BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring waktu, teknologi menjadi lebih maju dan lebih cepat. Adanya teknologi modern dapat memudahkan manusia untuk mendapatkan berbagai informasi dan menjadi indra manusia dalam aktivitas sehari-hari. Pada saat masyarakat dikuasai oleh teknologi, berbagai bentuk media massa telah muncul dan berkembang di tengah-tengah masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan (Irfan, 2019). Tentu saja, hal ini berdampak luar biasa bagi masyarakat, yang dapat menyebabkan perubahan perilaku dan kehidupan. Karena munculnya media sosial juga telah menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam kaitannya dengan budaya, agama, etika, dan norma yang ada. Seperti YouTube, salah satu situs berbagi video paling popular.

Youtube adalah bagian dari media sosial. Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi satu sama lain atau berbagi konten dalam bentuk teks, foto, dan video. Sejarah media sosial dimulai pada tahun 1970 dengan ditemukannya sistem papan buletin yang dirancang untuk menghubungkan orang melalui email atau dengan mengunggah dan mengunduh perangkat lunak . Proses ini berlanjut melalui saluran telepon yang terhubung ke modem. Pada dasarnya, media sosial merupakan bagian dari evolusi internet. Kehadiran beberapa dekade yang lalu memungkinkan media sosial berkembang dan tumbuh selama dan secepat hari ini. Ini memungkinkan setiap pengguna yang terhubung ke Internet untuk mengelola penyebaran informasi atau konten apa pun, kapan saja, di mana saja. Sejak awal kemunculannya, media sosial ditujukan sebagai tempat bagi penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi. Media sosial menyebabkan masyarakat mengalami perubahan budaya, etika dan norma yang ada dalam perilakunya, mencakup populasi yang besar dengan budaya suku, ras dan agama yang berbeda serta memiliki potensi perubahan sosial yang besar.

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Rulli Nasrullah, 2017:11).

Lembaga We Are Social menerbitkan penilitian tentang perilaku internet, penggunaan internet dan media sosial di seluruh dunia. Penelitian yang diterbitkan mencakup berbagai negara di berbagai benua. Sedangkan untuk Indonesia, menurut data riset menunjukkan tingkat penetrasi internet sekitar 15%, yaitu 38 juta lebih pengguna internet. Selain itu, sekitar 62 juta orang dari

populasi umum telah mendaftar di jejaring sosial Facebook dan memiliki akun. Data penelitian juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir tiga jam untuk terhubung dan menjelajah media sosial. Mayoritas pengguna mengakses media sosial melalui perangkat mobile (wearesocial.sg).

Menurut Nasrullah (2015) ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni 1) Jejaring Sosial, 2) Blog, 3) Mikroblogging, 4) Media Sharing, 5) Social Bookmarking, dan 6) Wiki.

YouTube adalah salah satu media sosial terpopuler tempat pengguna dapat menyimpan, menonton, dan berbagi video secara publik. YouTube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal, Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Dalam perkembangannya saat ini, YouTube memiliki beberapa fitur dan layanan yang dibutuhkan pengguna. YouTube menawarkan berbagai konten yang dapat bermanfaat bagi semua orang, seperti konten pendidikan, hiburan, musik, dan program dakwah. Dengan itu, YouTube telah menjadi alat komunikasi yang efektif untuk mengirimkan informasi dengan konten yang beragam dan menyajikannya kepada khalayak luas tergantung minat masing-masing pengguna (Arif Ramdan Sulaeman, 2020 : 82).

YouTube adalah salah satu situs web yang paling banyak dikunjungi di dunia oleh pengguna internet. YouTube menawarkan beragam video, dari video hingga film, tetapi juga video yang dibuat oleh pengguna YouTube sendiri. Banyak juga orang yang terkenal di situs ini hanya dengan mengunggah videonya ke YouTube. Selain itu, halaman YouTube juga dapat digunakan untuk pemasaran produk. Misalnya, unggah video bisnis ke Youtube secara gratis. Selain untuk hiburan, YouTubers juga mengupload video tutorial yang sangat bermanfaat, misalnya cara bermain musik atau cara bermain game, sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak. YouTube menawarkan sajian audiovisual yang mampu menyampaikan berita dan informasi kepada khalayak luas. YouTube juga merupakan komunitas berbagi video, artinya pengguna YouTube dapat mengunggah, berbagi, dan menonton video secara daring menggunakan browser apapun. (Arif Ramdan Sulaeman, 2020 : 82).

Menurut Aziz (2004 : 154), dakwah adalah suatu proses berkelanjutan yang mengarah pada penyembuhan, pendidikan dan pembentukan masyarakat yang bahagia dengan mempromosikan kebaikan dan mencegah kejahatan. Misi dakwah adalah menata kehidupan umat beragama untuk mewujudkan masyarakat yang rukun dan bahagia. Ajaran Islam yang disampaikan melalui khutbah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat secara keseluruhan dari hal-hal yang menyebabkan kehancuran. Dakwah adalah jantung dari agama karena kehidupan beragama sangat bergantung pada gerak dinamis dan kegiatan dakwah bersifat kontinyu dan tanpa kegiatan dakwah terjadi kevakuman dan stagnasi dalam perkembangannya.

Agar tujuan dakwah tercapai, dakwah harus dilakukan secara teratur dan terkendali. Dakwah yang lebih teratur dan terkontrol membutuhkan proses. Ada beberapa istilah untuk langkah-langkah dalam proses, termasuk prosedur, strategi, metode, teknik, dan taktik. Pendekatan adalah

cara pandang terhadap suatu masalah. Memprediksi pada dasarnya berarti melihat apa yang akan terjadi dalam proses yang lebih umum. Strategi adalah rencana strategis untuk mencapai sesuatu. Metode adalah cara untuk mencapai sesuatu. Teknik adalah cara yang lebih spesifik dalam menggunakan metode, dan taktik mengacu pada orang yang menggunakan teknik atau metode tersebut (Aziz, 2016 : 208).

Menurut Bustanol Arifin (2018 : 161), sebelum dan selama melaksanakan dakwah, para dakwah atau organisasi dakwah terlebih dahulu harus mengetahui dan memahami realitas sosial dakwah. Barulah kegiatan dakwah direncanakan dengan perencanaan strategis dakwah yang tepat. Dengan kata lain, mereka merencanakan kegiatan dakwah sesuai dengan kondisi medan dakwah.

Sebagaimana diketahui, dakwah saat ini tidak hanya dilakukan secara tradisional, tetapi dakwah di jejaring sosial sebenarnya merupakan gaya dakwah baru yang "muncul" dalam beberapa tahun terakhir melalui penggunaan jejaring sosial ini. Untuk segala usia dan profesi di seluruh dunia, memungkinkan dakwah dilakukan dimana saja, kapan saja. Bahkan bisa dikatakan bahwa media sosial adalah solusi yang paling tepat untuk berbagai masalah konversi di zaman modern ini.

Salah satu da'i atau ulama yang menggunakan YouTube sebagai media dakwah adalah Ustad Das'ad Latif. Beliau adalah seorang Ustadz yang dikenal dengan gaya penyampaiannya yang kalem dan santai, menyampaikan pesan-pesan Islami dalam bentuk cerita yang menghibur sehingga dapat diterima oleh semua kalangan dengan mudah. Ustadz Das'ad Latif juga seorang dosen di universitas dan memiliki gaya dakwah retoris tersendiri. Nama Ustad Das'ad Latif akhir-akhir ini tengah menghebohkan di kalangan muslim milenial, terutama mereka yang aktif berselancar di dunia maya. Melalui akun YouTube pribadinya yaitu Das'ad Latif yang memiliki sekitar 2,54 juta subscriber, Ustaz Das'ad Latif rutin berceramah tentang masalah sehari-hari dan memiliki keahlian dalam memadukan kata-kata dengan retorika dakwah dan bahasa yang sederhana dengan logat dan tambahan Bugis, lelucon, dan membuat ceramahnya mudah dipahami oleh semua orang. Bahkan beberapa non muslim yang mengaku menikmati ceramah. Salah satu pembahasan paling umum yang tidak akan pernah dilupakan adalah pentingnya do'a (youtube.com/@DasadLatif).

Widjaja (2000) mengatakan bahwa gaya komunikasi dipengaruhi oleh situasi, bukan tipe orang, gaya komunikasi tidak tergantung pada tipe orang tetapi pada situasi yang berlaku. Setiap orang menggunakan gaya komunikasi yang berbeda saat marah, gembira, sedih, tertarik atau bosan. Demikian pula, seseorang berbicara dengan sahabatnya, dengan seseorang yang baru saja dia temui, dan anak-anak akan berbicara dengan cara yang berbeda. Selain itu banyak faktor yang mempengaruhi gaya yang digunakan, gaya komunikasi merupakan sesuatu yang dinamis dan sangat sulit diprediksi, seperti halnya budaya, gaya komunikasi merupakan sesuatu yang relatif.

Berdasarkan latar belakang diatas, gaya komunikasi Ustad Das'ad Latif menggunakan gaya santai untuk menyampaikan pesan yang positif dan saling mendukung kepada orang lain. Karena pesan memiliki nilai, moral dan tujuan dakwah, maka dapat disampaikan dengan benar kepada mad'u. Maka peneliti mengangkat judul "GAYA RETORIKA USTAD DAS'AD LATIF". Dalam

hal ini penulis memfokuskan pembahasan pada gaya retorika dakwah berdasarkan gaya bahasa, gaya suara, gaya gerak tubuh Ustad Das'ad Latif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya bahasa Ustad Das'ad Latif di Youtube ?
2. Bagaimana gaya suara Ustad Das'ad Latif di Youtube ?
3. Bagaimana gaya gerak tubuh Ustad Das'ad Latif di Yotube ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam setiap penelitian memiliki tujuan didalamnya, berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penilitian adalah untuk mengetahui bagaimana gaya retorika Ustad Das'ad Latif di media Youtube yang meliputi :

1. Untuk mengetahui gaya bahasa Ustad Das'ad Latif di media Youtube
2. Untuk mengetahui gaya suara Ustad Das'ad Latif di media Youtube
3. Untuk mengetahui gaya gerak tubuh Ustad Das'ad Latif di media Youtube

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun 2 manfaat penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis
   Penelitian ini untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan penelitian kajian retorika dakwah di bidang ilmu komunikasi.
2. Manfaat Teoritis
   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta menjadi acuan umum bagi pembaca dan para da'i dalam berdakwah.