

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam perkembangannya, retorika dikenal sebagai seni *public speaking* atau presentasi untuk menciptakan memori yang diinginkan. Menurut *Encyclopedia Britannica*, retorika adalah penggunaan seni bahasa untuk menciptakan kenangan atau kesan yang diinginkan pendengar dan pembaca. Retorika mempunyai peranan penting dalam kepemimpinan. Retorika sebagai ilmu untuk membuat, menata dan menampilkan tutur kata yang persuasif relevansi yang tinggi.²

Retorika adalah seni atau gaya yang digunakan seseorang dalam menyampaikan materi.³ Tak kalah pentingnya bagi para khatib untuk menggunakan retorika dalam menyampaikan ajaran Islam. Materi harus dikemas dengan baik, agar informasi yang ingin disampaikan sampai ke hati pendengarnya.⁴ Pada dasarnya retorika dakwah bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah melalui media lisan, mendorong *mad'u* untuk mengikuti ajaran agama. Saat ini banyak da'i yang tidak bisa memikat perhatian para pendengar atau *mad'u*, hal tersebut disebabkan karena kurangnya kelincahan beretorika. Sangat penting bagi da'i atau mubalig ilmu

² Lia Tri Desi, 2018. Analisis Resepsi Praktikan Broadcast Prodi KPI IAIN Jember Terhadap Program Praktik Lapangan (PPL). (Skripsi S1 Fakultas Dakwah IAIN Jember).

³ Muhammad Hamdani Hidayat, "Retorika Dakwah Agus Muhammad Iqdam Dalam Upaya Meningkatkan Religiusitas Jamaah Majelis Taklim Sabilu Taubah Desa Karanggayam Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar" (Phd Thesis, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2022), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/55779/>.

⁴ Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, "Kajian retorika untuk pengembangan pengetahuan dan ketrampilan berpidato," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2015): 70–84.

retorika agar pendengar dapat mencerna pesan ceramah yang disampaikan oleh da'i. Perkuliahan terdengar membosankan jika menggunakan bahasa baku dalam perkuliahan.⁵ Dakwah harus dikomunikasikan dengan cara yang menarik dan harus mampu membuat masyarakat mau mendengarkan. Setiap muslim mempunyai kewajiban untuk berdakwah, apalagi kita sebagai mahasiswa Fakultas Dakwah dimana kita harus bisa menyeru kebaikan dan mencegah keburukan, sebagaimana firman Allah SWT:

الْمُفْلِحُونَ هُمْ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ الْبِرَّ وَمَنْعَهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَأْمُرُونَ الْحَيَرَ إِلَىٰ يَدْعُونَ أُمَّةً مِّنْكُمْ وَلَتُكُنَّ

Terjemahnya: Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.(Q.S Ali-Imran : 104).⁶

Pada ayat di atas, Allah memerintahkan orang mukmin untuk mengajak manusia kepada kebaikan yaitu Agama Islam, menyuruh melakukan sesuatu yang baik, dan mencegah perbuatan buruk. Seseorang yang melakukan perbuatan baik dan tidak melakukan sesuatu yang buruk adalah termasuk orang yang berhasil memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Transformasi ajaran Islam (Dakwah) di sini berarti upaya mewujudkan sistem Islam sesuai dengan kebutuhan dan masalah-masalah yang berkembang di masyarakat.⁷

⁵ Moh Lukman Hakim, "Manajemen dakwah pesantren berbasis daring: studi pada kanal youtube alamienty," *LENTERA*, 2020, 67.

⁶ Al-Qur'an Surah Al-Imron: 104

⁷ Abdul Choliq, Dakwah Melalui Media Sosial Facebook, *Jurnal Dakwah Tabligh*, Volume.16 No.2 (2018): 170

Dengan kata lain, transformasi Islam meniscayakan upaya kontekstualisasi Islam dalam dinamika kehidupan umat manusia dengan ragam strategi dan bentuk-bentuk kegiatan dakwah yang relevan. Aktivitas serta proses dakwah yang berlangsung secara terus menerus ini dapat dilakukan baik oleh individu ataupun kelompok dengan mengambil beragam bentuk.⁸ Stuart Hall menjelaskan analisis resepsi yaitu bagaimana proses pendekodean penonton berlangsung di dalam media. Ia melihat seseorang melakukan pendekodean terhadap pesan melalui tiga sudut pandang yaitu posisi pembacaan dominan (*dominant-hegemonic position*), pembacaan yang dinegoisasikan (*negotiated code/position*), dan pembacaan oposisi (*oppositional code/position*).⁹

Dalam era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi platform utama dalam menyebarkan berbagai jenis informasi, termasuk pesan-pesan dakwah. YouTube, sebagai salah satu platform video terbesar, menawarkan peluang yang luas bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas dan beragam. Gus Iqdam, seorang dai yang aktif berdakwah melalui channel "Gus Iqdam Official" di YouTube, telah memanfaatkan media ini untuk menyebarkan ajaran Islam dengan menggunakan berbagai teknik retorika. Namun, cara khalayak menerima dan menginterpretasikan pesan-pesan dakwah ini masih menjadi

⁸ Gusli Bambang Irawan dan Anwar Radiamoda, "Prophetic Communication: Implementation of Da'i Da'wah Strategies in The Millennial Era," *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah* 5, no. 2 (2023): 249–61.

⁹ Febrian, *Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang Terhadap Tayangan Iklan Televisi Layanan SMS Premium Versi Ramalan Paranormal*. THE MESSENGER IV, No.1 (Juli 2012) 53

pertanyaan yang menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks komunikasi massa di era digital.

Dari sudut pandang komunikasi, penting untuk memahami bagaimana pesan dakwah dikemas dan disampaikan agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Teori *Encoding/Decoding* Stuart Hall menawarkan kerangka kerja yang relevan untuk menganalisis proses ini. Menurut Hall, proses komunikasi tidak hanya terdiri dari pengiriman pesan (*encoding*) oleh pengirim, tetapi juga penerimaan dan interpretasi pesan (*decoding*) oleh penerima. Dalam konteks dakwah Gus Iqdam, bagaimana pesan-pesan ini dikodekan dan bagaimana audiens menafsirkannya sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi mereka. Penelitian ini berusaha untuk menggali lebih dalam mengenai dinamika ini, melihat bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi resepsi khalayak terhadap retorika dakwah yang disampaikan.

Peneliti melihat bahwa komunikasi dakwah di era digital memiliki tantangan dan peluang tersendiri. Tantangan terbesar adalah bagaimana memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya dapat menjangkau khalayak yang luas, tetapi juga dapat dipahami dan diterima dengan baik. Peluangnya terletak pada kemampuan untuk menggunakan teknologi dan media baru untuk menciptakan interaksi yang lebih dinamis dan mendalam antara pendakwah dan audiens. Dengan menganalisis resepsi khalayak terhadap retorika dakwah Gus Iqdam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana strategi komunikasi yang

efektif dapat dikembangkan dalam konteks dakwah digital, serta bagaimana pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan dengan cara yang lebih inklusif dan relevan bagi masyarakat modern.

Perkembangan teori resepsi terus mengalami peningkatan dari mulai berfokus pada keberadaan serta peranan pembaca terhadap suatu karya sampai pada pengaplikasian dalam bentuk yang lebih luas yaitu dapat digunakan dalam sebuah penelitian sebagai suatu pendekatan pada sebuah karya yang mengambil dari sudut pandang pembaca.

Tidak banyak dari seorang penceramah yang dapat membuat *mad'u* terkesima akan dakwahnya dan dari beberapa penceramah yang dapat membuat para pendengarnya atau *mad'u* terkesan dengan gaya dakwah saat ceramah salah satunya adalah Gus Iqdam.¹⁰ Dakwah yang ia sampaikan terkenal santai, apa adanya dan tidak bertele-tele. Gus Iqdam mampu mengemas suatu larangan dalam agama Islam menjadi sebuah motivasi seseorang untuk berubah menjadi lebih baik. Sehingga banyak masyarakat yang merasa senang dengan cara dakwahnya.

Dalam berdakwah Gus Iqdam selalu memberikan humor dan cletukan-cletukan yang menyenangkan jamaahnya. Sering kali nilai-nilai Islam yang menjadi pesan dakwahnya ia selipkan melalui cletukan-cletukan humor tersebut. Supaya cletukan humor yang ia berikan dapat langsung direfleksikan oleh jamaahnya. Ia juga menyesuaikan cletukan tersebut dengan

¹⁰ Nila Ulinuha Zumaida dan Ahmad Nurcholis, "Dakwah Virtual Gus Miftah Dalam Membangun Ukhuwah Islamiyah Di Era Pemerintahan Jokowi Periode 2019-2021," *MAWA IZH JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN* 12, no. 2 (2021): 180–205.

keadaan di masyarakat. Melalui cara ini Gus Iqdam mampu membuat orang merasa terkesan dengan dakwahnya. Tidak jarang pula ditemukan jamaah yang tertawa terbahak-bahak karena humor yang disampaikan oleh Gus Iqdam.¹¹

Bagi Gus Iqdam tidak selamanya nilai-nilai Islam disampaikan dengan cara yang serius. Semua tetap menyesuaikan bagaimana keadaan masyarakat yang menjadi mitra dakwahnya. Nilai-nilai Islam dapat disampaikan dengan cara yang santai namun tetap tegas dan lugas. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak menjadi salah paham yang akhirnya menyepelkan. Oleh karena itu dakwah Gus Iqdam terkesan tidak kaku, tidak pula terkesan menggurui, justru terlihat begitu bersahabat dengan jamaah.¹² Sebagai seorang da'i keturunan Jawa sekaligus memiliki jamaah dengan kultur yang sama, Gus Iqdam saat berdakwah sering kali menggunakan bahasa Jawa Krama yang bercorak Jawa Timur. Tentu hal tersebut menambah ciri khas yang melekat pada diri Gus Iqdam sebagai da'i masa kini. Azhar Arsyad mengatakan media adalah manusia, materi atau kejadian yang membangun kondisi, yang menyebabkan siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap. Seperti halnya Youtube, Youtube merupakan layanan video berbagi yang disediakan oleh Google bagi para

¹¹ Muhammad Hamdani Hidayat, Retorika Dakwah Gus Iqdam Dalam Upaya Meningkatkan Religius Jama'ah Majelis Ta'lim Gus Iqdam Desa Karanggayam Kec,Srengat Kab, Blitar, (Tesis S2 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Jogja)

¹² Arif Dharma Prasetyo, 2019. Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui Story Telling, (Skripsi S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya).

penggunanya untuk memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis yang ditonton oleh ribuan orang setiap harinya.¹³

Dari penjabaran konteks penelitian di atas, peneliti ingin mengamati tentang Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Retorika Dakwah Gus Iqdam di Media Youtube.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana retorika dakwah Gus Iqdam di media YouTube pada channel Gus Iqdam Official yang mulai viral sejak tahun 2023?
2. Bagaimana resepsi khalayak terhadap retorika dakwah Gus Iqdam?
3. Bagaimana khalayak merespons dan menginterpretasikan pesan dakwah Gus Iqdam di media YouTube pada Chanel Gus Iqdam Official?



C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui retorika dakwah Gus Iqdam di media YouTube pada channel Gus Iqdam Official yang mulai viral sejak tahun 2023.
2. Untuk menganalisis bagaimana pandangan serta pemahaman khalayak terhadap retorika dakwah Gus Iqdam.

¹³ Nofia Nur Diana, 2019. Retorika Dakwah Ustad Muhammad Azmi Dalam Kajian Kontemporer di Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya, (Skripsi S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya).

3. Untuk meneliti dan memahami bagaimana khalayak merespons dan menginterpretasikan pesan dakwah Gus Iqdam di media YouTube pada channel Gus Iqdam Official.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat atau kegunaan dalam bentuk sumbangsih bangunan keilmuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

- a. Memberikan sumbangsih pemikiran pada bangunan ilmu pengetahuan.
- b. Memberikan sumbangsih ilmiah dalam disiplin ilmu Komunikasi dan diharapkan bisa menjadi masukan yang dapat digunakan sebagai bahan referensi.
- c. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan tradisi, komunikasi, budaya dan agama dalam kajian lebih lanjut.
- d. Sebagai Pengembangan Teori Komunikasi Digital, Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi digital, khususnya dalam konteks dakwah di platform YouTube. Hasil penelitian dapat melengkapi dan memperkaya pemahaman

teoritis tentang interaksi antara retorika dakwah dan resepsi khalayak di dunia digital.

- e. Sebagai Penerapan Teori Retorika, Penelitian ini dapat menguji dan mengaplikasikan teori retorika, terutama teori *ethos*, *pathos*, dan *logos* Aristoteles, dalam konteks dakwah di era digital. Ini dapat membuka wawasan baru tentang bagaimana strategi retorika dapat diterapkan secara efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan melalui media sosial.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat digunakan sebagai berikut:

1. Sebagai peningkatan efektivitas dakwah digital, hasil penelitian dapat memberikan panduan praktis bagi para penceramah atau dai, termasuk Gus Iqdam, untuk meningkatkan efektivitas dakwah mereka di media YouTube. Dengan memahami lebih baik bagaimana resepsi khalayak terbentuk, mereka dapat menyesuaikan strategi komunikasi mereka secara lebih efektif.
2. Sebagai pengembangan strategi konten digital, penelitian ini dapat memberikan masukan berharga untuk pengembangan strategi konten digital dalam konteks dakwah. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam tentang elemen-elemen yang berhasil menarik perhatian khalayak dan membangun interaksi yang positif.
3. Sebagai relevansi dalam kajian agama dan masyarakat, temuan penelitian dapat memiliki implikasi yang signifikan dalam konteks

kajian agama dan masyarakat. Dapat memberikan wawasan tentang bagaimana dakwah digital memengaruhi pandangan dan sikap masyarakat terhadap nilai-nilai keagamaan.

4. Sebagai pengembangan kebijakan dan pedoman etika, hasil penelitian dapat membantu merumuskan kebijakan dan pedoman etika dalam menyampaikan pesan keagamaan di dunia digital. Ini dapat menjadi dasar untuk mengatasi isu-isu seperti keamanan online, integritas informasi, dan etika dalam berkomunikasi di platform seperti YouTube.

E. Definisi Operasional

Agar penelitian ini mengarah pada fokus penelitian. Maka peneliti merasa perlu mendefinisikan istilah-istilah yang akan dioperasikan dalam penelitian kali ini sebagai berikut:



1. Retorika Dakwah

Retorika adalah seni atau ilmu yang berkaitan dengan penggunaan bahasa untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, baik melalui lisan maupun tulisan.¹⁴ Retorika mencakup pemilihan kata, struktur kalimat, dan strategi komunikasi lainnya dengan tujuan mencapai efek persuasif tertentu. Definisi ini konsisten dengan pandangan umum tentang retorika dalam literatur.

Sebagai contoh, dalam artikel jurnal berjudul "*The Power of Persuasion, A Study on Rhetoric and Communication Strategies*" oleh

¹⁴ Ike Widiya Ulfah, "Dakwah Kontemporer dan Media: Spirit Religius Jamaah Sabilu Taubah," *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 3, no. 02 (2023): 27–37.

Smith dan Jones, retorika dijelaskan sebagai "seni penggunaan bahasa dengan kesadaran penuh untuk menciptakan efek komunikatif yang diinginkan, seringkali dengan tujuan mempengaruhi, membujuk, atau meyakinkan audiens."¹⁵ Definisi ini menekankan pada unsur kesadaran dan efek yang diinginkan dari penggunaan bahasa dalam konteks retorika.

Dakwah adalah upaya komunikatif yang bertujuan menyampaikan ajaran atau pesan keagamaan dengan maksud untuk membimbing, mendidik, atau memotivasi individu atau masyarakat agar memahami dan mengamalkan nilai-nilai keagamaan. Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media dan strategi komunikasi, mencakup aspek-aspek seperti penyampaian ceramah, penulisan, dan pemanfaatan teknologi informasi.¹⁶

Meskipun tidak ada kutipan langsung dari artikel jurnal ilmiah, namun definisi ini mencerminkan konsep umum tentang dakwah dalam konteks keilmuan agama dan komunikasi.¹⁷ Dalam literatur keagamaan dan sosial, dakwah sering diartikan sebagai usaha menyebarkan dan mengajarkan ajaran agama untuk mencapai pemahaman, penghayatan, dan praktik keagamaan yang lebih baik di kalangan individu atau masyarakat.

¹⁵ Iswar Jayadi Sarli, "Pemanfaatan media sosial Youtube dalam memperkaya wawasan keislaman siswa man insan cendekia kota kendari" (PhD Thesis, IAIN KENDARI, 2021), <https://digilib.iainkendari.ac.id/3154/>.

¹⁶ Sutrisno dan Wiendijarti, "Kajian retorika untuk pengembangan pengetahuan dan ketrampilan berpidato."

¹⁷ Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, dan Fairus Fairus, "Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh," *Communication* 11, no. 1 (2020): 81–93.

2. Analisis Resepsi

Stuart Hall menjelaskan analisis resepsi sebagai pemahaman terhadap bagaimana proses pendekodean oleh penonton terjadi di dalam media. Ia mengamati bahwa seseorang melakukan pendekodean terhadap pesan melalui tiga sudut pandang, yakni posisi pembacaan *dominan* (*dominant-hegemonic position*), pembacaan yang dinegosiasikan (*negotiated code/position*), dan pembacaan yang bersifat oposisi (*oppositional code/position*).¹⁸ Dengan kata lain, Hall menekankan bahwa penonton tidak hanya pasif menerima pesan media, tetapi aktif dalam menginterpretasikan pesan tersebut melalui konteks sosial dan budaya yang memengaruhi sudut pandang mereka.¹⁹

3. Media YouTube

YouTube sebagai sarana dakwah dapat diartikan sebagai pemanfaatan platform tersebut untuk menyebarkan pesan keagamaan melalui video, konten, dan interaksi online. Meskipun belum ada kutipan langsung dari artikel jurnal ilmiah, definisi ini mencerminkan pandangan umum di dalam literatur terkait. Dalam penelitian berjudul "Dakwah di Era Digital" Pemanfaatan Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Keagamaan" oleh Rahman, dapat ditemukan pandangan terkait dengan penggunaan YouTube sebagai sarana dakwah.²⁰

¹⁸ Agung Tirta Wibawa, "Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube," *Jurnal Rasi* 1, no. 1 (2019): 1–19.

¹⁹ Meidy Aisyah, "Ethos, Pathos, Logos Dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review," *Jurnal Darma Agung* 30, no. 3 (2022): 442–69.

²⁰ Wibawa, "Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube."

Rahman menyatakan bahwa "platform seperti YouTube menjadi instrumen efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas, memanfaatkan kepopuleran media sosial untuk mencapai audiens yang lebih besar."²¹ Dengan demikian, media YouTube sebagai sarana dakwah merujuk pada strategi pemanfaatan platform ini untuk menyampaikan pesan keagamaan secara luas dan efektif, seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen di era digital.



²¹ Ananda Laela Aprilita dan Santi Lisnawati, "Youtube sebagai media dakwah: Analisis semiotika animasi anak 'adab sebelum ilmu' pada Youtube channel riko the series," *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah* 7, no. 1 (2023): 9–23.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibutuhkan dalam rangka menentukan fokus penelitian yang akan dibahas dan Untuk memperkuat proposal penelitian kualitatif ini, maka peneliti mengadakan telaah pustaka dengan cara mencari dan menemukan teori-teori yang pernah ada sebelumnya. Dari hasil pelacakan di berbagai sumber sehingga ditemukan kepustakaan sebagai berikut:

Tabel 1: Penelitian Terdahulu Tahun 2022-2023

No	Nama Peneliti	Judul Penelitan	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan Penelitia
1	Putri Zahrotus Syifa, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2023	RETORIKA DAKWAH AJIE PANGESTU TENTANG FENOMENA DI MASYARAKAT (Analisis Konten Pernikahan Mewah, Pinjaman Online, dan Ramalan di Akun Instagram @Ajiepanqestu)	Penelitian ini mengeksplorasi retorika dakwah Ajie Pangestu terkait fenomena masyarakat, dengan fokus pada gaya bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pesan agamis. Dalam pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, penelitian ini mengadopsi teori Gaya Bahasa Gorys	Penelitian mengenai retorika dakwah Ajie Pangestu berfokus pada penceramah Ajie Pangestu dan fenomena di masyarakat yang dibahas dalam video Instagramnya. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan retorika dakwah Gus Iqdam di media YouTube pada channel resmi Gus Iqdam Official. Perbedaan objek penelitian ini mengindikasikan variasi dalam konteks, pesan dakwah, dan karakteristik audiens.

Keraf untuk menganalisis struktur kalimat dan pilihan kata dalam dakwah. Data diperoleh dari video di akun Instagram Ajie Pangestu yang membahas fenomena seperti pernikahan mewah, pinjaman online, dan ramalan. Hasil penelitian menunjukkan dominasi gaya bahasa klimaks, antiklimaks, antitesis dalam struktur kalimat, dan gaya bahasa percakapan dalam pemilihan kata, memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana retorika



			<p>dakwah Ajie Pangestu memberikan pandangan agamis terhadap fenomena di masyarakat.</p>	
2	<p>Ike Widiya, Skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2022</p>	<p>DAKWAH KONTEMPORER DAN MEDIA: SPIRIT RELIGIUS JAMAAH SABILU TAUBAH</p>	<p>Dalam konteks dakwah kontemporer, penelitian ini membahas metode-metode yang diterapkan oleh Gus Iqdam untuk memberikan spirit religiusitas kepada jamaahnya. Metode deskriptif digunakan dalam analisis, dengan teori dakwah sebagai dasar yang mencakup metode dialogis, partisipatif, eksplorasi, dan dekorasi. Data diperoleh dari kegiatan dakwah rutin Gus Iqdam, dan</p>	<p>Penelitian sebelumnya fokus pada metode dakwah kontemporer yang dilakukan oleh Gus Iqdam, terutama dalam memberikan spirit religiusitas kepada jamaah melalui kegiatan rutin. Sementara penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan analisis resepsi khalayak terhadap retorika dakwah Gus Iqdam di media YouTube pada channel resmi. Perbedaan ini mencakup objek penelitian dan media penyampaian dakwah yang dapat mempengaruhi karakteristik pesan dan cara interaksi dengan audiens.</p>

			<p>analisis deskriptif dilakukan terhadap metode-metode dakwah yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode dakwah dialogis, partisipatif, eksplorasi, dan dekorasi relevan dan dapat diterapkan secara efektif dalam konteks dakwah kontemporer.</p>	
3	Nida Sefrina Hadi, Skripsi UIN Jember 2023	Analisis Resepsi Tokoh Masyarakat Kota Probolinggo Terhadap Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid di Media Youtube	<p>Fokus penelitian ini tertuju pada retorika dakwah KH. Anwar Zahid di media YouTube dan analisis resepsi masyarakat Kota Probolinggo terhadap dakwah tersebut. Metode penelitian yang</p>	<p>Penelitian sebelumnya memfokuskan pada retorika dakwah KH. Anwar Zahid di media YouTube, sementara penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan retorika dakwah Gus Iqdam di channel resmi YouTube. Perbedaan ini melibatkan dua tokoh dakwah yang berbeda dan dapat mempengaruhi pesan, gaya, serta interaksi dengan audiens. Kedua penelitian memiliki keterkaitan</p>

			<p>digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. KH. Anwar Zahid menerapkan tahapan pembuka, isi, dan penutup dalam menyampaikan dakwahnya, dengan tujuan agar pesannya rinci dan dapat diterima oleh masyarakat. Hasil analisis resepsi menunjukkan bahwa sebagian besar tokoh masyarakat Kota Probolinggo menerima dakwah KH. Anwar Zahid dengan posisi dominan (60%),</p>	<p>dengan dakwah, menggali retorika dalam konteks berbeda. Meskipun dengan tokoh dan media yang berbeda, keduanya membahas dampak dan interaksi dengan pesan dakwah.</p>
--	--	--	---	--

			<p>sementara sisanya (40%) berada dalam posisi negosiasi, menunjukkan adanya penyaringan pemahaman terhadap pesan dakwah.</p>	
4	<p>Aisyatul Mubarakah, Skripsi UIN Malang (UM) 2023</p>	<p>Strategi Dakwah Bil Lisan Gus Iqdam dalam Meningkatkan Religiusitas <i>Mad'u</i> Melalui Majelis <i>Ta'lim</i> Sabilu Taubah</p>	<p>Dakwah, sebagai kewajiban setiap muslim, merupakan upaya berkesinambungan untuk mengubah perilaku manusia melalui pengetahuan dan sikap yang benar. Sejarah dakwah dimulai dengan misi Nabi Muhammad</p>	<p>Penelitian sebelumnya berfokus pada fenomena majelis taklim Sabilu Tawbah dan peran Agus Muhammad Iqdam sebagai da'i di Desa Karanggayam. Sebaliknya, penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan analisis resepsi khalayak terhadap retorika dakwah Gus Iqdam di media YouTube pada channel resmi Gus Iqdam Official. Perbedaan ini melibatkan objek penelitian yang berbeda, dari majelis taklim fisik ke media sosial. Kedua penelitian memiliki keterkaitan</p>

		<p>SAW. Dalam konteks globalisasi abad ke-21, Sabilu Tawbah menjadi fenomena majelis taklim yang berhasil menarik perhatian publik dengan 2875 anggota pada awal tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan fokus pada Agus Muhammad Iqdam, seorang dai muda dan pemimpin NU di Desa Karanggayam, Kabupaten Blitar. Gus Iqdam bukan hanya seorang berkhotbah, melainkan juga memperhatikan unsur-unsur retorik etos, <i>pathos</i>, dan <i>logos</i>. Penelitian bertujuan</p>	<p>dengan dakwah yang disampaikan oleh Gus Iqdam. Meskipun melibatkan aspek yang berbeda (majelis taklim dan media YouTube), keduanya membahas dampak dan interaksi dengan pesan dakwah yang disampaikan oleh Gus Iqdam.</p>
--	--	---	--

			untuk menentukan unsur retorik mana yang memiliki dampak terbesar pada tingkat religiusitas seseorang.	
--	--	--	--	--



G. Sistematika Penulisan

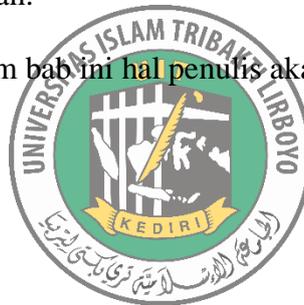
Untuk mendeskripsikan penelitian dengan jelas dan mudah dipahami, maka penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, yang membahas tentang:

- a) konteks penelitian
- b) fokus penelitian
- c) tujuan penelitian
- d) kegunaan penelitian
- e) definisi oprasiona
- f) sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Pustaka, Dalam bab ini hal penulis akan menjelaskan tentang:

- a) Analisis Resepsi
- b) Retorika
- c) Dakwah
- d) Media YouTobe



Bab III: Metode Penelitian, meliputi tentang

- a) pendekatan dan jenis penelitian,
- b) lokasi penelitian,
- c) kehadiran peneliti
- d) sumber data
- e) prosedur pengumpulan data,
- f) analisis data,
- g) pengecekan keabsahan temuan, dan

h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Paparan Data Dan Temuan Penelitian, pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang paparan data dan temuan penelitian serta penjelasannya.

Bab V: Penutup, yang berisi tentang a) kesimpulan dan b) saran.

