

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam dan dakwah adalah dua hal yang tak terpisahkan. Islam tidak akan mungkin maju dan berkembang bersyi'ar dan bersinar tanpa adanya upaya dakwah. Semakin gencar upaya dakwah dilaksanakan semakin bersyi'arlah ajaran Islam, semakin kendor upaya dakwah semakin redup pulalah cahaya Islam dalam masyarakat. Karena itu dalam Al-Qur'an menyebutkan bahwa dakwah menempati posisi yang paling tinggi dan mulia dalam berkembangnya agama Islam. Tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan (Sunarto, 2014:88).

Dakwah pada hakikatnya adalah untuk mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan dalam mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasulnya. Berdakwah dengan melaksanakan *amar ma'ruf nahi mungkar*, adalah salah satu kewajiban setiap muslim dimanapun mereka berada menurut kemampuannya dan juga merupakan kewajiban umat secara keseluruhan (Abdurrahman, 2020:221).

Dalam penyampaian dakwah itu sendiri dibutuhkan teknik-teknik yang mampu memberikan pengaruh efektif kepada khalayak, karenanya untuk mentransformasikan materi dakwah hendaknya seorang Da'i memiliki dan menguasai Ilmu Retorika. Dengan penguasaan retorika yang baik, ini akan mampu membantu *da'i* dalam mengolah pesannya dengan baik, menyusun kata-kata untuk berdakwah dengan bagus dan terperinci, sehingga membuat dakwah lebih bisa dinikmati dan mad'u mampu memahami pesan dakwah tersebut dengan baik.

Namun masih banyak pendakwah yang kurang memperhatikan kaidah retorika, sehingga gaya bahasa kurang menarik isi pesan dakwah terdengar monoton, belum tepat sasaran dan belum sesuai dengan mad'u, sehingga mad'u tidak menyerap pesan dakwah yang telah disampaikan oleh da'i tersebut.

Oleh karena itu retorika harus dipelajari bagi siapa pun yang ingin menggunakan bahasa yang baik untuk tujuan tertentu, agar bisa merebut jiwa mad'u, sebab jika apa yang disampaikan tidak dipahami dan tidak dianggap penting ataupun tidak mampu menarik perhatian mad'u tentulah yang kita sampaikan akan kurang bermanfaat.

Dalam teori retorika Cicero berpendapat bahwa efektivitas persuasi lebih menekankan pada cara-cara apa saja yang dapat dilakukan oleh komunikator agar proses penyampaian pesan-pesan yang ada di dalam retorika yang dijalankannya bisa berlangsung dengan efektif dengan mencakup dua tahap, yakni: *Investio* mencari bahan-bahan materi untuk disampaikan dengan menampilkan tanggung jawab sebagai orator yang menjurus pada usaha untuk mendidik, membangkitkan kepercayaan, dan menggerakkan perasaan, dan *Ordo Collacatio* (penyusunan pidato), mengolah kata-kata tentang aspek-aspek tertentu berdasarkan pilihan yang terpenting dan yang kurang penting, pada tahap *Ordo Collocatio* ini, secara sistematis tersusun antara lain: *Exordium* (Pendahuluan), *Narratio* (pemaparan), *Conformatio* (Peneguhan), *Reputatio* (Pertimbangan), dan *Peroratio* (penutup).

Lalu dalam terminologi seni berbicara, teori semiotika sangat penting karena sistem bahasa atau retorika dalam menyampaikan isi pesan merupakan tanda, sehingga dalam ilmu retorika, seni berbicara yang disajikan bukan seni biasa tetapi seni yang menggambarkan isi pesan tersebut bisa sampai kedalam hati khalayak yang mendengarkan dengan penanda dan petanda. Pendekatan semiotika merupakan sebuah pendekatan yang memiliki sistem sendiri, berupa sistem tanda. Tanda itu dalam ilmu retorika menyampaikan isi pesan kepada khalayak diberikan dalam bentuk gaya bahasa, gaya berbicara, gaya gerak, dan performance (Rania, 2021: 4).

Menurut teori semiotika Roland Barthes mengembangkan dua tingkatan penandaan yaitu tingkatan konotasi dan denotasi. Denotasi adalah tingkatan tanda yang menggambarkan hubungan antara tanda dan penanda, atau antara tanda dan acuannya pada realitas, yang menghasilkan makna tertentu. Makna denotasi dalam hal ini adalah makna dari apa yang dilihat. Konotasi adalah

tingkat penandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda dimana makna tidak langsung dan tidak pasti beroperasi dan rumusan lain menyebutkan bahwa *myth* (mitos) dalam pemahaman semiotika Barthes adalah pengodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah (natural). Dengan demikian, Roland Barthes menempatkan *myth* (mitos) sebagai makna terdalam dan lebih bersifat konvensional (Dadan Rusmana, 2014: 202).

Saat ini, media dakwah pun berkembang mengikuti zaman yang canggih, banyak sekali pendakwah yang memodifikasi metode dakwahnya seperti televisi, radio, bahkan di media sosial yang kita gunakan salah satunya Youtube. Youtube juga telah menjadi fenomena mendunia. Berdasarkan fenomena tersebut, dimanfaatkan sebagai media dakwah umat muslim untuk menyampaikan kajian-kajian islamiyah melalui video ceramahnya yang direkam menggunakan camera, kemudian diunggah.

Namun berdakwah di youtube bukan hanya mengunggah video saja. Berdakwah di youtube seorang da'i juga harus memperhatikan dalam hal penampilannya seperti menggunakan pakaian yang sopan. Karena pakaian merupakan identitas untuk memberikan suatu kepercayaan kepada mad'u dan berpotensi dalam meningkatkan daya persuasif.

Disamping itu, dalam mengkaji tema-tema Islam di youtube hendaknya da'i melihat fenomena yang berkembang ditengah masyarakat. Fenomena kekinian yang terjadi bisa menjadi informasi menarik bagi audiens untuk membangkitkan pemahaman dan pengalaman keagamaan objek dakwah.

Dari sekian banyaknya da'i-da'i yang berdakwah melalui media sosial, Ustadzah Haneen Akira berbeda dari da'i lainnya. Ia memilih tema-tema yang kekinian. Video-video dakwah Haneen Akira kerap kali membahas tema-tema yang dibutuhkan anak muda, seperti tentang hijrah, rezeki, jodoh, bullying, super baper, kelas cinta, dan masih banyak lagi. Kata-kata yang digunakannya sangat kekinian dan mudah ditangkap anak muda. Ia memiliki akun youtube dengan 131K subscriber dengan 139 video dan akun Instagram dengan 638Rb pengikut (Data ini diambil pada tanggal 24 Desember 2021).

Ustadzah Haneen Akira, Lc atau yang akrab disapa Teh Haneen atau Ummi Haneen adalah seorang pendakwah dan motivator asal Indonesia. Beliau merupakan istri dari Ustadz Hanan Attaki yang sama-sama seorang pendakwah. Ustadzah Haneen Akira pendakwah yang memiliki kepribadian sederhana, ramah kepada masyarakat dan selalu tampil prima.

Ustadzah Haneen Akira, memiliki retorika yang baik dan dapat menyentuh emosional khalayak. Hal ini ditandai dari karakteristik dalam penyampaian dakwahnya lembut, ceramahnya yang ringan dengan gayanya yang tidak berlebihan namun tepat pada porsinya. Penampilannya yang casual, pemilihan kata dan kalimatnya yang disesuaikan dengan segmentasi dakwahnya yakni anak muda, dan suaranya ketika tilawah sangat menyentuh hati pendengar menambah keunikan ceramahnya.

Disamping itu, model ceramah yang ia gunakan tidak hanya berisi materi saja, ia juga bercerita mengenai pengalaman pribadinya, mengambil kisah teladan para sahabat nabi, dan memadukannya dengan keadaan saat ini. Model yang seperti ini banyak diminati anak muda zaman sekarang karena terkesan tidak menggurui tapi pesan yang ingin disampaikan tercapai. Menjadikan para pengikunya kagum dan dapat memudahkan mereka dalam menerima pesan dakwahnya seperti pengakuan penonton youtube Ustadzah Haneen Akira *“pembahasannya pas banget, relate. Penyampaiannya lembut bgt jadi kaya dinasehatin, diceritain bukan “diceramahin”*”. Cuplikan-cuplikan dakwah Ustadzah Haneen Akira sering kali dibagikan ulang oleh pengikutnya di berbagai platform media sosial (nazhifa, 2020: 42).

Dalam cara penyampaian dakwahnya Haneen Akira juga mendapat komentar dari salah satu pendakwah Indonesia yaitu Ustadzah Oki Setiana Dewi. Dalam video di akun channel youtubanya menurut Ustadzah Oki *“dakwah Umi Haneen terkenal menggrepe anak-anak muda, dan kalau umi haneen banyak memegang banyak muslimah nih yang paling urgent yang disampaikan oleh para muslimah ini apa umi?” “self love” “oh lucu banget lucu ya engga terfikir loh”*

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini khususnya pada retorika ceramah Ustadzah Haneen Akira yang berbeda dengan penceramah lain. Dan agar ceramah yang disampaikan dapat dipercaya serta lebih persuasif maka penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian teori Cicero yaitu pembicara perlu mempertimbangkan *Exordium* (pendahuluan), *Narratio* (pemaparan), *Conformatio* (peneguhan), *Reputatio* (pertimbangan), dan *Peroratio* (penutup). Dengan latar belakang di atas maka perlu dilakukan penelitian mengenai **Analisis Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira di dalam video youtube “Aku Hampir Menyerah” (Studi Retorika Cicero).**

B. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalahnya yaitu:

1. Masih banyak *da'i* yang kurang memperhatikan kaidah retorika.
2. *Da'i* berdakwah di Youtube harus memperhatikan dalam hal penampilannya.
3. *Da'i* berdakwah di Youtube harus memilih tema yang tepat.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan agar tidak terlalu meluas dan menyimpang dari masalah yang telah ditentukan. Untuk mencapai tujuan yang jelas dalam suatu penelitian, perlu dilakukan pembatasan masalah. Penulis membatasi masalah ini dengan memfokuskan masalah yakni mengenai analisis retorika dakwah Ustadzah Haneen Akira di video youtube “Aku Hampir Menyerah” Dengan pendekatan cicero di tinjau dari *Ordo Collocatio-* (*Exordium*, *Narratio*, *Conformatio*, *Reputatio* dan *Peroratio*).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana retorika dakwah Ustadzah Haneen Akira di dalam video youtube “Aku Hampir Menyerah” dengan pendekatan Cicero di tinjau dari *ordo collocatio*?
2. Bagaimana retorika dakwah Ustadzah Haneen Akira di dalam video youtube “Aku Hampir Menyerah” pendekatan kajian semiotika Roland Barthes?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas maka ada beberapa tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui retorika dakwah Ustadzah Haneen Akira di dalam video youtube “Aku Hampir Menyerah” dengan pendekatan Cicero di tinjau dari *ordo collocatio*.
2. Untuk mengetahui retorika dakwah Ustadzah Haneen Akira di dalam video youtube “Aku Hampir Menyerah” pendekatan kajian semiotika Roland Barthes.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun terdapat manfaat penelitian dibagi dalam dua aspek yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Kegunaan Teoritis

a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan teoritis terkait kajian di bidang komunikasi dakwah pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah dan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

b. Da'i

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan masukan baru bagi para aktivis dan akademis dalam perkembangan dakwah dengan menjadikan sosial media Youtube sebagai media dakwah.

c. Tokoh Agama

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan pada khalayak media terutama tokoh agama tentang retorika dalam berdakwah.

2. Kegunaan Praktis

a. Jurusan KPI

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan, pedoman, rujukan dan menambah wawasan bagi para pengambil kebijakan di bidang pendidikan dan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

b. Lembaga Dakwah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan rujukan bagi para pembuat program di bidang dakwah.

c. Organisasi Keagamaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan, pedoman, rujukan, dan menambah wawasan bagi Organisasi Keagamaan.

