua pembahasannya lebih bersifat spontan dengan mengajak pedagang bendera untuk mengingat lima sila dari pancasila, dimana apabila mengingat satu sila akan diberikan ratusan ribu uang dan menutup dengan mengetes hafalan surah Al-Quran dengan imbalan berupa sejumlah uang dan menutup videonya. Video kedua, tidak berisi pembukaan maupun penutupan, melainkan hanya UAH yang berpamitan dengan lawan bicaranya.

Elucatio (gaya) Dalam videonya UAH menyampaikan pesannya dengan santai dengan disisipkan humor-humor kecil. Selain itu, bahasa yang disampaikan merupakan bahasa yang mudah dipahami, dan UAH juga tidak segan untuk memberikan pemahaman pada lawan bicaranya agar dapat dimengerti, sebagai contoh ada pada menit ke 2.39-3.00 yang berbunyi “...Setiap 1 silanya seratus ribu. Jadi kalo 5 sila lima ratus ribu...”

“...yang adil dan beradab, wah delapan puluh ribu tuh kurang “dan”

“...kurang “yang” tuh, masih enam puluh ribu tuh”

Memoria (memori) pada video kedua ini UAH tidak menjelaskan topik secara gamblang lawan bicaranya, namun isi percakapannya konsisten membahas pancasila.

Pronuntiatio (penyampaian) UAH menyampaikan pesan dengan intonasi, ekspresi wajah, gerakan tubuh sesuai dengan pesan ingin disampaikan.

3. Penerapan Prinsip Retorika Menurut Aristoteles

Retorika memegang peranan utama pada sebuah dakwah, sehingga UAH menerapkan retorika baik supaya pesannya bisa diterapkan dan diterima masyarakat. Aristoteles menjelaskan ada beberapa prinsip yang bisa diterapkan dalam memberikan pengaruh kepada seseorang ketika berpidato yakni pathos, ethos serta logis (Effendi, 2008). Di bawah merupakan tinjauan retorika persuasif UAH sesuai logis, ethos, dan pathos:

a. Pada video pertama yang berjudul “UAH The Real Pancasila”:

Ethos (suatu sikap pembicara untuk meyakinkan pendengar) UAH adalah pembicara yang berusaha memberikan keyakinan kepada penontonnya jika isi yang dijelaskan itu benar,

wawasannya harus luas agar bisa membuat pendengarnya tidak ragu dalam mempercayai kebenarannya. Seperti pada isi video menit ke 3.39-3.49 yang berbunyi “Saya InsyaAllah akan turut langsung berpartisipasi untuk membangun kembali merenovasi dengan lebih baik dan hari ini pula kita akan berkoordinasi”.

Pathos (gaya penyampaian pada audiens) Gaya penyampaian ceramah UAH dikemas dengan pesan yang mengajak pendengarnya untuk seolah-olah mengalami peristiwa yang diceritakan lalu ia menasehati pendengarnya sesuai dengan konteks yang sedang dibicarakan. Hal tersebut tergambar pada menit ke 3, yang berbunyi “...hari ini, kita mendapat berita bahwa ada nenek Minah yang beralamat di kampung munjang di kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten yang sudah 10 tahun beliau tinggal di rumah yang jauh dari kata sederhana. Bahkan dalam keadaan yang sangat sulit bocor dimana-mana wc-nya tidak kondusif dan beliau hanya tidur di dipan-dipan rumahnya. InsyaAllah kami mendengar bahwa beliau diinisiasi oleh masyarakat untuk bisa merenovasinya memperbaiki dan menggalang donasi.”

Logos (prinsip retorika agar dekat dengan pendengar melalui rasionalitas pemikirannya) Pada hal ini pembicara mendapat tuntutan agar bisa meyakini pendengarnya melalui perkataan yang logis dan memberikan bukti yang akurat (Wulandari, 2013). Untuk ini dalam menyampaikan suatu ajakan diselingi dengan do’a yang memberi pendekatan pada keagamaan. Hal tersebut sesuai dengan isi video pada menit ke 4, yang berbunyi “Hari ini kita selesaikan tidak boleh ada satupun warga negara Indonesia yang tinggal di negara pancasila, yang tidak mendapatkan perhatian, yang tidak mendapatkan keadilan, dan tidak mendapatkan sifat berbagi kita semua, InsyaAllah mudah-mudahan Allah rahmati kita semua, sayangi kita semua...”

b. Pada video kedua yang berjudul “Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera”:

Ethos (suatu sikap pembicara untuk meyakinkan pendengar) dalam meyakinkan penontonnya UAH berinteraksi dengan memberi tantangan kepada pedagang bendera untuk menghafal pancasila dengan sempurna, namun sebelum itu, UAH terlebih dahulu mengajari bahkan membimbing pedagang bendera untuk dapat mengikuti tantangan tersebut, yakni dengan menghafal isi pancasila dengan sempurna (Yaqin, 2018).

Pathos (gaya penyampaian pada audiens) pada video kedua, UAH nampak menyampaikan materinya dengan mencontohkan perilaku yang baik kepada orang lain, materi yang disampaikan tidaklah langsung *to the poin* terhadap tema pembahasan, namun berupa perilaku yang menunjukkan persamaan dengan tema, yaitu berkaitan dengan pancasila. Gaya yang disampaikan kepada pedagang bendera, UAH menyampaikannya dengan sabar, sepanjang video, nampak UAH mampu membimbing pedagang bendera untuk menghafal isi pancasila dengan baik, hal tersebut tentunya dilakukan dengan menggunakan bahasa yang baik, santun, dan mudah dimengerti (Wandira & Pujiningsih, 2024).

Logos (prinsip retorika agar dekat dengan pendengar melalui rasionalitas pemikirannya) dalam pendekatannya, UAH tidaklah langsung memberi tantangan kepada pedagang bendera, melainkan UAH memulainya dengan alasan ingin membeli satu bendera tersebut, dan pedagang segan untuk berhenti dan berinteraksi kepada UAH, disinilah kesempatan UAH untuk berinteraksi dan memberi tantangan kepada pedagang bendera.

4. Aplikasi Retorika dalam Dakwah UAH

Kemampuan *public speaking* atau retorika pada dakwah begitu diperlukan supaya pesannya bisa disampaikan secara langsung untuk pendengarnya, meskipun dakwah menggunakan metode ceramah yang dinilai konvensional namun metode tersebut tidak bisa digantikan oleh metode lainnya (Ridwan, 2013). Ceramah UAH sudah menggunakan teori retorika misalnya sesuai yang telah dijelaskan, kemudian UAH juga sudah memberikan rumusan pada suatu hal sebagai persiapan dan penyusunan.

Pertama, melakukan pemilihan tujuan dan topik. Berdasarkan pada analisis penulis, topik yang diperoleh oleh UAH memiliki sumber dari fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat. Selanjutnya melakukan perumusan judul dengan baik yang disesuaikan pada teorinya, yakni : judulnya harus sesuai, singkat dan tidak provokatif. Kemudian melakukan penentuan tujuan, pada ceramah UAH telah disesuaikan pada tujuannya yakni memiliki sifat yang rekreatif, persuasif dan informatif(Wulandari, 2018b).

Kedua, melakukan pengembangan bahasa, ini dilakukan supaya topik yang dijelaskan bisa menjadi jelas dan bisa dimengerti oleh pendengarnya, dan memberikan tambahan pada daya tarik. Hasil analisis yang didapatkan yaitu pada ceramah UAH melakukan penerapan pengembangan bahasa pada contoh, penjelasan, analogi, dan perulangan.

Ketiga, cara memulai dan mengakhiri pidato. Bagian utama pada sebuah pidato yaitu bagian pembuka dan penutupnya. Dalam bagian pembuka ceramah UAH, di isi menggunakan salam dan pembacaan ayat Al-Qur'an yang berhubungan pada tema, serta pembukaannya menggunakan kalimat sesuai pada tema yang digunakan. Aristoteles menjelaskan, pendahuluan bisa digunakan sebagai bahan yang menarik perhatian masyarakat, menjelaskan tujuan dan menumbuhkan kredibilitas (Effendy, 2013). Selanjutnya terdapat kata humor supaya bisa mendapatkan perhatian dari pendengarnya. Dan melakukan penjelasan pada tujuan dan maksud yang sudah ditentukan.

Gaya bahasa adalah sebuah kesusastraan yang bisa dipelajari oleh pembicara untuk dilakukan. Hasil analisis penulis, dalam ceramah UAH di video pertama terdapat empat gaya bahasa Asosiasi atau Perumpaan, Metafora, dan Personifikasi, Eufemisme. Sedangkan di video kedua gaya bahasa yang digunakan adalah Eufemisme dan Koreksio.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan analisis ini, yang merujuk pada rumusan masalah penelitian, peneliti dapat menyimpulkan UAH menyampaikan dakwah dengan retorika tabligh

dalam video “UAH, The Real Pancasila” dan kedua dengan video yang berjudul “Singkat..... UAH Mengajar Pancasila Ke Pedagang Bendera yang sama-sama membahas tentang “Pancasila”. Aristoteles mengistilahkan bahwa retorika memiliki lima dasar hukum sebagai penyusunan pidato (*The Five Canons of Rhetoric*) dimana UAH sudah melaksanakan *inventio* (penemuan), *dispositio* (penyusunan), *elucatio* (gaya), *memorial* (memori) dan *pronuntiatio* (penyampaian). UAH juga sudah melaksanakan penerapan prinsip retorika menurut Aristoteles yaitu *ethos*, *pathos* dan *logos*. Retorika ceramah UAH tercermin dari adanya pemilihan topik, tujuan, adanya pengembangan bahasan dan terdapat pembukaan serta penutupan pidato. Sedangkan gaya bahasa dalam ceramah UAH terdapat gaya bahasa asosiasi atau perumpamaan, metafora, dan personifikasi, eufemisme dan koreksio.

Simpulan

- Abdillah, A. W. (2021). Analisis gaya retorika pada news anchor dalam program acara indonesia morning show di channel youtube indonesia morning show(ims) net. tv. *Skripsi Dakwah IAIN Purwokerto*.
- Adi Hidayat Team. (2019). *Adi Hidayat Official*.
<https://www.youtube.com/@AdiHidayatOfficial/about>
- ALFIA, N. N. (2023). *ANALISIS STRATEGI RETORIKA (DISPOSITIO) PADA STAND UP COMEDY INDRA JEGEL*. repo.stkipgri-bkl.ac.id. <http://repo.stkipgri-bkl.ac.id/2943/>
- Ani, L. P., Rohman, F., & Fajar, M. S. (2022). STRATEGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN RETORIKA DAKWAH SANTRI DI PONDOK PESANTREN BABUL HIKMAH KALIANDA LAMPUNG *DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI*.
- Arni, N. A. (2021). *Strategi Pesan pada Iklan Nodeflux Pengembang Teknologi Artificial Intelligence dalam Membangun Brand image Perusahaan (Studi Retorika Visual pada Iklan repository.ub.ac.id*.
<http://repository.ub.ac.id/186796/>
- Azkiya, D. V. (2022). *Pengguna Youtube India Terbesar di Dunia, Indonesia Urutan Berapa?* Databox.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/12/pengguna-youtube-india-terbesar-di-dunia-indonesia-urutan-berapa#:~:text=Sementa>
- Badriyah, F. N. (2015a). Strategi Retorika dalam Penyampaian Materi Pelajaran. *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*.
- Badriyah, F. N. (2015b). *STRATEGI RETORIKA DALAM PENYAMPAIAN MATERI PELAJARAN (Studi Deskriptif pada Pengampu Kelompok Musyawarah III Marhalah II Madrasah Diniyah digilib.uin-suka.ac.id*. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/19620>
- Dhanik Sulistyarini, S.Sos., Mc., & Dr. Anna Gustina Zainal, M. Si. (2018). Buku Ajar Retorika. In CV. AA. Rizky (Vol. 51, Issue 1).
- Effendi, M. (2008). *Diksi dan Gaya Bahasa Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Renaha Risda Karya.
- Faradina, A. D., Faizah, U., & Santoso, S. D. (2023). Strategi Retorika Wacana Humor Stand Up Comedy Indonesia Season X Kompas TV. *SURYA BAHTERA*.
- hafied. (2020). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Vol. 1, Issue komunikasi). Raja Grafindo Persada.
- Hardyantoro, S. (2013). *STRATEGI PENYAMPAIAN PESAN KRITIK SOSIAL PADA RETORIKA DALANG WAYANG KULIT DALAM PERGELARAN WAYANG KULIT (Studi academia.edu*.
https://www.academia.edu/download/31270265/jurnal_Surya_Hardyantoro-0811220142.pdf

- Ibrahim, S. (2021). *STRATEGI PELATIHAN RETORIKA DAKWAH DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERPIDATO SANTRI PONDOK PESANTREN MODERN MAKKAH KARTA repository.radenintan.ac.id. http://repository.radenintan.ac.id/15905/*
- Jalaluddin Rakhmat. (1999). *Psikologi Komunikasi*.
- Khiyaroh, I. (2018). DAKWAH ALA ANWAR ZAHID : MENJINAKKAN ISLAM NORMATIF MENJADI ISLAM LOKAL Pandangan Kritis Terhadap Pola Dakwah yang Disampaikan Anwar Zahid di Beberapa Video Youtube-nya. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 81–89.
- McCormack, K. C. (2014). Ethos, Pathos, and Logos: The Benefits of Aristotelian Rhetoric in the Courtroom. *Washington University Jurisprudence Review*, 7(1), 131–155.
- Mozefani, F., Prisanto, G. F., Ernungtyas, N. F., & Irwansyah. (2020). Retorika Politik Susilo Bambang Yudhoyono : Pendekatan Political Retorics of Susilo Bambang Yudhoyono : Approach Critical Discourse Analysis. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, III(I), 45–68.
- Muchlisin, R. (2019). *Pengertian, Fungsi, Jenis dan Strategi Retorika*.
- Munabari, F. (2019). Mendamaikan syariah & NKRI: strategi mobilisasi dan retorika gerakan Islam revivalis Forum Umat Islam (FUI). (No Title). <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130287351520365722>
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah. *AL MUNIR Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59.
- Paksi, H. P., Istianah, F., Rahmawati, I., & ... (2024). Strategi Pembelajaran Podcast Untuk Meningkatkan Kemampuan Retorika Mahasiswa. ... *Dasar: Jurnal Kajian https://journal.unesa.ac.id/index.php/PD/article/view/29458*
- Ridwan, A. (2013). *Filsafat Komunikasi*. Pustaka Setia.
- Riswanti, D. E. (n.d.). *STRATEGI RETORIKA TUTUR BERBAHASA MADURA PENGALANG AMAL MASJID DI KECAMATAN BANYUANYAR, KABUPATEN PROBOLINGGO*.
- Said, N. Muh. (2013). Metode Penelitian Dakwah. In N. Muliawati (Ed.), *Alauddin University Press, Makassar (Pertama)*.
- Saleh, I. (n.d.). *STRATEGI PELATIHAN RETORIKA DAKWAH. Ibrahim Saleh*.
- Suhandang, K. (2009). Retorika: strategi teknik dan taktik pidato. *Bandung: Nuansa*.
- Syahrulloh, A. (2022). *Strategi Retorika Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di Media Digital. repository.uinbanten.ac.id. http://repository.uinbanten.ac.id/id/eprint/10162*
- UAH Goes To USA - Ustadz Adi Hidayat. (n.d.). Retrieved March 1, 2023, from <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=DAHVqV3SRME>
- Umro'atin, Y. (2020). *Dakwah Dalam Al-Qur'an (4th ed.)*. Jakad Media Publishing.
- Wandira, L. A. P., & Pujiningsih, S. (2024). Strategi Retorika Naratif Laporan Keberlanjutan Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Akademi Akuntansi. https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa/article/view/28842*
- Wibowo, A. (2020). Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 02(2), 179–198.
- Wulandari, A. L. (2013). *Strategi Retorika Pembawa Acara Dalam Indonesia Lawyers Club di Tv One*.
- Wulandari, A. L. (2018a). Strategi Retorika Verbal dan Non Verbal Karni Ilyas dalam Acara Indonesian Lawyers Club” dalam Transformatika: Jurnal Bahasa. *Sastra Dan Pengajarannya*.
- Wulandari, A. L. (2018b). Strategi Retorika Verbal dan Nonverbal Karni Ilyas dalam Acara Indonesia Lawyers Club. *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=848753&val=10054&title=Strateg*

i%20Retorika%20Verbal%20dan%20Nonverbal%20Karni%20Ilyas%20dalam%20Acara%20Indonesia%20Lawyers%20Club

Wulandari, A. L. (2018c). *Strategi Retorika Verbal dan Nonverbal Karni Ilyas dalam Acara Indonesia Lawyers Club*. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 2

Yaqin, L. N. (2018). Analisis Invensi Strategi Retorika Hj. Wartiah. *Jurnal Ilmiah Rinjani*. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1300849&val=17522&title=ANALISIS%20INVENSI%20STRATEGI%20RETORIKA%20HJ%20WARTIAH>