

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Islam dikenal sebagai agama yang membawa rahmat, kasih sayang, dan keselamatan (*Rahmatan Lil 'Alamin*) kepada setiap makhluk di dunia. Agama ini senantiasa mengikuti dan mengiringi setiap arus perkembangan zaman hingga saat ini. Hal ini mendorong umat Islam untuk aktif dalam praktik keagamaan, termasuk melakukan kegiatan dakwah, karena kemajuan dan kemunduran Islam sangat terkait erat dengan upaya dakwah yang dilakukan oleh umatnya. Pada permulaan dakwah Islam yang murni disampaikan oleh Baginda Nabi Muhammad saw secara sembunyi-sembunyi kepada kalangan terdekatnya yakni keluarganya, istrinya dan para sahabat Nabi yang jamak dikenal dengan sebutan *Assabiqunal Awwalun*, dalam hal ini strategi dakwah tersebut dikenal dengan strategi Makkah, kemudian dakwah disampaikan secara terang-terangan ketika Nabi Muhammad saw hijrah ke kota Madinah. Dalam berdakwah, Nabi Muhammad *Shalallahu alaihi wasallam* mencontohkan umatnya dengan berbagai strategi dan cara yakni melalui lisan, tulisan dan perbuatan. Kemudian seiring berkembangnya zaman, proses berdakwah yang dilakukan oleh Rasulullah mengalami proses perubahan secara bertahap dan terbuka seiring dengan bergulirnya estafet perjuangan dakwah Islam hingga kini, sehingga dakwah Islam mampu tersebar luas ke berbagai daerah di belahan dunia, hingga ke Negara Indonesia.

Pada dasarnya dakwah merupakan kegiatan menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan bertakwa kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* serta mengikuti sunnah Rasulullah Muhammad *Shalallahu alaihi wasallam*. Dakwah juga dapat dilakukan dimana saja, tidak mesti di tempat tertentu asal disampaikan dengan akidah dan syariat islam yang baik dan benar juga disampaikan dengan situasi kondisi yang dihadapi (Millah et al., 2020).

Ditinjau dari segi bahasa kata “*Da'wah*” berarti panggilan, ajakan atau seruan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*) nya adalah: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da'a, Yad'u, Da'watan*) (Munawir, 1997). Dakwah merupakan sebuah aktivitas penyampaian ajaran Islam yang sangat dibutuhkan oleh manusia dengan kebajikan menuju jalan yang benar, sesuai perintah Tuhan Yang Maha Esa untuk kemaslahatan dunia hingga akhirat. Dasar dakwah adalah *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, yaitu menyeru kebaikan dan mencegah keburukan, sedangkan tujuannya ialah islamisasi dalam kehidupan manusia, pribadi dan masyarakat (Firdaus, 1991).

Dakwah menjadi acuan penting bagi perkembangan agama Islam, maka dakwah harus dilakukan dengan sebaik mungkin, al-Quran menjelaskan bagaimana cara dan strategi berdakwah dengan baik dan benar, hal ini terdapat dalam surat an-Nahl ayat 125:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِبْهُمْ بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalam Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berdebatlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Jika diperhatikan dari segi kegiatan, dakwah dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu *Tabligh* yang bertujuan untuk memberikan penerangan dan menyebarkan pesan Islam, *Irsyad* yang bertujuan untuk memberikan bimbingan dan penyuluhan mengenai Islam, *Tadbir* yang bertujuan untuk memberdayakan umat dalam menerapkan ajaran Islam melalui pengelolaan lembaga-lembaga dakwah, dan *Tathwir* yang bertujuan untuk memberdayakan kehidupan dan ekonomi umat Islam (Farihatul'ain, 2017).

Salah satu bentuk dakwah yang tengah mengalami perkembangan pesat saat ini adalah dakwah dalam bentuk *tabligh*. Secara etimologi, kata "*tabligh*" berasal dari akar kata "*ballagha*", "*yuballighu*", dan "*tablighan*", yang memiliki makna menyampaikan (Munawir, 1997). Dr. Ibrahim Imam dalam bukunya *al-Ushul al-'Ilam al-Islamy* menjelaskan bahwa *tabligh* adalah proses penyampaian informasi yang benar, pengetahuan yang faktual, dan hakikat pasti yang dapat membantu manusia membentuk pendapat yang tepat dalam menghadapi berbagai situasi atau kesulitan (Farihatul'ain, 2017).

Dalam konteks ajaran Islam, *tabligh* adalah upaya untuk menyampaikan dan memberitakan ajaran-ajaran Islam kepada umat manusia, baik secara lisan maupun tertulis yang dilakukan oleh *Mubaligh* atau pendakwah. Dari penjelasan *tabligh* di atas, dapat disimpulkan bahwa *tabligh* adalah proses penyampaian pesan atau informasi mengenai ajaran Islam kepada umat manusia dengan menggunakan bahasa yang tepat, jelas, singkat, namun substansial, serta disampaikan dengan intonasi yang tepat dan menggunakan kata-kata yang indah, sehingga mampu memikat pendengarnya.

Pendakwah atau *mubaligh* merupakan unsur penting dalam kegiatan dakwah karena bagaimana cara *mubaligh* mengemas kegiatan dakwahnya seefektif dan sebaik mungkin agar apa yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh *mad'u*. Itu tergantung pada kualitas dan kecakapan pendakwah. Dakwah membutuhkan sebuah strategi, yang merupakan rangkaian dari kegiatan dakwah termasuk penggunaan metode gaya berkomunikasi, retorika, dan pemanfaatan sumber daya yang ada (Gunawan, 2020).

Proses penyampaian dan penerimaan pesan dakwah itu bisa ditinjau dari sudut psikologi yang tidak sesederhana penyampaian pidato oleh dai dan didengar oleh hadirin, tetapi memiliki makna yang luas mencakup penyampaian energi dalam sistem syaraf, ketika dakwah berlangsung terjadilah penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, baik pada

peristiwa penerimaan pesan dan pengolahan informasi, maupun pada proses saling mempengaruhi antara berbagai sistem dari dai dan *mad'u* (Hermawan, 2019)

Dakwah Islam memiliki dua tantangan sekaligus. Pertama adalah tantangan keilmuan dakwah yang hingga sekarang belum tampak perkembangannya yang menggembirakan. Ilmu dakwah tampak stagnan dalam tataran pengembangan keilmuannya. Jika menilik dimensi pengembangan keilmuan tersebut pada tulisan-tulisan ilmu dakwah yang sangat menonjol, maka rasanya tidak kita jumpai karya akademis outstanding tentang dakwah tersebut. Kedua, problem atau tantangan praktis dakwah. Harus kita akui bahwa dakwah *bil lisan* memang mendominasi terhadap percaturan dakwah di Indonesia. Ada banyak tokoh yang mengembangkan dakwah *bil lisan* ini. Baik dakwah *bil lisan* yang dilakukan melalui aktivitas bertajuk dakwah atau yang berupa sisipan dakwah dalam acara-acara khusus, misalnya peristiwa pernikahan, khitanan, jumatan, atau lainnya (Lestari, 2020).

Maka dari itu, salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam berdakwah adalah bagaimana dai menyampaikan pesan sehingga dapat diterima oleh audiens. Hal ini melibatkan cara penyampaian dakwah, pemilihan kata, dan gaya bahasa. Kunci keberhasilan pidato terletak pada kemampuan dai untuk mengaitkan pikiran dan perasaannya dengan pendengar, menciptakan komunikasi yang efektif. Beberapa dai memiliki keahlian berbicara atau retorika yang memukau di hadapan khalayak. Retorika menjadi kemampuan yang esensial bagi dai, karena keahlian ini dapat membuat dakwah atau ceramah menjadi menarik, tidak membosankan, dan mudah dipahami oleh pendengar. Oleh karena itu, retorika perlu dipelajari oleh mereka yang ingin menggunakan bahasa secara efektif untuk tujuan tertentu, dai harus mampu beretorika dengan baik untuk meraih perhatian *mad'u*. Kata-kata yang disampaikan haruslah indah, benar, dan sesekali diberi sentuhan humor agar *mad'u* merasa senang,

sehingga pesan dakwah dapat lebih mudah diterima oleh mereka (Hermawan, 2018).

Dalam konteks retorika, terdapat konsep gaya yang mencakup ciri khas penyampaian pesan kepada pendengar, melibatkan elemen-elemen seperti gerakan tangan, pemilihan kata, ekspresi tubuh, arah pandang, irama suara, dan lain sebagainya. Metode dakwah melalui ceramah dianggap sebagai salah satu bentuk komunikasi yang efektif. Dalam melaksanakan dakwah ini, penting untuk memperhatikan keterampilan tertentu, terutama dalam pemilihan kata dan gaya bahasa. Pemilihan kata dan bahasa yang sesuai dengan kondisi *mad'u* menjadi kunci utama agar isi ceramah dapat dipahami dan diterima dengan mudah oleh pendengar. Sementara itu, gaya bahasa yang diadopsi mencerminkan ciri khas dari pendakwah, bertujuan untuk membedakan satu pendakwah dengan yang lainnya. (Hermawan, 2018).

Saat ini cara penyampaian dakwah juga mengalami transformasi luar biasa seiring pesatnya perkembangan zaman dan teknologi, yang membuat cara pandang orang terhadap dakwah menjadi lebih maju dan terbuka. Dakwah pada saat ini dipahami dan disampaikan dengan berbagai cara. Mulai dari dakwah melalui kesenian, lagu, media sosial bahkan olahraga. Jika dahulu *mubaligh* berceramah pada satu masjid maka yang dapat mendengar pesan-pesannya adalah para jamaah yang berada di dalam masjid dan lingkungan masjid, namun dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, ustad yang berceramah di masjid tadi kini pesan dakwahnya dapat diperluas tanpa batas dan bisa didengar oleh siapa saja dengan perantara fitur media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook dsb. Salah satu media sosial yang jamak digunakan pendakwah saat ini adalah YouTube.

YouTube menjadi platform media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat Indonesia. Data tersebut diperoleh dari survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 10-27 Januari 2023, di mana 65,41% dari 8.510 responden menyatakan

sering menggunakan YouTube. Sementara itu, Facebook berada di peringkat kedua dengan 60,24% responden yang menggunakan platform tersebut. Instagram dan TikTok berada di peringkat berikutnya, masing-masing digunakan oleh 30,51% dan 26,80% responden. Sebanyak 1,57% responden lebih sering menggunakan WhatsApp, sementara Twitter diakses oleh 0,91% responden. Terdapat juga 0,17% responden yang sering menggunakan Snake Video. Secara lebih rendah, responden yang sering menggunakan LinkedIn dan Google masing-masing sebesar 0,06% dan 0,03%. Penting untuk dicatat bahwa survei ini dilakukan oleh APJII terhadap 8.510 responden di Indonesia pada 10-27 Januari 2023, dengan menggunakan metode *multistage random sampling*. Tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) survei ini adalah 1,14%, dan tingkat kepercayaan yang dihasilkan adalah 95% (Sadya, 2023).

YouTube adalah media sosial yang berbentuk *content share*, yaitu sebuah situs media yang memberikan layanan berbagi konten dengan sesama pengguna dalam berbagai bentuk format video, gambar, hingga teks. Banyaknya pengguna YouTube saat ini menjadikan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan YouTube lebih efektif dan mudah dijangkau oleh khalayak umum (Gunawan, 2020).

Kehadiran YouTube, dari satu perspektif, memberikan peluang besar bagi kemajuan dakwah Islam. Syiar Islam dapat dengan mudah disebarkan, mencapai berbagai lapisan masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau melalui metode dakwah konvensional. Selain itu, subjek atau pelaku dakwah juga menjadi lebih terbuka, jika pada masa lampau hanya orang-orang terkenal yang mendominasi media sesuai dengan selera media, kini setiap individu memiliki potensi menjadi pendakwah asalkan memiliki banyak pengikut (Hasanah, 2020).

Demikian pula, banyak dai yang kompeten muncul, memiliki keterampilan retorika yang luar biasa, dan kapasitas keilmuan yang kuat, sehingga mereka menjadi populer dan dicintai oleh masyarakat melalui kebijakan mereka dalam menggunakan YouTube sebagai media dakwah.

Beberapa di antara mereka yang namanya meroket berkat keberadaan YouTube seperti Ustadz Abdul Shomad, Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Khalid Basalamah, Gus Baha, Ustadz Das'ad Latif, dan para dai lainnya. Mereka semua merupakan dai yang berkompeten dan memiliki otoritas keilmuan dalam menyebarkan dakwah Islam, khususnya melalui media YouTube.

Selain melahirkan *mubaligh* yang kredibel dan berotoritas, YouTube juga menciptakan dai baru yang kurang meyakinkan, tanpa rekam jejak yang jelas, serta dipertanyakan etos dan kapabilitasnya. Beberapa dari mereka bahkan sering menggunakan retorika cacian dan hinaan yang tidak pantas dalam bahasa dakwah, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kehilangan kendali atas makna sejati dari dakwah melalui platform tersebut. Oleh karena itu, untuk memastikan agar dakwah tetap berada dalam koridor yang benar, kredibilitas dan kapasitas keilmuan menjadi sangat penting bagi setiap dai (Hasanah, 2020).

Dari sekian banyak penceramah atau *mubaligh* yang sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia yang berdakwah melalui YouTube, salah satunya adalah KH. Ahmad Bahaiddin Nursalim. Gus Baha adalah panggilan yang jamak dikenal oleh orang-orang, kiai muda yang berasal dari Narukan, Rembang. Beliau merupakan putera kedua dari pasangan KH. Nursalim dan Nyai Yuchanidz Nursalim. Orang tua Gus Baha adalah tokoh agama yang dihormati. Sejak kecil Gus Baha hidup di lingkungan pesantren dan pendidikan salaf. Kemudian Gus Baha melanjutkan pendidikan agamanya di Pondok Pesantren Al-Anwar, yang diasuh oleh al-maghfurlah KH. Maimun Zubair. Hingga saat ini Gus Baha belum pernah mengenyam pendidikan di luar negeri, meski begitu kealiman dan kekayaan intelektualnya tidak bisa diragukan. Karena Gus Baha berasal dari kalangan pesantren, maka gaya dan karakter santri sangat melekat erat pada diri Gus Baha. Selain itu, Gus Baha dikenal khalayak umum karena cara dakwahnya yang menerangkan agama dengan simpel, jelas dan mudah sehingga orang-

orang mudah memahami, mencerna dan mengerti akan isi dakwahnya (Karim, 2021).

Sebagai sosok pendakwah yang merepresentasikan kalangan Islam tradisional (F. Ismail, 2011), Gus Baha memperlihatkan gaya penampilan yang khas dengan nuansa santri pesantren, yang berbeda dari model dakwah para dai atau penceramah terkenal lainnya yang lebih menekankan penampilan yang modis. Perbedaan ini jelas terlihat dalam gaya penampilannya yang dapat ditemukan di media sosial seperti YouTube. Sementara itu, keunikan dalam metode berdakwah Gus Baha juga mencolok, di mana ia konsisten menggunakan pembacaan dari salah satu kitab klasik sebagai landasan dakwahnya. Pendekatan ini secara tidak langsung mengenalkan dan mempopulerkan gaya keseharian pesantren tradisional dalam penyampaian ajaran Islam kepada masyarakat. (Hariyanto, 2022). Hal ini yang penulis temukan pada video YouTube “Gus Baha di Majelis Haul ke 34 *Almaghfurlah* KH. Ali Maksum”. Video ini telah ditonton sebanyak 216.983 kali dengan 3.000 orang memilih tombol suka. Dalam video itu, Gus Baha menggunakan kitab karangan KH. Ali Maksum yang berjudul “*Hujjah Ahlus-Sunnah wal Jama’ah*” dalam ceramahnya. Gus Baha juga memiliki keahlian dalam menyampaikan pesan dakwah secara jelas dan mudah dipahami oleh pendengarnya. Dengan menggunakan bahasa yang sederhana, dia cenderung menyampaikan pesannya dengan cara yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang fenomena dakwah diatas penulis tertarik untuk mengidentifikasi dan mengkaji gaya retorika pendakwah melalui YouTube secara lebih mendalam. Setelah mengamati dan menggali berbagai informasi, maka penulis memutuskan untuk mengambil sampel berupa gaya retorika KH. Bahauddin Nursalim yang diunggah dalam akun YouTube Kranyak TV yang berjudul “Gus Baha di Majelis Haul ke 34 *Almaghfurlah* KH. Ali Maksum”.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya retorika *tabligh* K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) dalam video *YouTube* “Gus Baha di Majelis Haul ke 34 *Almaghfurlah* KH. Ali Maksu”?
2. Apa kelebihan dan kekurangan retorika *tabligh* K.H Bahauddin Nursalim dalam video *YouTube* “Gus Baha di Majelis Haul ke 34 *Almaghfurlah* KH. Ali Maksu”?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui gaya retorika *tabligh* K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) dalam video *YouTube* “Gus Baha di Majelis Haul ke 34 *Almaghfurlah* KH. Ali Maksu”
2. Mengetahui kelebihan dan kekurangan gaya retorika *tabligh* K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) dalam video *YouTube* “Gus Baha di Majelis Haul ke 34 *Almaghfurlah* KH. Ali Maksu”

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, dapat diketahui manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada literatur akademis dalam bidang retorika dan sekaligus membantu melengkapi pemahaman mengenai dinamika retorika dakwah melalui media *YouTube*, khususnya pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai tambahan referensi, rujukan atau role model para pendakwah untuk mengembangkan keterampilan retorika seperti yang ditampilkan Gus Baha.

