

**ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI GUS MIFTAH
DALAM CERAMAH MELALUI PLATFORM
YOUTUBE DAKWAH PEDIA EDISI PENGAJIAN
AKBAR BOYOLALI**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**AUDRI FIRANTI
2103110123**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : Audri Firanti
NPM : 2103110123
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : Pukul 08.30 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos, M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos, M.M, M.I.Kom (.....)

PENGUJI III : Drs. Zulfahmi, M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arfin Saleh., S.Sos., MSP

Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : Audri Firanti
NPM : 2103110123
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Retorika Komunikasi Gus Miftah Dalam Ceramah Melalui Platform YouTube Dakwah Pedia Edisi Pengajian Akbar Boyolali

Medan, 25 Maret 2025

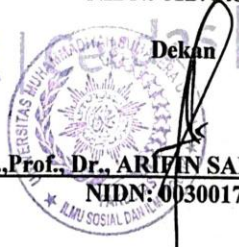
Pembimbing


Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom
NIDN: 0118056301

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


AKHYAR ANSHORI S.Sos. M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan


Assoc., Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Audri Firanti, NPM 2103110123, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 17 April 2025

Yang Menyatakan,

Unggul | Cerdas | Terpercaya


Audri Firanti



KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil'Alaamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Retorika Komunikasi Gus Miftah Dalam Ceramah Melalui Platform Youtube Dakwah Pedia Edisi Pengajian Akbar Boyolali”**. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya terdapat beberapa kekurangan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan penulis dalam segi kemampuan, pengetahuan, serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca sebagai bahan evaluasi dalam penyusunan karya tulis selanjutnya.

Perjalanan yang cukup panjang telah penulis lalui dalam proses penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya. Namun berkat kehendaknya dan dukungan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih yang tulus dan tak terhingga kepada kedua orang tua penulis yakni Ayahanda Wasirin dan Ibunda Dewi Susanti atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan

membimbing penulis, sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita, serta dukungan yang diberikan selama masa perkuliahan, baik secara materi, nasihat, maupun doa yang tak pernah putus untuk kesuksesan penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Shaleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori., S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
8. Kedua orang tua beserta adik laki-laki penulis yang senantiasa memberikan doa serta dukungan kepada penulis.
9. Rindi Cahya Lestari selaku teman kecil hingga saat ini yang sentiasa menemani penulis.
10. Untuk teman-teman Ceribel tercinta Adela Ika Putri, Izmi Fadhilah Harahap, Jihan Almira Dwi Putri, Rahma Yulia Nasution, dan Vinny Meilia Sari yang senantiasa menjadi teman seperjuangan dalam suka dan duka selama kuliah ini.
11. Selfi Novrianti dan Eka Kurniati Nasution selaku teman kos yang senantiasa berbagi canda dan tawa.
12. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi 21 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam atas kerjasama, bantuan, dan telah menjalin hubungan yang baik..
13. Kepada diri saya sendiri, Audri Firanti. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih atas segala usaha yang telah dilakukan dan terimakasih untuk tidak menyerah dalam menghadapi kesulitan selama proses penyusunan skripsi.

Terakhir, penulis berharap skripsi ini dapat menjadi bahan informasi dan referensi bagi para pembaca. Serta dapat digunakan untuk menambah wawasan mengenai retorika dalam komunikasi dakwah melalui media sosial.

Medan, 17 Maret 2025

Penulis

Audri Firanti

NPM: 2103110123

ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI GUS MIFTAH DALAM CERAMAH MELALU PLATFORM YOUTUBE DAKWAH PEDIA EDISI PENGAJIAN AKBAR BOYOLALI

AUDRI FIRANTI
NPM: 2103110123

ABSTRAK

Retorika merupakan suatu seni dalam berbicara yang tidak hanya berfokus pada kemampuan berbicara tetapi juga melibatkan metode dan strategi dalam menyampaikan pesan yang bersifat rasional, empiris, dan umum sehingga mudah untuk dipahami. Retorika dalam komunikasi dakwah memiliki pengaruh yang sangat penting dalam proses penyampaian pesan dakwah secara persuasif dan efektif. Gus Miftah merupakan seorang pendakwah yang dikenal dengan ciri khas retorikanya yang unik, sehingga mampu mempengaruhi para audiens. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis retorika komunikasi yang diterapkan oleh Gus Miftah dalam ceramahnya pada tayangan Dakwah Pedia Edisi Pengajian Akbar Boyolali melalui platform YouTube. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis retorika dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menonton video ceramah Gus Miftah melalui platform YouTube Dakwah Pedia edisi Pengajian Akbar Boyolali. Kemudian dianalisis dengan menggunakan teori retorika Aristoteles yang berfokus pada ethos (kredibilitas), pathos (emosional), dan logos (argumentasi). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah Gus Miftah sangat dipengaruhi dengan adanya penerapan tiga unsur utama retorika, yaitu ethos yang ditampilkan melalui kepribadianya dan gaya ceramahnya, pathos digunakan melalui humor serta kisah-kisah inspiratif yang menggugah emosi, dan logos berfokus pada penyampaian argumentasi yang logis serta mudah dipahami. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa retorika komunikasi yang diterapkan Gus Miftah dalam ceramah melalui platform YouTube tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga interaktif dan menghibur. Hal ini membuat pesan dakwah dapat diterima lebih mudah oleh para audiens, terutama yang aktif dalam media digital.

Kata Kunci: Retorika, Komunikasi Dakwah, dan YouTube

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II URAIAN TEORITIS	10
2.1 Retorikaa	10
2.2 Komunikasi Dakwah	14
2.3 YouTube.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Kerangka Konsep	21
3.3 Definisi Konsep.....	22
3.4 Kategorisasi Penelitian	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25

3.6 Teknik Analisis Data	26
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Profil Gus Miftah.....	27
4.2 Konteks Ceramah di YouTube Dakwah Pedia	28
4.3 Hasil Penelitian.....	30
4.4 Pembahasan	44
BAB V PENUTUP	47
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Gus Miftah.....	27
Gambar 4.2 Kanal YouTube Dakwah Pedia	29
Gambar 4.3 Deskripsi Video	31
Gambar 4.4 Interaksi Gus Miftah Dengan Audiens	32
Gambar 4.5 Gaya Pakaian Gus Miftah.....	37
Gambar 4.6 Gus Miftah Membeli Dagangan	40
Gambar 4.7 Penyampaian Isi Ceramah	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian	25
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan bagian dasar dalam kehidupan manusia yang melibatkan proses peyampaian informasi dari pengirim pesan kepada penerima pesan melalui berbagai saluran. Sebagai makhluk sosial, manusia selalu memerlukan sebuah interaksi dengan sesamanya untuk memperoleh sebuah bantuan dalam menjalani hidupnya (Saleh, 2022). Melalui komunikasi manusia dapat berinteraksi dengan individu lainnya. Komunikasi dalam kehidupan sosial tidak hanya berperan sebagai media untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mempengaruhi, membangun ikatan, dan membentuk persepsi. Dalam ruang lingkup komunikasi publik, kemampuan dalam menyampaikan pesan secara efektif dan dapat meyakinkan seseorang menjadi hal yang sangat penting, khususnya dalam konteks dakwah. Dimana dakwah juga dikatakan sebagai bentuk dari komunikasi, karena melibatkan berbagai unsur komunikasi yang terdapat juga dalam dakwah. Unsur-unsur tersebut mencakup komunikator yang disebut da'I, penerima pesan yang dikenal sebagai ma'du, serta metode dalam istilah dakwah disebut thoriqoh (Prianto, 2023).

Komunikasi dakwah dapat dimaknai sebagai upaya menyampaikan ajaran Islam dengan tujuan untuk mempengaruhi audiens dakwah agar senantiasa beriman, memahami, menjalankan, menyebarluaskan, serta mempertahankan kebenaran nilai-nilai islam (Handayani & Daulay, 2020). Salah satu aspek yang mendukung efektivitas komunikasi dakwah adalah retorika, yakni seni berbicara yang bertujuan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi audiens. Retorika

dalam dakwah memiliki peran sebagai sarana estetik yang sangat penting, karena dakwah tanpa ilmu retorika akan cenderung bersifat monoton (Kader, 2020). Pentingnya retorika dalam dakwah semakin meningkat di era digital saat ini, karena pola komunikasi masyarakat telah mengalami perubahan yang cukup besar.

Dimasa sekarang ini, perkembangan teknologi memberikan dampak yang begitu besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, dan salah satunya adalah cara berkomunikasi. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin canggih membuat penyampaian informasi menjadi cepat dan efisien sehingga menciptakan dunia yang saling terhubung. Kehadiran internet serta media sosial akan memberikan peluang baru di sejumlah bidang, seperti pendidikan, bisnis, hingga kegiatan dakwah. Media merupakan ruang representasi berbagai ideologi. Di satu sisi, media dapat menyebarkan ideologi, penguasaan dan pengendalian wacana publik, tetapi di sisi lain menjadi alat perlawanan terhadap kekuasaan (Putra & Lubis, 2019). Peran media bergantung pada siapa yang mengendalikan dan bagaimana media digunakan. Jika digunakan oleh pihak yang berwenang, media dapat menjadi alat komunikasi dan pengendalian opini publik. Namun, jika dimanfaatkan oleh masyarakat, media dapat menjadi sebagai sarana kritik dan perlawanan terhadap kekuasaan.

Perkembangan dakwah secara virtual mulai muncul di Indonesia pada tahun 1994 seiring dengan hadirnya Indonet sebagai penyedia layanan internet pertama di Indonesia (Purbajati, 2021). Sebelumnya dakwah sering dilakukan secara langsung di masjid maupun ditempat umum lainnya, namun saat ini

platform digital telah menjadi sarana utama bagi banyak pendakwah dan salah satu platform yang banyak digunakan adalah YouTube. YouTube merupakan sebuah platform media sosial yang berbentuk situs dengan menawarkan berbagai jenis video, mulai dari klip musik hingga film, serta video yang diunggah oleh pengguna YouTube itu sendiri (Geriya, 2021). Pendakwah dapat memanfaatkan platform YouTube sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas. Dengan jangkauan yang luas, YouTube memungkinkan ceramah tersebut dapat diakses oleh jutaan pengguna dari berbagai belahan dunia.

Salah satu pendakwah yang menggunakan platform digital untuk menyampaikan ceramahnya adalah Gus Miftah. Pria bernama lengkap Miftah Maulana Habiburrahman ini dikenal sebagai pendakwah yang memiliki gaya komunikasi khas dan unik. Salah satu ciri khas dakwahnya adalah mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat, termasuk mereka yang sering dianggap jauh dari nilai-nilai keagamaan. Hal tersebut dapat dilihat dari dakwahnya yang dilakukan di tempat-tempat yang tidak biasa, seperti klub malam atau lokasi hiburan lainnya. Pendekatan tersebut memperlihatkan bahwa Gus Miftah memiliki pemahaman mengenai penyesuaian gaya komunikasi dengan audiens. Dimana pesan-pesan dakwahnya sering disampaikan dengan cara santai dan penuh dengan humor. Dengan gaya retorika yang khas, Gus Miftah mampu menyampaikan ceramah yang informatif, menghibur, dan relevan dengan kebutuhan audiens.

Di era digital saat ini, Gus Miftah telah memanfaatkan media sosial dan platform berbagi video seperti YouTube sebagai sarana dakwah. Salah satu kanal

YouTube yang digunakan olehnya adalah Dakwah Pedia. Melalui platform ini, pesan dakwahya dapat diakses oleh jutaan penonton dari berbagai kalangan. Dengan memanfaatkan teknologi, Gus Miftah mampu menjangkau audiens secara lebih luas dibandingkan dengan menggunakan metode dakwah tradisional. Dalam salah satu dakwahya pada edisi Pengajian Akbar di Boyolali, Gus Miftah menunjukkan kemampuan retorikanya untuk membangun hubungannya dengan audiens. Dakwah ini menarik perhatian audiens tidak hanya dari sisi topiknya, tetapi juga karena cara penyampaianya. Dalam dakwahya, Gus Miftah menggunakan unsur retorika seperti ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika) untuk membangun hubungan dengan para audiens.

Dakwah Gus Miftah pada acara Pengajian Akbar di Boyolali menjadi topik yang menarik untuk dibahas, karena menggambarkan bagaimana strategi retorika komunikasi dapat mendukung keberhasilan dakwah di era digital. Penekanan pada kepentingan materi, penerapan humor, serta kemampuan untuk mengkomunikasikan pesan agama dengan bahasa yang mudah dipahami merupakan unsur yang menjadikannya berhasil.

Namun, terdapat permasalahan terkait dengan gaya penyampaian Gus Miftah yang dianggap kurang sopan oleh beberapa pihak. Walaupun penggunaan humor dan pendekatan yang terbuka dapat menjadikan dakwah lebih menarik, namun hal tersebut dianggap kurang sopan dan mengurangi kesucian pesan dakwah. Permasalahan ini penting untuk dibahas, karena dapat mempengaruhi persepsi audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Penggunaan media digital sebagai sarana dakwah juga memiliki tantangan tersendiri yaitu harus

bersaing dengan konten lainnya yang bersifat menghibur. Dalam situasi ini kemampuan pendakwah untuk mengemas ceramah dengan penerapan retorika yang efektif sangat diperlukan. Analisis terhadap ceramah Gus Miftah akan memberikan pemahaman mengenai bagaimana retorika dapat digunakan secara efektif untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan agama secara efektif.

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada kajian komunikasi dakwah, tetapi juga mengoptimalkan penggunaan media digital agar dapat menjangkau audiens secara luas. Dengan memahami unsur-unsur retorika yang digunakan oleh Gus Miftah dapat memberikan pemahaman untuk mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang efektif, namun tetap menjaga etika dan kesopanan dalam penyampaian ceramah. Fenomena dakwah digital menunjukkan adanya perubahan dalam cara masyarakat untuk mengakses informasi keagamaan. Perkembangan teknologi telah mengubah pola interaksi antara pendakwah dengan audiens. Hal tersebut menuntut pendakwah untuk terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan kebutuhan audiens. Retorika dalam hal ini menjadi alat yang penting untuk memastikan pesan dakwah harus tetap relevan dan bermakna di era digital saat ini.

Oleh karena itu, penelitian tentang analisis retorika komunikasi Gus Miftah dalam ceramahnya melalui platform YouTube Dakwah Pedia edisi Pengajian Akbar Boyolali penting untuk diteliti. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada bagaimana unsur-unsur retorika digunakan dalam komunikasi dakwah, tetapi juga

memberikan wawasan lebih luas terkait dengan dakwah di era digital yang efektif dan relevan bagi masyarakat saat ini.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada permasalahan yang ingin dipecahkan. Adapun batasan masalah yang telah ditentukan oleh penulis dalam penelitian ini, yaitu:

1) Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada ceramah yang disampaikan oleh Gus Miftah pada kanal YouTube Dakwah Pedia dengan edisi Pengajian Akbar Boyolali.

2) Ruang Lingkup Analisis

Analisis retorika yang digunakan Gus Miftah, yang meliputi etos, logos, dan pathos.

3) Konteks Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada analisis komunikasi retorika yang terdapat pada platform YouTube, dan tidak mengkaji dampak atau penerimaan langsung dari audiens secara offline.

4) Waktu Publikasi

Video yang di analisis merupakan video yang dipublikasikan pada kanal YouTube Dakwah Pedia pada tanggal 24 Desember 2024 dengan edisi Pengajian Akbar Boyolali.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana retorika komunikas Gus Miftah dalam ceramah melalui platform YouTube Dakwah Pedia edisi Pengajian Akbar Boyolali?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pola retorika komunikasi yang digunakan Gus Miftah dalam ceramahnya melalui platform YouTube Dakwah Pedia edisi Pengajian Akbar Boyolali, dengan memfokuskan penelitian pada penerapan teknik retorika seperti ethos, pathos, dan logos.

2) Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pembaca dapat memberikan manfaat bagi pembaca:

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan pemahaman terkait dengan penerapan retorika komunikasi dalam dakwah melalui platform YouTube. Serta memberikan referensi dimasa depan bagi penelitian yang sama.

b) Manfaat Praktis

Memberikan informasi yang berguna untuk para pendakwah dan para pengelola konten digital untuk meningkatkan

kualitas ceramah mereka, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan lebih baik dan efektif melalui YouTube.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Pada bab ini, peneliti menjelaskan landasan teori dan konsep dasar yang relevan dengan penelitian mengenai Retorika, Retorika Aristoteles, Komunikasi Dakwah, dan Youtube.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan, kerangka konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, peneliti akan membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Retorika

2.1.1 Pengertian Retorika

Secara etimologis, kata “retorika” berasal dari bahasa Yunani Kuno dengan istilah “*rhethrike*”. Istilah tersebut dalam bahasa Yunani memiliki makna yang luas bukan hanya sekedar kemampuan dalam berbicara tetapi merujuk pada sebuah kemampuan khusus yang dimiliki oleh setiap individu dalam menggunakan kata-kata yang efektif dan persuasive. Melalui pemahaman yang lebih mendalam, “*rhethrike*” mengarah pada kemampuan individu dalam merancang dan menyuarakan pendapat, informasi, dan inspirasi kepada individu lainnya. Oleh karena itu, retorika dapat dikatakan bukan hanya sekedar kemampuan berbicara tetapi juga meliputi metode serta strategi dalam menyampaikan pesan secara jelas (Dewi, 2023).

Retorika berasal dari bahasa Inggris yakni “*rhetoric*” yang dimana kata tersebut berasal dari bahasa latin yaitu “*rhethorica*”, yang berarti sebagai ilmu berbicara maupun seni berkomunikasi menggunakan kata-kata (Furqan et al., 2023). Retorika memiliki sifat yang khusus sebagai sebuah ilmu, yaitu rasional, empiris, umum, dan akumulatif. Sifat rasional dalam retorika merujuk pada penyampaian pesan yang disampaikan dengan cara yang sistematis dan logis sehingga mudah dipahami oleh penerima pesan.

Berdasarkan keterangan yang terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bahwa kata “retorika” memiliki arti sebagai suatu kemampuan maupun keterampilan berbahasa dengan cara yang efektif (Makuta, 2025). Penjelasan tersebut menyatakan bahwa retorika tidak hanya sekedar berbicara, namun juga melibatkan kemampuan dalam menyusun kata-kata. Dalam istilah lain, retorika merujuk pada seni berkomunikasi yang tidak hanya mengutamakan pada isi pesan yang disampaikan tetapi juga cara bagaimana penyampaian pesan yang mudah dipahami.

Menurut beberapa pengertian retorika diatas dapat dilihat bahwa retorika merupakan suatu seni dalam berbicara yang tidak hanya berfokus pada kemampuan berbicara tetapi juga melibatkan metode dan strategi dalam menyampaikan pesan yang bersifat rasional, empiris, dan umum sehingga mudah untuk dipahami.

2.1.2 Teori Retorika Aristoteles

Dalam kajian ini, peneliti menggunakan sebuah Teori Retorika Aristoteles sebagai landasan teoritis yang digunakan untuk memahami bagaimana Gus Miftah dalam menyampaikan dakwahnya melalui platform YouTube Dakwah Pedia edisi pengajian akbar Boyolali. Teori Retorika Aristoteles merupakan sebuah teori yang sangat klasik, hal tersebut dikarenakan Aristoteles merupakan tokoh pertama yang mengembangkan komunikasi sebagai komunikasi persuasif (Kader, 2020). Aristoteles berpendapat bahwa retorika merupakan seni berbicara yang digunakan untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain (Yulianto, 2023). Dalam hal ini,

retorika bukan hanya sebatas berbicara tetapi juga melibatkan pemilihan kata yang tepat, serta penyusunan argument yang meyakinkan.

Retorika Aritoteles sebaiknya dipahami sebagai dua aspek yang saling terkait, yaitu sebagai seorang filsuf dan sebagai teori retorika yang dikembangkan khusus untuk konteks politik. Sebagai seorang filsuf, Aristoteles menciptakan dasar-dasar pemikiran yang mengarah pada cara berbicara yang persuasif, sedangkan untuk teori retorikanya mengutamakan pada strategi berbicara yang berkaitan dengan situasi politik (Aisyah, 2022).

Teori Retorika Aristoteles memiliki dua prinsip utama. Prinsip pertama yaitu seorang pembicara publik yang efektif harus memperhatikan audiens yang dihadapi serta menggunakan sejumlah bukti dalam bicara di depan publik (Dhia et al., 2021). Prinsip kedua yang menjadi dasar teori Aristoteles yaitu terdapat hubungan antara tiga bukti retorik yaitu logika (logos), emosi (pathos), dan etika (ethos). Berdasarkan prinsip ini, seorang pembicara yang efektif harus memanfaatkan berbagai bukti penyampaian pesan mereka yang merujuk pada pendekatan persuasif (Venus et al., 2019).

Retorika Aristoteles terdiri dari tiga jenis konsep utama, yaitu retorika forensik, retorika demonstratif, dan retorika deliberatif. Ketiga jenis retorika ini saling berhubungan dalam memberikan alat untuk menyuarakan pendapat secara efektif dalam berbagai situasi serta memiliki fungsinya masing-masing dalam berkomunikasi dan mempengaruhi (Fikry, 2020). Retorika forensik merupakan suatu jenis retorika yang berfokus pada peristiwa-peristiwa yang telah terjadi dimasa

lalu. Tujuan dari retorika jenis ini yaitu digunakan untuk membela atau menyalakan seseorang yang biasanya digunakan dalam pengadilan (Fahrudin et al., 2022). Retorika demonstratif merupakan jenis retorika yang bertujuan untuk memuji atau mengkritik suatu pihak baik individu, kelompok, maupun organisasi untuk menciptakan citra yang baik maupun buruk dari objek tersebut (Syafi'i & Juwita, 2024). Retorika deliberatif merupakan jenis retorika yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi audiens agar dapat membuat keputusan dengan mempertimbangkan akibat dan manfaat yang akan diterima dari Keputusan tersebut (Muttaqien, 2023).

2.1.3 Tujuan Retorika

Tujuan utama retorika adalah persuasi, yang diartikan sebagai bentuk metode komunikasi yang menekankan pada suatu ajakan, permohonan, maupun bujukan (Husniyah, 2023). Persuasi bertujuan untuk mempengaruhi emosi audiens sehingga pembicara dapat membangun hubungan emosional yang kuat dengan audiens. Dalam persuasi, hal yang menjadi inti dari proses komunikasi adalah kemampuan individu dalam berbicara yang dapat mempengaruhi individu lainnya agar yakin dengan apa yang sedang dibicarakan. Sebagian besar tujuan retorika adalah untuk memberikan pengaruh kepada audiens atau komunikan. Dalam penerapannya, retorika mengutamakan penggunaan bahasa yang efektif agar dapat memberikan pengaruh kepada audiens dalam kondisi tertentu (Habibi & Yuliana, 2024).

2.1.4 Manfaat Retorika

Dari awal kemunculannya retorika sudah diperkenalkan sebagai ilmu yang sangat berperan dalam mempengaruhi pandangan masyarakat. Aristoteles telah merumuskan empat manfaat dari retorika, yaitu :

- 1) Retorika dapat membantu pembicara dalam mengambil keputusan yang tepat.
- 2) Retorika memberikan petunjuk kepada pembicara untuk dapat memilih argument yang tepat dan kuat.
- 3) Retorika melatih pembicara dalam menyampaikan pesan yang dapat mempengaruhi audiens.
- 4) Retorika membantu pembicara agar dapat berbicara secara tepat dan terstruktur (Sulistyarini & Zainal, 2020).

2.2 Komunikasi Dakwah

2.2.1 Pengertian Komunikasi Dakwah

Komunikasi dan dakwah merupakan dua hal yang memiliki kesamaan, tetapi tetap memiliki perbedaan. Walaupun memiliki perbedaan, keduanya masih saling berkaitan dalam kegiatan dilingkungan masyarakat, terutama untuk masyarakat yang tinggal dilingkungan dengan nilai-nilai agama yang kental. Dalam penerapannya, komunikasi dan dakwah terjadi dalam proses yang sama.

Secara garis besar, dakwah dan komunikasi memiliki kesamaan dalam prosesnya. Namun dari segi disiplin ilmu, keduanya didasarkan pada konsep dasar yang berbeda. Secara etimologi, kata “komunikasi” dalam bahasa Inggris berasal

dari kata “*communication*”, yang diambil dari bahasa Latin yaitu “*communicatio*”. Kata tersebut berasal dari sebuah kata dasar ialah “*communis*” yang memiliki arti “sama” atau “bersama” (Prianto, 2023). Berdasarkan aspek tersebut, komunikasi dapat diartikan sebagai suatu upaya dalam menyampaikan gagasan atau pesan dari satu pihak ke pihak lain yang memiliki tujuan agar kedua belah pihak mencapai pemahaman yang sama. Pemahaman ini memperlihatkan pentingnya interaksi antara individu maupun kelompok untuk saling bertukar informasi.

Secara trimonologi, komunikasi memiliki arti sebagai suatu proses yang melibatkan suatu penyampaian informasi maupun pesan dari satu individu ke individu lainnya (D. Hariyanto, 2021). Proses ini tidak hanya berfokus pada tindakan verbal, tetapi juga mencakup segala bentuk interaksi yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi menjadi wadah untuk pertukaran informasi yang memungkinkan tercapainya suatu pemahaman yang sama antara kedua belah pihak.

Menurut Hovland, Jains, dan Kelly, komunikasi merupakan suatu proses dimana seorang komunikator mengirimkan sebuah stimulus yang pada umumnya dalam bentuk kata-kata yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi maupun mengubah perilaku individu atau kelompok. Hal ini melibatkan pengiriman pesan yang dirancang untuk mempengaruhi tindakan dari pihak yang menerima pesan (Pohan & Fitria, 2021). JA Devito mendefinisikan komunikasi sebagai bentuk kegiatan yang dilakukan oleh satu maupun lebih individu yang saling mengirimkan dan menerima informasi yang dipengaruhi oleh hambatan atau

gangguan. Hal ini memberikan peluang kepada individu untuk memberikan respon atau umpan balik yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah yang saling mempengaruhi (Pohan & Fitria, 2021). Lexicographer berpendapat bahwa komunikasi merupakan upaya yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang saling bertukar informasi, gagasan, atau perasaan. Komunikasi dalam hal ini, menjadi sarana untuk menyampaikan maksud atau ide (Zamzami & Sahana, 2021).

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu *da'wah* yang berarti ajakan. Dalam hal ini, ajakan tersebut mengarah pada kegiatan untuk beriman kepada Allah SWT. Jika analisis lebih mendalam, kata *da'wah* berasal dari bentuk kata *masdar* atau kata benda yang terbentuk dari kata kerja *da'a yad'u*. Kata kerja tersebut memiliki arti mengajak atau memanggil, yang dalam konteks dakwah berarti mengajak dalam hal beriman kepada Allah SWT (Hayat & Riam, 2022). Sementara, secara terminologis, dakwah disebut sebagai suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengajak, menyeru, atau mengarahkan manusia untuk mengikuti jalan yang diridhai oleh Allah SWT sesuai dengan Aqidah, ibadah, dan syariat (Handayani & Daulay, 2020).

Muhammad Natsir berpendapat bahwa dakwah merupakan upaya mengajak dan menyampaikan kepada individu maupun seluruh umat manusia mengenai pemahaman dan tujuan hidup menurut ajaran Islam. Hal ini mencakup perintah untuk melakukan kebaikan dan mencegah kemungkaran, dengan menggunakan metode dan saluran yang diperbolehkan dengan menekankan pada perilaku moral yang baik (Purbajati, 2021). Moh. Ali Aziz dan Bakar Zakaria

menyatakan bahwa dakwah merupakan usaha yang dilakukan oleh para ulama dan individu yang memiliki pengetahuan agama Islam untuk mengajarkan kepada masyarakat umum, sesuai dengan kapasitas yang dimiliki. Quraish Shihb mendefinisikan dakwah sebagai bentuk ajakan atau seruan yang memiliki tujuan untuk membawa seseorang menuju pemahaman yang lebih baik, serta usaha untuk mengubah keadaan yang buruk menjadi lebih baik dalam suatu lingkungan masyarakat (Aminudin & Suradika, 2022).

Komunikasi Dakwah merupakan proses penyampaian pesan dan informasi yang berkaitan dengan ajaran Islam, dengan tujuan mempengaruhi penerima pesan (mad'u) agar memahami, menyakinkan, mengamalkan, menyebarluaskan, dan kebenaran ajaran islam (Rohmah, 2021). Komunikasi dakwah juga dapat diartikan sebagai upaya penyampaian pesan-pesan keagamaan melalui berbagai bentuk komunikasi. Kegiatan ini dapat dilakukan oleh siapapun dan tidak semata-mata menjadi tanggung jawab seorang mubaligh. Selama pesan yang disampaikan bertujuan untuk mengajak kepada kebaikan (amar m'ruf) dan mencegah keburukan (nahi munkar), sudah dikatakan sebagai dakwah (Prianto, 2023). Proses komunikasi dakwah berjalan sama halnya dengan proses komunikasi pada umumnya yang dimulai dari dai sebagai komunikator, hingga menghasilkan sebuah feedback dari penerima pesan (ma'du) (Rohmah, 2021). Komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai pengiriman sebuah informasi maupun pesan yang bersumber dari Al-Qur'an, hadis, dan nilai-nilai Islam dengan tujuan mengubah penerima pesan menjadi lebih baik (Aminudin & Suradika, 2022).

2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah

Secara umum, komunikasi dakwah memiliki lima elemen yang sangat penting dalam mendukung keberlangsungan, yaitu:

- 1) Da'i yang berperan sebagai pelaku utama dalam dakwah yang menyampaikan ajaran islam.
- 2) Mad'u adalah penerima atau target dari kegiatan dakwah.
- 3) Maddah berupa materi dakwah maupun isi pesa yang disampaikan.
- 4) Wasilah merupakan sarana atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan
- 5) Atsar dapat dikatakan sebagai bentuk dampak atau pengaruh sebelum dan setelah menerima pesan dakwah (Syam et al., 2023).

2.3 YouTube

2.3.1 Pengertian YouTube

Internet telah membawa perubahan yang besar dan inovasi dalam cara manusia berkomunikasi dan mengakses informasi. Permasalahan klasik yang dihadapi oleh manusia, seperti keterbatasan ruang, jarak, dan waktu kini telah teratasi. Dengan hadirnya internet, berbagai platform media sosial telah muncul dan berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk saling terhubung secara interaktif. Melalui media sosial, individu dapat berinteraks tanpa harus berada dilokasi yang sama atau bertemu secara langsung (Hidayat et al., 2023). Kemudahan tersebut menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam

pertukaran informasi dan ekspresi diri. Selain itu, media sosial juga berperan dalam membangun jaringan komunikasi tanpa batas.

Salah satu media sosial yang sangat berpengaruh saat ini adalah YouTube, sebuah platform berbagai video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan membagikan video secara gratis (Sinaga & Nasution, 2020). Pertama kali YouTube didirikan pada tahun 2005 sebagai suatu proyek inovatif yang menyediakan platform digital bagi pengguna untuk berbagi video dengan format audio visual. YouTube didirikan oleh tiga pendiri yang memiliki keahlian dalam bidang teknologi yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim (Aini et al., 2021). Pada awalnya YouTube dirancang untuk memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video pribadi yang dapat diakses di seluruh dunia.

Pada dasarnya, YouTube telah menjadi sebuah platform media sosial yang memiliki peran sangat penting di era digital sekarang ini. Kemunculannya memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mencari berbagai jenis informasi. YouTube merupakan platform media sosial yang fokus pada konten multimedia. YouTube memberikan tempat bagi penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan membagikan berbagai jenis konten dalam bentuk video (A. Hariyanto & Putera, 2022). Platform ini dirancang untuk mempermudah dalam mencari informasi dalam bentuk audio dan visual, sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan kreativitas, menyampaikan pesan, atau hanya sekedar menghibur audiens secara luas.

YouTube sebuah platform berbasis video yang menyajikan banyak informasi dalam bentuk visual yang sebagai “gambar bergerak” (Huda et al., 2022). Sebagai salah satu situs yang populer, YouTube memberikan berbagai kategori informasi yang dapat digunakan oleh pengguna dari seluruh dunia sebagai hiburan hingga edukasi, sehingga menjadikannya sumber informasi yang mudah dijangkau. Komunitas YouTube memberikan aturan kepada para pengguna YouTube mengenai hal-hal apa saja yang tidak diperbolehkan untuk ditampilkan pada konten video YouTube, yaitu:

- 1) Konten yang mengandung unsur seksual atau ketelanjangan.
- 2) Konten yang membahayakan dan merugikan, seperti ajakan untuk membeci seseorang.
- 3) Materi yang mengandung kekesaran dan kata-kata kasar.
- 4) Konten yang melanggar hak cipta, seperti penggunaan video milik orang lain tanpa izin dan tanpa mencantumkan sumber video (A. Hariyanto & Putera, 2022).

BAB III

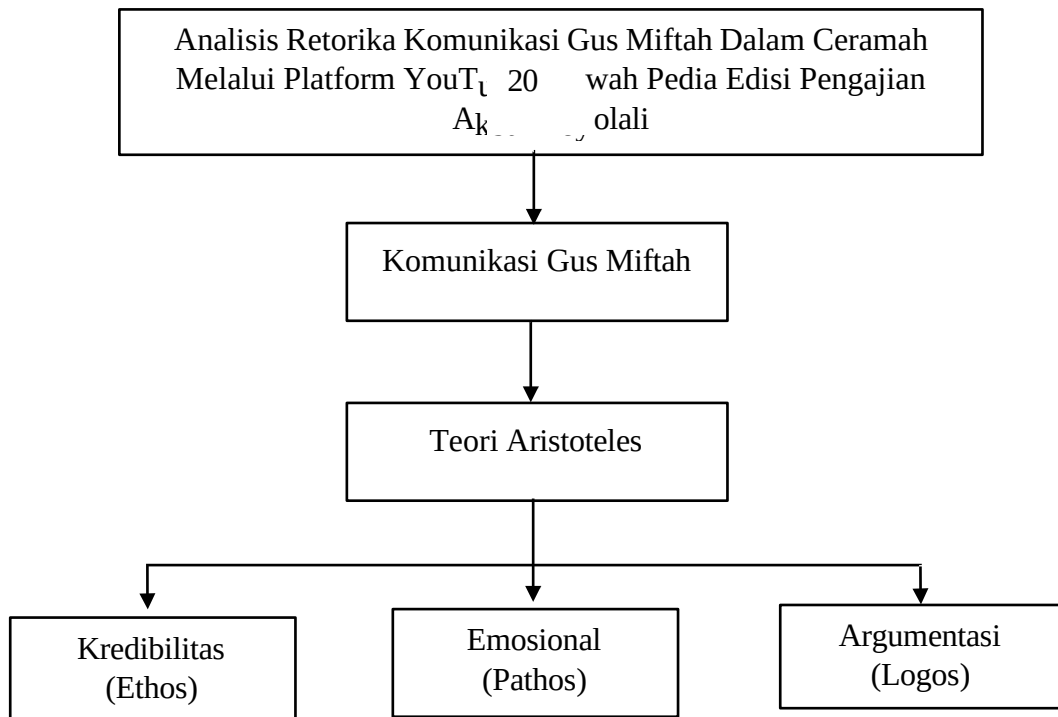
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis retorika untuk mengkaji sebuah strategi komunikasi Gus Miftah dalam ceramah melalui platform YouTube Dakwah Pedia edisi Pengajian Akbar Boyolali. Penelitian ini berfokus pada analisis penggunaan unsur-unsur retorika seperti ethos (kredibilitas pembicara), pathos (emosional), dan logos (logika) yang diterapkan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens. Data diperoleh dari sebuah video ceramah yang dianalisis untuk mengidentifikasi efektivitas strategi komunikasi yang digunakan Gus Miftah dalam membangun hubungan dengan audiens serta menyampaikan nilai-nilai keagamaan secara persuasif.

3.2 Kerangka Konsep

Penelitian ini menggunakan teori retorika Arisoteles yang terdiri dari tiga unsur utama yaitu Ethos, Pathos, dan Logos. Kerangka konsep penelitian ini menggambarkan hubungan antara komunikasi Gus Miftah dengan tiga unsur retorika yang saling mendukung dalam menyampaikan pesan dakwah. Berikut adalah bagan kerangka konsep untuk penelitian ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Bagan 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Definisi Konsep

1) Komunikasi Gus Miftah

Proses interaksi secara verbal dan non-verbal yang dilakukan oleh Gus Miftah dalam ceramahnya untuk menyampaikan pesan moral, agama, dan sosial kepada audiens. Interaksi ini meliputi penggunaan gaya berbicara yang khas, pilihan penggunaan bahasa, serta penyampaian ceramah yang unik seperti humor, intonasi suara, dan ekspresi tubuh.

2) Teori Aristoteles

Aristoteles berpendapat bahwa retorika merupakan “the art of persuasion”, yang berarti bahwa retorika adalah seni dalam menyampaikan pesan dengan cara menakutkan sehingga dapat mempengaruhi audiens. Seni ini melibatkan penggunaan komunikasi yang efektif, seperti kredibilitas (ethos), emosional (pathos), dan argumentasi (logos) (Kader, 2020).

3) Kredibilitas (Ethos)

Kredibilitas ini merujuk pada karakter dan reputasi pembicara yang mempengaruhi cara audiens menilai dan mempercayai pesan yang disampaikan. Dalam ceramah Gus Miftah, kredibilitas mencakup bagaimana penonton memandang dirinya sebagai sosok yang memiliki otoritas dan integritas dalam menyampaikan ajaran agama. Penerapan kredibilitas yang kuat akan meningkatkan rasa kepercayaan audiens terhadap Gus Miftah dan menjadikan pesan dakwah yang disampaikan lebih menakutkan serta diterima dengan baik.

4) Emosional (Pathos)

Dalam Ceramah Gus Miftah, emosional meliputi daya tarik emosional yang mengarah pada cara-cara yang digunakan untuk membangkitkan perasaan tertentu di dalam diri audiens, seperti rasa empati, harapan, ketakutan, atau kebahagiaan. Gus Miftah dapat menggunakan cerita pribadi maupun ekspresi yang menyentuh hati untuk menghubungkan pesan dakwah dengan perasaan audiens, sehingga menciptakan pengalaman emosional yang kuat yang dapat memotivasi perubahan atau tindakan.

5) Argumentasi (Logos)

Argumentasi berperan untuk mendukung pesan yang disampaikan dalam ceramah. Dalam konteks ceramah Gus Miftah melibatkan argumentasi yang logis untuk memperkuat ajaran atau nilai-nilai agama yang ingin disampaikan. Penerapan argumentasi bertujuan untuk memberikan bukti rasional yang dapat membangun kepercayaan audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan, serta menyakinkan mereka bahwa pesan tersebut didasarkan pada alasan yang kuat dan masuk akal.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian ini telah diuraikan sebagai berikut:

1) Kredibilitas

Kredibilitas mencakup bagaimana Gus Miftah dalam menggunakan intonasi, kecepatan berbicara, dan pemilihan kata yang mencerminkan sebuah kredibilitas (kewibawaan) sebagai seorang penceramah dalam menyampaikan ceramah yang dapat mempengaruhi audiens untuk mempercayai pesan yang disampaikan.

2) Emosional

Emosional merupakan kemampuan Gus Miftah dalam membangkitkan perasaan audiens melalui cerita-cerita yang menggugah, penggunaan humor, atau penyampaian ceramah yang penuh perasaan. Sehingga terbentuk koneksi emosional audiens yang mendalam dengan pesan dakwah.

3) Argumentasi

Argumentasi yang didukung oleh penalaran logis merujuk pada penyampaian informasi yang jelas dan terstruktur, serta penggunaan fakta atau contoh untuk meyakinkan audiens bahwa pesan dakwah didasarkan pada alasan yang logis.

Adapun kategorisasi dari penelitian ini yaitu:

Kategorisasi	Indikator
Komunikasi Gus Miftah	- Kredibilitas
	- Emosional
	- Argumentasi

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menonton video ceramah Gus Miftah melalui platform YouTube Dakwah Pedia edisi Pengajian Akbar Boyolali. Peneliti akan menyaksikan secara keseluruhan video ceramah untuk memperoleh pemahaman mengenai isi ceramah, gaya komunikasi, serta strategi retorika yang digunakan oleh Gus Miftah. Selama proses menonton video, peneliti juga akan melakukan tangkap layar dari bagian-bagian video yang dianggap relevan dengan momen yang terdapat unsur-unsur retorika (ethos, pathos, logos) yang muncul pada ceramah. Tangkap layar tersebut digunakan sebagai bukti visual dan bahan analisis.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori retorika Aristoteles yang berfokus untuk melakukan analisis pada tiga unsur retorika ialah ethos, pathos, dan logos. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana Gus Miftah membangun kredibilitas (ethos), mempengaruhi emosi audiens (pathos), serta menyampaikan argument yang logis (logos) dalam ceramahnya. Data dianalisis secara kualitatif untuk memahami bagaimana unsur-unsur retorika tersebut digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif kepada audiens.

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2025 sampai dengan Maret 2025, dengan fokus pada ceramah Gus Miftah yang disiarkan melalui platform YouTube Dakwah Pedia Edisi Pengajian Akbar Boyolali. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menonton dan menganalisis video ceramah yang dipublikasi pada 24 Desember 2024. Lokasi penelitian yang berfokus pada penggunaan media digital yaitu platform YouTube Dakwah Pedia.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Gus Miftah

Miftah Maulana Habiburrahman merupakan sebuah nama lengkap dari seorang pendakwah yang sering dikenal dengan nama Gus Miftah. Gus Miftah lahir pada 5 Agustus 1981 di Lampung Timur. Sebagai seorang pendakwah, Gus Miftah memiliki karakteristik yang unik dengan rambut panjang serta pakaian tradisional Jawa seperti kemeja hitam, blangkon, kacamata hitam, dan tongkat yang selalu dibawa olehnya yang menjadi ciri khasnya sehingga mudah untuk dikenali oleh masyarakat.

Gambar 4.1 Profil Gus Miftah



Sumber: Suara.com

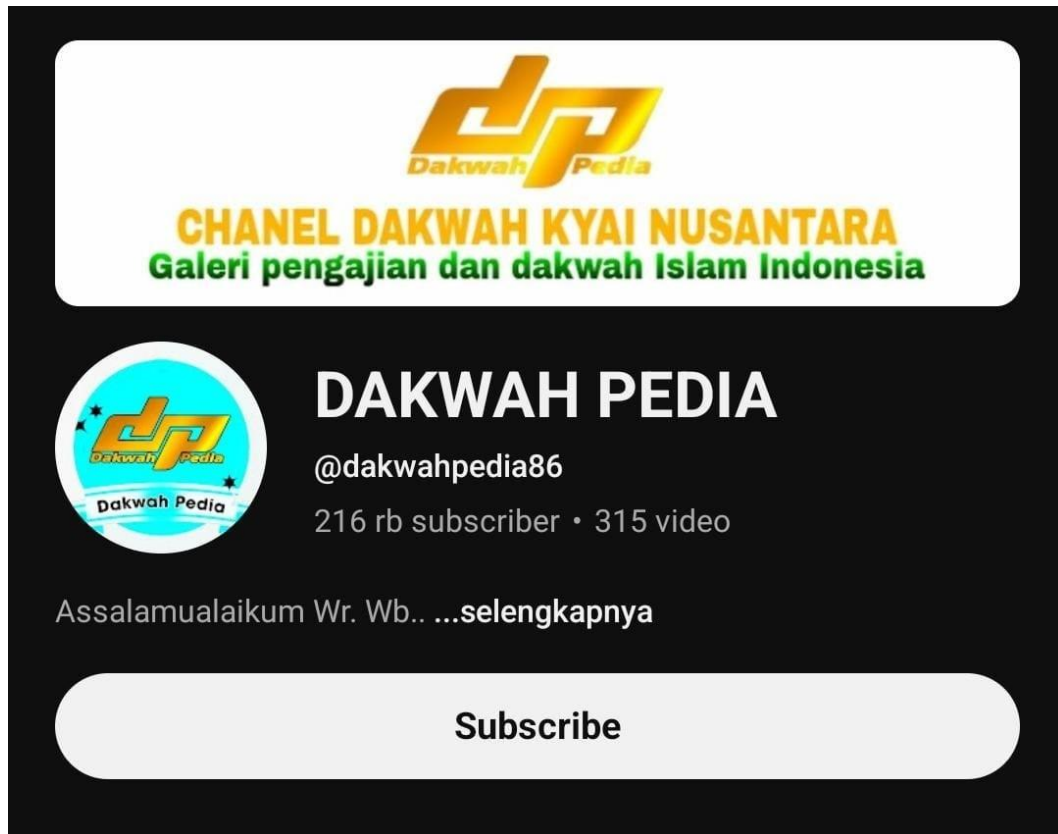
Dalam perjalanan pendidikannya, Gus Miftah merupakan alumni dari Pondok Pesantren Bustanul Ulum Jayasakti yang berlokasi di Lampung Tengah. Setelah menyelesaikan pendidikannya di Madrasah Aliyah yang setara dengan SMA dengan pencapaian sebagai peraih nilai akhir tertinggi diantara santri madrasah seprovinsi Lampung, Gus Miftah memutuskan untuk merantau ke Yogyakarta pada tahun 1999.

Gus Miftah sempat berkuliah di salah satu universitas di Yogyakarta yaitu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, namun studinya tidak selesai hingga ditahun terakhir. Meskipun begitu, beliau meneruskan pendidikannya di Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan jurusan Pendidikan Agama Islam hingga selesai. Selama masa perkuliahan, Gus Miftah aktif dalam organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII). Pada tahun 2023, Gus Miftah berhasil menyelesaikan studinya. (Amania, 2024).

4.2 Konteks Ceramah di YouTube Dakwah Pedia

Kanal YouTube Dakwah Pedia merupakan platform digital yang menyajikan berbagai ceramah dari para ulama, ustadz, dan ustdzah yang berasal dari Jawa. Ceramah ataupun dakwah yang ditamikan membahas beragam tema keislaman, mulai dari akidah, ibadah, akhlak, hingga kajian sosial dan kebangsaan. Salah satu ciri khas dari kanal ini yaitu kemampuannya menyajikan dakwah dengan pendekatan yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat khususnya untuk masyarakat yang menggunakan bahasa Jawa.

Gambar 4.2 Kanal YouTube Dakwah Pedia



Sumber: <https://youtu.be/tZjUk8Ugolw?si=p6xzKnFs0bjwbH-c>

Salah satu ceramah yang diunggah di kanal ini adalah yang disampaikan oleh Gus Miftah dalam acara Pengajian Akbar di Boyolali. Ceramah ini mengangkat tema utama mengenai peningkatan ketakwaan serta penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Tema tersebut dipilih karena relevan dengan kondisi sosial masyarakat, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan moral dan spiritual di era modern. Dengan gaya penyampaian yang santai namun penuh makna, Gus Miftah memberikan nasihat dan motivasi kepada para audiens. Pengajian Akbar Boyolali diselenggarakan di sebuah tanah lapang yang terbuka yang mampu menampung ribuan jamaah. Lokasi ini dipilih agar banyak masyarakat yang dapat menghadiri secara langsung dan mendapatkan

manfaat dari ceramah yang disampaikan. Audiens yang mengikuti ceramahnya ini terdiri dari berbagai kalangan mulai dari santri, tokoh agama, hingga masyarakat umum yang ingin memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai ajaran Islam. Kehadiran jemaah yang begitu beragam menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat, baik latar belakang pendidikan formal maupun nonformal bagi. Bagi mereka yang tidak dapat hadir secara langsung, video ceramah tersebut diunggah ke YouTube Dakwah Pedia, sehingga dapat diakses secara luas.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Gambaran Umum Ceramah Gus Miftah di YouTube Dakwah Pedia

Ceramah yang disampaikan oleh Gus Miftah dalam kanal YouTube Dakwah Pedia dengan edisi Pengajian Akbar Boyolali menjadi salah satu momen dakwah yang berkesan bagi masyarakat. Pengajian ini merupakan suatu bentuk pengajian halal bihalal warga masyarakat Desa Dukuh Cekelan yang dihadiri oleh berbagai kalangan, mulai dari para kiyai, ulama, tokoh agama, masyarakat umum, hingga para pejabat. Dengan karakteristik komunikasi yang khas, Gus Miftah menghadirkan ceramah yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga komunikatif dan interaktif. Pengajian ini diselenggarakan di area terbuka dengan jumlah jemaah yang cukup besar. Dalam ceramahnya, Gus Miftah tidak hanya menyampaikan pesan-pesan keagamaan, tetapi juga mengajak audiens untuk membayangkan nilai-nilai sosial yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan suara yang lantang dan penuh semangat, Gus Miftah menyampaikan

ceramah dengan gaya yang khas, sehingga menjadikannya lebih dari sekedar menyampaikan materi, tetapi juga sebagai pengalaman yang menginspirasi dan menghibur.

Gambar 4.3 Deskripsi Video



Sumber: <https://youtu.be/tZjUk8Ugolw?si=p6xzKnFs0bjwbH-c>

Dalam kesempatan ini, Gus Miftah mengangkat tema sosial mengenai pentingnya berbuat baik tanpa syarat. Tema ini menjadi sangat relevan di tengah kehidupan masyarakat yang sering kali mempertimbangkan berbagai hal sebelum berbuat baik. Melalui ceramahnya, Gus Miftah menekankan bahwa kebaikan

seharusnya dilakukan dengan tulus tanpa mengharapkan sebuah balasan atau pamrih dari seseorang. Ceramah ini memiliki durasi kurang lebih satu jam, yang dimana Gus Miftah membahas berbagai aspek dari tema yang diangkat dengan gaya komunikasi yang menarik. Keterlibatan audiens dalam ceramah ini sangat tinggi dari respon mereka yang antusias terhadap representasi Gus Miftah. Gaya komunikasi yang digunakan dalam ceramah ini menjadi salah satu daya tarik utama. Gus Miftah memiliki cara menyajikan materi ceramah secara lugas, dengan membangun dialog kepada para jamaah sehingga dapat menciptakan suasana yang akrab. Hal ini membuat Gus Miftah menjadi lebih dekat dengan para audiens dan mudah diterima oleh berbagai kalangan.

Gambar 4.4 Interaksi Gus Miftah Dengan Audiens



Sumber: Kanal YouTube Dakwah Pedia Edisi Pengajian Akbar Boyolali

Sebagai seorang pendakwah Gus Miftah mampu menarik perhatian audiens dengan caranya yang unik dalam menyampaikan pesan dakwah. Salah satu ciri khas dalam ceramahnya adalah penggunaan contoh dari kehidupan

sehari-hari yang relevan dengan kenyataan yang dihadapi masyarakat. Dengan memberikan ilustrasi yang konkret, pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, Gus Miftah juga dikenal sebagai pendakwah yang tidak kaku dalam membawakan ceramah. Gus Miftah sering kali memasukkan humor dan candaan yang berkaitan dengan pemilu dan politik, yang membuat jamaah tetap terhibur dan tidak merasa jenuh. Namun terkadang humor yang digunakannya terkesan kurang sopan sehingga dapat mengurangi sensibilitas pesan dakwah yang disampaikan. Kemampuan Gus Miftah dalam menggabungkan humor dengan pesan moral menjadikan ceramahnya lebih menarik dan mudah diterima oleh berbagai kalangan. Gaya komunikasinya yang santai namun tetap bermakna membuat pesan dakwah tidak terasa berat, namun tetap memberikan dampak kepada pendengarnya. Dengan pendekatan ini, Gus Miftah berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda yang sering kali kurang tertarik dengan ceramah yang terlalu formal atau monoton. Secara keseluruhan, ceramah Gus Miftah dalam edisi Pengajian Akbar Boyolali yang diunggah pada kanal YouTube Dakwah Pedia merupakan salah satu bentuk dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat. Dengan penggabungan antara tema yang relevan, komunikasi yang interaktif, serta penggunaan humor menjadikan ceramah ini mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada audiens mengenai berbuat baik tanpa syarat. Pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Gus Miftah membuktikan bahwa dakwah tidak harus bersifat

formal dan serius, tetapi dapat dikemas dengan cara lebih ringan dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

4.3.2 Pola Retorika Yang Digunakan Dalam Ceramah

Pola retorika dalam ceramah merupakan startegi komunikasi yang digunakan oleh seorang pendakwah untuk menyampaikan pesan ceramahnya secara persuasif, efektif, dan mudah dipahami oleh audiens. Retorika dalam ceramah bertujuan untuk tidak hanya memberikan informasi tetapi juga membangkitkan emosi, mempengaruhi pola pikir, serta mendorong audiens untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan. Teknik retorika yang diterapkan dalam ceramah mencakup berbagai pendekatan, seperti penggunaan ethos (kredibilitas), phatos (emosi), dan juga logos (logika). Selain itu, strategi komunikasi seperti pengulangan kata, perbandingan, serta storytelling sering kali digunakan untuk menarik perhatian dan memperkuat pemahaman audiens terhadap isi ceramah.

Dalam penyampaian ceramah, gaya bahasa memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga keterlibatan audiens dan memperkuat pemahaman terhadap pesan yang disampaikan. Pemilihan kata yang sesuai dengan latar belakang audiens, penggunaan intonasi yang dinamis, serta kecepatan berbicara dapat memberikan efek terhadap penyampaian pesan. Selain itu, aspek nonverbal seperti ekspresi wajah, gerakan tangan, dan juga kontak mata dapat meningkatkan efektivitas dalam ceramah. Dengan penerapan pola retorika yang tepat, ceramah

dapat menjadi lebih menarik, mudah dipahami, serta memberikan dampak yang lebih besar kepada audiens.

4.3.3 Penerapan Teknik Retorika dalam Ceramah

Penerapan teknik retorika dalam ceramah merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan seberapa efektif pendakwah dalam menyampaikan pesan ceramah kepada audiens. Seorang pendakwah yang memahami cara memanfaatkan retorika dengan baik akan lebih mudah dalam membangun kredibilitas, membangkitkan emosional pendengar, serta menyampaikan argumentasi yang logis dan menyakinkan. Gus Miftah salah satu pendakwah yang dikenal dengan gaya retorika yang khas dan menarik. Dalam setiap ceramahnya, Gus Miftah seringkali menyampaikan dakwah dengan gaya yang santai dan penuh humor. Hal ini membuat ceramahnya mudah diterima oleh masyarakat.

Melalui beberapa langkah pengumpulan data terkait dengan analisis retorika komunikasi Gus Miftah dalam ceramah melalui platform YouTube Dakwa Pedia edisi Pengajian Akbar Boyolali, diperoleh hasil penerapan retorika Gus Miftah yang ditinjau melalui teori Aristoteles:

1) Ethos (Kredibilitas)

Ethos (kredibilitas) merupakan faktor penting yang menentukan sejauh mana audiens mempercayai pesan yang disampaikan oleh pendakwah. Gus Miftah membangun kredibilitasnya melalui berbagai aspek, yang diantaranya adalah pengalaman pribadi, status sosial, serta referensi agama yang digunakan dalam ceramahnya. Sebagai seorang da'i yang aktif berdakwah diberbagai komunitas,

termasuk dilingkungan yang sulit dijangkau oleh penceramah lain seperti di lokasi hiburan malam. Hal ini membuktikan keberanian serta komitmen kuatnya dalam menyampaikan ajaran agama islam.

Selain itu, status sosialnya sebagai seorang pendakwah yang dikenal luas di media sosial juga turut serta meningkatkan kredibilitasnya di mata audiens. Dengan memiliki banyak pengikut di berbagai platform digital, ceramahnya dapat menjangkau lebih banyak orang dan memberikan dampak yang lebih luas. Gus Miftah juga sering kali mengutip ayat-ayat Al-Qur'an, hadis, serta pendapat para ulama untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Referensi keagamaan ini menjadi bukti bahwa Gus Miftah memiliki pemahaman terhadap ajaran Islam, sehingga audiens lebih mudah menerima argumennya. Dengan menggabungkan pengalaman, status sosial serta penguasaan materi keagamaan yang kuat, Gus Miftah berhasil membangun kredibilitasnya sebagai seorang penceramah yang disegani dan dipercaya oleh berbagai kalangan di masyarakat.

Pada menit ke 4:48 video, MC memperkenalkan Gus Miftah kepada audiens dengan menyebutkan nama lengkap beserta jabatannya yaitu K.H. Miftah Maulana Habiburrahman sebagai pengasuh pondok pesantren Nur Arji Yogyakarta. yang memiliki signifikansi dalam membangun etos, yakni kredibilitas dan otoritas dirinya sebagai seorang ulama serta pendidik. Sebagai pengasuh pondok pesantren, Gus Miftah memiliki ethos yang kuat dalam menyampaikan dakwah dan ilmu keislaman, yang didasarkan pada beberapa aspek kredibilitasnya.

Penampilan atau gaya berpakaian seseorang dapat menjadi faktor penting dalam membangun sebuah kredibilitas. Melalui gaya berpakaian maka akan mencerminkan sebuah karakter dan profesionalisme seseorang. Dalam video ceramah tersebut, gaya berpakaian Gus Miftah didominasi dengan pakaian serba hitam, mengenakan blangkon, serta dilengkapi dengan tongkat dan tasbih. Warna hitam melambangkan ketegasan dan keteguhan dalam menyampaikan nilai-nilai Islam, sementara blangkon melambangkan akar budaya Jawa yang tetap dijunjung dalam metode dakwahnya. Penggunaan tongkat dan tasbih tidak hanya menjadi elemen estetika, tetapi juga memperkuat karakter religius serta kharisma seorang pendakwah yang memiliki kedalaman spiritual. Dengan perpaduan ini, Gus Miftah mampu menarik perhatian berbagai kalangan dan menciptakan pendekatan dakwah yang unik, di mana etosnya tercermin melalui simbol-simbol visual yang kuat dan konsisten.

Gambar 4.5 Gaya Pakaian Gus Miftah



Sumber: Kanal YouTube Dakwah Pedia

2) Pathos (Emosional)

Dalam retorika, pathos mengacu pada penggunaan emosi dalam komunikasi untuk membangun hubungan dengan audiens serta mempengaruhi perasaan para audiens terhadap suatu pesan yang disampaikan. Penggunaan emosi dalam ceramah bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima dan dipahami. Gus Miftah secara konsisten menerapkan pathos dalam ceramahnya melalui berbagai strategi, seperti humor, kisah inspiratif, serta empati terhadap audiens. Salah satu ciri khas ceramah Gus Miftah adalah penggunaan humor yang menghibur para audiens. Humor tidak hanya membuat suasana ceramah lebih santai dan tidak membosankan, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menarik perhatian audiens. Dengan menyisipkan humor dalam penyampaian, Gus Miftah mampu membuat pesan-pesan ceramahnya lebih mudah dipahami dan diterima oleh berbagai kalangan. Humor yang digunakan oleh Gus Miftah seringkali dikaitkan dengan realitas sosial yang dekat dengan kehidupan audiens, sehingga merasa lebih terhubung dengan isi ceramah.

Salah satu penggunaan humor dalam ceramah Gus Miftah dapat dilihat pada menit ke-11 hingga menit ke-15, yang dimana ia menyampaikan candaan mengenai politik, khususnya terkait dengan Presiden Prabowo serta pemilu 01 dan 02. Humor ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga menjadi alat untuk mencairkan suasana, mengurangi ketegangan, serta membuat audiens lebih terbuka terhadap pesan yang disampaikan. Dalam konteks politik yang sering kali memicu perpecahan dimasyarakat, pendekatan humor yang dilakukan oleh Gus

Miftah menunjukkan sikap netralistis dalam berdakwah. Gus Miftah tidak mengangkat isu politik dengan cara provokatif, melainkan dengan gaya bercanda yang mengundang tawa tanpa menyinggung pihak tertentu. Dengan demikian Gus Miftah dapat menyampaikan pesan moral dengan cara yang lebih ringan.

Selain humor, Gus Miftah juga kerap kali menyampaikan kisah-kisah inspiratif yang menggugah emosi. Kisah-kisah ini dapat berupa pengalaman pribadinya dalam berdakwah, maupun cerita dari kehidupan orang lain, maupun kisah-kisah Islami yang memiliki pesan moral kuat. Seperti yang terdapat pada menit ke-10 ia menceritakan kisah Aisyah sebagai berikut:

“Aisyah istrinya kanjeng nabi itu punya cara bagaimana dia berbuat baik. Caranya setiap kali Siti Aisyah memberi orang lain itu dititipkan melalui pihak ketiga. “Tolong barangku kasih ke orang itu, tapi orang itu jangan tau kalau aku yang memberikan barangnya” Ketika ditanya mengapa wahai Siti Aisyah? Jawabannya “Kalau dia tau saya yang memberikan barang tersebut, maka hal tersebut berpotensi bahwa dia akan mengembalikan kebaikan saya. Namun jika orang tersebut tidak tahu saya yang memberi, maka yang membalas saya ya Allah.”

Dengan menyajikan narasi yang menyentuh hati, maka hal tersebut dapat membangkitkan perasaan haru, simpati, atau bahkan motivasi. Penggunaan emosi yang tepat dalam ceramah, dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens. Dengan menggabungkan humor, kisah inspiratif, serta

empati dalam penyampaian, Gus Miftah berhasil membangun hubungan emosional yang kuat dengan audiensnya.

Selain menyampaikan kisah humor dan kisah inspiratif, Gus Miftah juga menunjukkan rasa kepeduliannya terhadap masyarakat melalui tindakan yang nyata. Pada durasi video ke-1:00:24, terlihat jika Gus Miftah sedang membeli dagangan dari para penjual makanan dan minuman diacara tersebut, hal tersebut dilakukan sebagai bentuk dukungan terhadap para pedagang kecil. Tindakan tersebut dapat memperkuat kredibilitas dakwahnya dengan menunjukkan bahwa ajaran yang ia sampaikan tidak hanya sebatas kata-kata, tetapi juga diwujudkan dalam aksi nyata.

Gambar 4.6 Gus Miftah Membeli Dagangan



Sumber: Kanal YouTube Dakwah Pedia

3) Logos (Argumentasi)

Selain membangun kredibilitas dan memanfaatkan emosi, logos atau logika juga termasuk bagian dari terpenting dalam retorika ceramah. Logos berfokus pada penyampaian argumentasi yang berfokus pada fakta, data, serta dalil-dalil yang dapat dipertanggungjawabkan. Pendakwah yang menerapkan logos dengan baik dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada audiens serta menyakinkan mereka bahwa pesan yang disampaikan memiliki landasan yang kuat. Gus Miftah menerapkan logos dalam ceramahnya dengan mengacu pada dalil keagamaan, menyajikan data yang relevan, serta membangun argumentasi.

Sebagai seorang pendakwah, Gus Miftah selalu mendasarkan ceramahnya pada ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis sebagai rujukan utama dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Dengan menampilkan argumentasi berbasis dalil, Gus Miftah memastikan bahwa ceramahnya memiliki kebenaran yang kuat dan tidak hanya sekedar bersifat motivasional. Selain dalil, Gus Miftah juga sering menggunakan data dan fakta dalam ceramahnya untuk memperkuat argument yang disampaikan. Misalnya, dalam membahas isu sosial atau fenomena tertentu, ia dapat menggunakan contoh yang konkrit dari kehidupan nyata yang mendukung pesan dakwahnya.

Hal tersebut dapat dilihat pada video ceramah di menit 09:01-10:15, Gus Miftah mengatakan:

“Makna asli nafsakah adalah perbaiki dirimu dan yaslu lakanas maka manusia akan baik padamu. Kita sebagai manusia sering kali mencari alasan untuk menjadi baik. Contohnya, ibu kenapa baik sama dia? Karena dia baik sama saya gus. Itu artinya kalau orang lain gak baik sama kita berarti kita tidak mau jadi orang baik. Padahal jadi orang baik itu harusnya tanpa syarat. Contohnya, jika orang baik kepada saya, saya akan baik kepada mereka. Jika orang tidak baik kepada saya, saya tetap baik kepada mereka.”

Dengan menggunakan contoh tersebut maka akan menimbulkan pendekatan yang membuat audiens lebih mudah memahami serta menerima isi ceramah karena mereka dapat melihat keterkaitan antara teori dengan realitis yang mereka alami sehari-hari.

Gambar 4.7 Penyampaian Isi Ceramah



Sumber: Kanal YouTube Dakwah Pedia Edisi Pengajian Akbar Boyolali

Selain penggunaan contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, Gus Miftah juga menerapkan logos yang merujuk pada dalil-dal yang relevan untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Dengan mengutip ayat-ayat Al-Qur'an sebagai landasan ceramahnya, salah satunya terdapat pada menit 14:16 ketika ia menyebutkan ayat "*athî'ullâha wa athî'ur-rasûla wa ulil-amri mingkum*" yang berarti "Taatilah Allah, taatilah Rasul, dan taatilah pemimpin diantara kalian" (QS. An-Nisa:59). Dengan menyertakan ayat ini, Gus Miftah dapat membangun argumentasi yang sesuai dengan logika, bahwa ketaatan kepada pemimpin merupakan bagian dari ajaran Islam. Penggunaan ayat ini sebagai rujukan dapat membantu audiens dalam memahami bahwa ajaran Islam menekankan pentingnya kepatuhan terhadap sistem kepemimpinan. Dalam konteks ceramahnya, Gus Miftah ingin menegaskan bahwa menjaga ketertiban sosial dan menghormati pemimpin merupakan bagian dari nilai-nilai Islam yang harus dijunjung tinggi oleh umat muslim.

Selain itu, dengan menyertakan ayat ini, Gus Miftah ingin membangun sebuah argumen yang sistematis, dimana Gus Miftah memulainya dengan mengajukan prinsip dasar (ketaatan kepada Allah dan Rasul), kemudian menghubungkannya dengan aspek kehidupan sosial, yaitu menghormati pemimpin. Dengan demikian, audiens dapat memahami bahwa Islam tidak hanya mengarahkan pada aspek ibadah tetapi juga mengarahkan pada tata Kelola kehidupan bermasyarakat. Dengan menerapkan logos secara efektif, Gus Miftah mampu memberikan ceramah yang tidak hanya menyentuh emosi tetapi juga

memperkaya pemahaman audiens dengan argumentas yang kuat yang bersumber dari informasi yang valid.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Analisis Pola Retorika Dalam Ceramah Gus Miftah

Berdasarkan hasil penelitian, Gus Miftah menunjukkan penggunaan ethos yang sangat kuat dalam ceramah-ceramahnya. Kredibilitasnya sebagai seorang da'i yang memiliki kedekatan dengan berbagai kalangan, termasuk komunitas marginal seperti para pekerja malam, pemud jalanan dan komunitas yang sering kali terpinggirkan oleh dakwah konvesional, menjadi salah satu faktor yang memperkuat otoritasnya dihadapan audiens. Keberanian dan keikhlasannya dalam berdakwahh dilingkungan yang tidak biasa bagi Sebagian bsar pendakwah, sehingga menjadikan dirinya memiliki daya tarik tersendiri. Reputasi ini memperkuat penerimaan audiens terhadap pesan-pean yang disampaikan. Selain itu, teknik retorika yang digunakan Gus Miftah juga sangat khas dan beragam. Gus Miftah kerapkali memanfaatkan storytelling atau teknik bercerita untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaannya. Kisah-kisah yang diceritakan olehnya tidak hanya menarik, tetai juga relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Dengan pendekatan ini, Gus Miftah mampu menyampikan nilai-nilai agama dengan cara yang lebih mudah dipahami. Selain storytelling, Gus Miftah juga sering menggunakan humor dalam ceramahnya. Humor ini tidak hanya berfungsi sebagai cara untuk mencairkan suasana, tetapi juga sebagai strateegi komunikasi yang membuat audiend tetap tertarik dan fokud pada materi yang disampaikan.

Humor yang digunakan bersifat kontekstual, sering kali menyentuh pengalaman hidup audiens, sehingga menimbulkan kedekatan emosional antara penceramah dan jamaah.

Penggunaan pathos dalam ceramah Gus Miftah tampak sangat dominan. Pathos merupakan sesuatu yang berhubungan dengan emosi audiens, sehingga menjadi aspek yang penting dalam membangun hubungan antara pendakwah dengan audiens. Gus Miftah sering kali mengangkat kisah-kisah inspiratif yang menyentuh sisi emosional audiens, seperti pengalaman pribadi individu maupun cerita-cerita yang relevan dengan realitas kehidupan sosial di masyarakat. Penggunaan pathos membuat ceramah Gus Miftah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu menyentuh hati dan membangkitkan kesadaran audiens untuk lebih mendekatkan diri kepada agama. Sementara, logos yang menekankan pada logika dan argumentasi juga terdapat dalam ceramah Gus Miftah. Gus Miftah menggunakan pemilihan kata-kata yang sederhana dan tidak terlalu banyak dengan istilah akademik sehingga membuat ceramahnya lebih mudah untuk diterima dan dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Selain argument yang disertai dengan contoh juga menjadi salah satu ciri khasnya. Gus Miftah seringkali mengaitkan konsep-konsep keagamaan dengan realitas sosial dan pengalaman hidup sehari-hari, sehingga audiens dapat memahami pesan-pesan dakwahnya.

Penerapan ethos, pathos, dan logos dalam ceramah Gus Miftah memberikan dampak yang besar terhadap efektivitas dakwahnya. Pendekatan yang digunakan oleh Gus Miftah menjadikan ceramah-ceramahnya dapat menjangkau audiens secara luas yang selama ini kurang tersentuh oleh dakwah

konvensional. Dengan gaya komunikasi yang khas, Gus Miftah mampu menarik perhatian sekaligus memberikan pemahaman agama yang lebih mudah bagi audiensnya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pola retorika dalam ceramah Gus Miftah menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah Gus Miftah sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang efektif. Dalam menyampaikan pesan dalam ceramahnya, Gus Miftah menerapkan tiga unsur utama retorika, yaitu ethos, pathos, dan logos sehingga ceramahnya memiliki daya tarik yang kuat dan mudah untuk dipahami oleh para audiens. Penerapan ethos dalam ceramahnya dapat dilihat melalui kredibilitas dan integritasnya sebagai pendakwah yang dikenal dekat dengan komunitas marginal atau orang-orang yang dianggap jauh dari ajaran agama Islam. Gus Miftah membangun kepercayaan audiens dengan pendekatan yang tidak menghakimi serta mampu menyesuaikan diri dengan latar belakang sosial para audiensnya. Kredibilitasnya semakin diperkuat dengan adanya pengalaman dakwahnya yang luas serta pendekatan yang dilakukan dengan membangun dialog yang tidak menghakimi. Dengan gaya komunikasi yang santai namun tetap tegas, Gus Miftah berhasil menumbuhkan rasa kepercayaan serta kedekatan dengan audiensnya, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah.

Penerapan pathos dalam ceramah Gus Miftah dapat dilihat dari penggunaan storytelling dalam menyampaikan pesan ceramahnya. Penggunaan kisah-kisah inspiratif dapat membangkitkan emosi audiens sehingga menimbulkan rasa empati

terhadap pesan yang disampaikan. Selain itu, Gus Miftah juga, menggunakan humor sebagai bagian yang tak terpisahkan dari ceramahnya, sehingga membuat suasana menjadi lebih santai dan menghibur. Penggunaan humor ini tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk menciptakan keterlibatan audiens sehingga mereka lebih terbuka untuk pesan dakwah yang disampaikan. Sementara untuk logis dapat dilihat dari bagaimana Gus Miftah dalam menyusun argumentasi yang jelas, logis, dan menyampaikan dalil-dalil agama. Gus Miftah menjelaskan pesan dakwahnya dengan menggunakan bahasa sederhana.

5.2 Saran

- 1) Diharapkan Gus Miftah dapat berhati-hati dalam menyampaikan ceramah, khususnya dalam penggunaan humor, agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Penyampaian dakwah sebaiknya tetap mengutamakan kesopanan, kebenaran, dan kesantunan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.
- 2) Diharapkan untuk para pendakwah dapat memahami dan menguasai retorika dalam menyampaikan ceramah, agar pesan yang disampaikan lebih menarik dan efektif. Selain itu, diharapkan para pendakwah dapat menggunakan Bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.
- 3) Diharapkan platform yang menyajikan video ceramah dapat meningkatkan kualitas produksi video dan juga menyediakan subtitle dalam berbagai bahasa untuk membantu pemahaman para audiens yang menonton video.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N., A'yun, B. A. Q., Pradipta, E. D., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Retorika Visual Pada Konten Youtube Kanal Skinnyindonesian24 Dengan Judul "Youtube Lebih Dari Tv." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 30–48. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40433>
- Aisyah, M. (2022). ETHOS, PATHOS, LOGOS DAN KOMUNIKASI PUBLIK: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Darma Agung*, 30, 442–469.
- Amania, D. (2024). Profil Gus Miftah: Biodata, Kekayaan, Koleksi Mobil, Hingga Kumpulan Foto. In *inilah.com*. <https://www.inilah.com/miftah-maulana-habiburrahman>
- Aminudin, A., & Suradika, A. (2022). Peluang dan Tantangan Dakwah bil Lisan melalui Youtube sebagai Metode Komunikasi Dakwah. *Jurnal Pendidikan, Politik, Budaya, Manajemen, Komunikasi, Pemerintahan, Humaniora, Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 12–21.
- Dewi, R. (2023). Strategi Guru Pendidikan Agama Islam dalam Mengembangkan Public Speaking pada Peserta Didik. *Edugama: Jurnal Kependidikan Dan Sosial Keagamaan*, 9(2), 101–115. <https://doi.org/10.32923/edugama.v9i2.3220>
- Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah. (2021). Analisis Retorika Aristoteles Pada Kajian Ilmiah Media Sosial Dalam Mempersuasi Publik. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81–103. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3530>
- Fahrudin, A., Bajuri, D., & Billah, S. A. (2022). Analisis Retorika Pidato Presiden Jokowi di Ibu Kota Nusantara (IKN) pada Kanal Youtube Official iNews. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi ...)*, 5(2), 200–215. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/article/view/4493%0Ahttps://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/article/download/4493/2509>
- Fikry, A. (2020). Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia. *JURNAL Al-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA*, 5(3), 137. <https://doi.org/10.36722/sh.v5i3.387>
- Furqan, F., Syarif, M. S., Samosir, E. H., & Katimin. (2023). PERAN RETORIKA DALAM MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMILIH MUDA PADA PEMILIHAN UMUM. *Jurnal Agama Dan Soosial Humniora*, 11, 209–228.
- Geriya, A. A. G. M. (2021). Pelanggaran dan Kebijakan Perlindungan Hak Cipta di Youtube. *Jurnal Living Law*, 13(2), 100–110. <https://doi.org/10.14710/gk.5.1.1-15>

- Habibi, M. I., & Yuliana, N. (2024). Strategi Komunikasi Retorika Klasik Anies Baswenda Pada Debat Pertama Capres 2024. *Cendekia Pendidikan*, 5(1), 1–10.
- Handayani, R., & Daulay, A. (2020). *Youtube Sebagai Media Komunikasi Dalam Berdakwah Di Tengah Pandemi Ricka*.
- Hariyanto, A., & Putera, A. (2022). *Konetn Kreator YouTube Sebagai Summbber Penghasilan (Telaah Kritis Hukum Ekonomi Syari'h)*. 3(2), 301–309.
- Hariyanto, D. (2021). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Pengantar Ilmu Komunikasi*. UMSIDA Press.
- Hayat, N. M., & Riam, Z. A. (2022). Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, 5(02), 227–240. <https://doi.org/10.37542/iq.v5i02.791>
- Hidayat, F. P., Hardiyanto, S., Lubis, F. H., & Adhani, A. (2023). Kemampuan Literasi Media Sebagai Upaya Mengantisipasi Cybercrime Pada Remaja Di Kota Medan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 13–25. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i1.12904>
- Huda, M. M., Adim, M., Jawani, M., & Muhsona, C. (2022). Model Pembelajaran Akidah Akhlak Dengan Youtube Content Dalam Meningkatkan Kecerdasan Spiritual Siswa. *TA'LIM : Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 5(2), 154–179. <https://doi.org/10.52166/talim.v5i2.3193>
- Husniyah, H. (2023). Pengaruh Kegiatan Retorika Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Fikih Siswa Kelas Vii Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 25 Brondong Lamongan Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 37–49. <https://doi.org/10.37286/ojs.v9i2.196>
- Kader, M. R. (2020). *Retorika Dakwah Habib Rizieq Syihab Dalam Fenomena* 212. 1(4), 148–165. <http://repository.ikhac.ac.id/id/eprint/467/%0Ahttp://repository.ikhac.ac.id/id/eprint/467/2/15 - BAB I.pdf>
- Makuta, V. P. (2025). *Analisis Gaya Bahasa dan Retorika dalam Pidato Joko Widodo pada Kongres 6 PAN 2024 di Channel Youtube Tribunnews*. 3, 59–65.
- Muttaqien, M. E. (2023). Konsep Komunikasi Jurgen Habermas Dalam Ide Demokrasi Deliberatif Dan Tindakan Komunikatif. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, VOLUME VI,(I), 51–64.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis-Jenis Komunikasi. *Digital Communication over Fading Channels*, 2(3), 29–37. <https://doi.org/10.1002/0471715220.ch3>

- Prianto, A. T. (2023). Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural Dalam Prespektif Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(1), 193–210.
- Purbajati, H. I. (2021). Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 8(2), 203.
- Putra, N., & Lubis, F. H. (2019). Diskursus Politik Islam dan Kebijakan Ideologis Media Massa di Sumatera Utara. *Persepsi: Communication Journal*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v2i2.3939>
- Rohmah, S. (2021). Komunikasi Dakwah Dalam Seni Musik Nasyid (Studi Seni Musik di Pondok Pesantren Sunan Drajat). *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 7(1), 42. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v7i1.551>
- Saleh, M. (2022). *HUBUNGAN RETORIKA DAN KOMUNIKASI ISLAM DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL*. 4(1).
- Sinaga, C., & Nasution, F. (2020). Penggunaan Bahasa Informal Pada Konten Video Mak Beti Dalam Pengaruh Menarik Minat Berlangganan di Channel Youtube Arif Muhammad. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 3(1). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.814>
- Sulistyarini, D., & Zainal, A. G. (2020). *Buku Ajar Retorika*. CV. AA. Rizky.
- Syafi'i, A., & Juwita, R. (2024). Retorika Gubernur Provinsi Kalimantan Timur dalam Menghadapi Jurnalis Terkait Berita Lubang Tambang. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(2), 1309–1319. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.676>
- Syam, S. D., Lamabawa, D., & Wulur, M. B. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Kh. Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah Karya Hanung Bramantyo The. *ICAIS: International Conference on Actual Islamic Studies*, 2(1), 630–639.
- Venus, A., Pratama, A., Sugiana, D., & Noor, F. (2019). Rhetoric Analysis Tolerance and Intolerance Posts in Social Media. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2), 79–91.
- Yulianto, H. B. (2023). Nalar Kemanusiaan Dalam Retorika Dakwah: Studi Retorika Tri Rismaharini Dalam Penutupan Eks Lokalisasi Dolly. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2(1), 25–37.

LAMPIRAN

SK-1



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK-RP/PTD/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6622400 - 66224067 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 Email: info@umsu.ac.id | fkip@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Sk-1

PERMCHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 09 Januari - 2025

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : AUDRI FIRANTI
 NPM : 2103110123
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 8,78

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi:

No	Judul yang diusulkan	Peretujuan
1	Representasi budaya lokal dalam video "Wonderful kepulauan Riau : Enjoying Karimun" di akun Youtube RSONA Indonesia.	
2	Representasi cinta dalam film Silent Love karya Eiji uchida dan Dunia Tanpa Suara karya Hanung Brametjo.	
3	Analisis Retorika komunikasi Gus Dhiffah dalam ceramah Melalui Platform : You Tube <u>PAKWAH</u> <u>prestia Edisi pengajian</u> : <u>"Akbar Boyolali"</u>	 <u>9 Jan 2025</u>

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

- Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

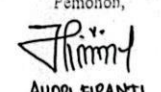
Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

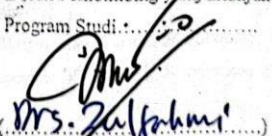
093.21.311

Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 09 Januari 2025

Ketua
 Program Studi ILMU KOMUNIKASI

Pemohon,

AUDRI FIRANTI
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi.....


Mrs. Zulfahmi
 NIDN:


(NIZAR MUBARA S.Sos M.I. Kom)
 NIDN: 0127046401





SK-2



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/Ak.KP/PT/KI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631903
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila mendapat surat ini harap diinformasikan
nomor dan tanggalnya

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 60/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 09 Januari 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	: AUDRI FIRANTI
N P M	: 2103110123
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI GUS MIFTAH DALAM CERAMAH MELALUI PLATFORM YOUTUBE DAKWAH PEDIA EDISI PENGAJIAN AKBAR BOYOLALI

Pembimbing : Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 093.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 09 Juli 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 09 Rajab 1446 H
09 Januari 2025 M



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



SK-3

**UMSU**
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dikembangkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan Islam

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BA-N-PT/AK.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://ilip.umsu.ac.id> ilip@umsu.ac.id [umsunedan](#) [umsunedan](#) [umsunedan](#) [umsunedan](#)

Sk-3

**PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Ytu.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 3 FEBRUARI - 2025.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : AUDRI FIRANTI
NPM : 2103110123
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 60...../SK/IL3-AU/UMSU-03/F/20..... tanggal 09 JANUARI - 2025 dengan judul sebagai berikut :

ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI GUS MIPTAH DALAM CERAMAH
MELALUI PLATFORM YOUTUBE DAKWAH PEDIA EPISI
PENGAGIAN AKBAR BOYOLALI

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(AEHYAR ANSHARI S.Sos.M.I.Kom) (Drs ZULHANNI, M. Kom) (AUDRI FIRANTI)
NIDN: 012018901 NIDN: 0118056301

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 458/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 18 Februari 2025
Waktu : 08.45 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

SK-4



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEHANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
61	ASTRI ANITA	2103110079	Assoc. Prof. Dr. H. MUIA-UDIN, MSP.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	KESADARAN MENYAYAR PAJAK: STUDI KUALITATIF ATAS SOSIALISASI PROGRAM PEMUTIHAN PAJAK KEHARAPAN BERMOTOR 2024 DI SUMATERA UTARA
62	RAHMA YULIA NASUTION	2103110132	CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	REPRESENTASI TOLEPANSI ANTARAGAMA DALAM KARAKTER FILM PENCEK KOS-KOSAN DI YOUTUBE PANIPADYA VAISTIMEWAN
63	AUDRI FIRANTI	2103110123	FAIZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.	ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI GUS MIFTAH DALAM CERAMAH MELALUI PLATFORM YOUTUBE DAKWAH PEDIA FDISI PENGALIAN ANGAR BOYOLALI
64	NAHCANSYAH ABYUL RAUF NASUTION	2103110244	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMOTIKA LAYANAN: NASYAZAKAT EDIS: GENYUM C BALIK PINTU TERTUTUP CHANNEL YOUTUBE TB INDONESIA
65	ANNIEA KHAIRYAH	2103110150	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM MEMACARKAN PRODUK BAHAN TANAMAN UNGGUL PUSAT PENELITIAN KELAPA SUMIT (TPKS) MEDAN



(Assoc. Prof. Dr. ARFIN SALEH, MSP.)

SK-5



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjajah bumi ini agar duduakan nama dan langgah

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/KU/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (081) 6622400 - 66224597 Fax. (081) 6625474 - 6631003
 https://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Audri Fiani
 NPM : 20310123
 Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa : Analisis Rhetorika Komunikasi Sos. Media dalam Ceramah
 (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Media Platform Youtube Dalam Dunia Edis Pengajian
 Akbar Bayolati

No.	Tanggal	Kegiatan/Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	09/2025 01	Acc Judul	f.
2.	20/2025 01	Bimbingan Proposal	f.
3.	03/2025 02	Bimbingan Revisi Proposal	f.
4.	10/2025 02	Bimbingan Revisi Proposal	f.
5.	13/2025 02	Acc Proposal	f.
6.	06/2025 03	Bimbingan tugas Akhir Bab 1	f.
7.	08/2025 03	Bimbingan Revisi Bab 1	f.
8.	10/2025 03	Bimbingan tugas Akhir Bab 5	f.
9.	14/2025 03	Bimbingan Revisi Bab 5	f.
10.	09/2025 03	Acc tugas Akhir	f.

Medan, 25 - Maret - 2025



Ketua Program Studi,

(Alhijar Andhari S.Sos.M.I. - Iq)
 NIDN : 0127048401

Pembimbing

(Yus. Zulfahmi M.Ikom)
 NIDN : 0118056301



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 681/UND/III.3.AU/UMSU-03/IF/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025
Waktu : 08.30 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU LL 2

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sk-10



No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
46	PRASASTI ADHILAH	2103110007	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PT. POS INDONESIA MEDAN DALAM MEMPERTAHKAN EKISTENSI DITENGGAH PERSAINGAN JASA PENGIRIMAN BARANG
47	ASTRI RAMA FITRIANI	2103110225	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MEWUJUDKAN KETAHANAN MASYARAKAT NELAYAN DI TELUK NIBUNG KOTA TANJUNGPALAI
48	AUDRI FIRANTI	2103110123	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI GUS MIFTAH DALAM CERAMAH MELALUI PLATFORM YOUTUBE DAKWAH PEDIA EDISI PENGGAJIAN AKBAR BOYOLALI
49	JIYAD FAKHRI HARAHAP	2103110134	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PEMBENTUKAN OPINI TENTANG TREN CHIDFREE PADA PASUTRI MENIKAH MUDA DI KOTA MEDAN
50	RAFI AEFIA SYAKIR	2103110043	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS TIONGHOA DENGAN MASYARAKAT LOKAL DI KELURAHAN SEI PUTIH TIMUR I

Notulis Sidang :

1.



Medan, 18 Syawal 1446 H
15 April 2025 M

Sekretaris
Assoc. Prof. Dr. ABBAR ADHANI, M.I.Kom

Ketua
Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Audri Firanti
NPM : 2103110123
Tempat Dan Tanggal Lahir : Margo Mulyo, 17 Maret 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia
Alamat : PT. Karya Abadi, Kec. Pujud, Kab.
Rokan Hilir, Riau
Anak Ke : 1 Dari 2 Bersaudara
Email : audrifiranti@gmail.com

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Wasirin
Nama Ibu : Dewi Susanti
Alamat : PT. Karya Abadi, Kec. Pujud, Kab.
Rokan Hilir, Riau

Pendidikan Formal

1. SD NEGERI 015 PUJUD
2. SMP NEGERI 1 PUJUD
3. SMA NEGERI 1 PUJUD
4. Tahun 2021-2025, tercatat sebagai Mahasiswa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 17 April 2025

Audri Firanti