**RETORIKA PADA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI, Lc**

**DALAM VIDEO DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

**(TEORI RETORIKA ARISTOTELES)**

Alifia Syahara

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

STKIP PGRI Bangkalan

[alifiasahara75@gmail.com](mailto:alifiasahara75@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Rhetoric is the art of speaking or the ability that a person has to compose words that aim to influence others. This study aims to describe the rhetoric of Ustadz Hanan Attaki, Lc when preaching which is studied from three sides, namely using Aristotle's rhetorical theory, namely character (ethos), emotional feelings (pathos), choice of words (logos). This type of research is descriptive qualitative with the data source in the form of videos taken from YouTube. The data collection method used in this study uses the documentation method and the observation method, and the data collection technique used is the note-taking technique. The data analysis method used is descriptive method with analysis techniques, select direct elements which are then compiled into instruments, coded, and analyzed according to the objectives of the problem. The results of research on the da'wah of Ustadz Hanan Attaki, Lc found good rhetoric in the form of characters (ethos), emotional feelings (pathos), choice of words (logos). Ustadz Hanan Attaki, Lc's rhetoric regarding character (ethos) in preaching shows high intelligence and credibility based on the insights he has. Emotional feelings (pathos) results that the sentence structure he uses is able to captivate listeners by taking examples of reality related to the topic of his da'wah, while the choice of words (logos), he uses real evidence and examples to influence listeners. Based on the results of the study it can be concluded that the more dominant rhetoric is emotional feelings (pathos). Ustadz Hanan Attaki more often influences listeners through his emotional feelings which make listeners able to touch and accept the message conveyed more quickly.*

***Keywords: Rhetoric, Ethos, Pathos, Logos, Ustadz Hanan Attaki, Lc***

**ABSTRAK**

*Retorika merupakan ilmu seni berbicara atau kemampuan yang dimiliki seseorang untuk merangkai kata-kata yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan retorika Ustadz Hanan Attaki, Lc ketika berdakwah yang dikaji dari tiga sisi yakni menggunakan teori retorika Aristoteles yaitu karakter (ethos), perasaan emosional (pathos), pemilihan kata (logos). Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan sumber datanya berupa video yang diambil dari youtube. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan metode simak, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik catat. Metode yang penganalisisan data yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik analisis pilih unsur langsung yang kemudian disusun ke dalam instrumen, dikodekan, dan dianalisis sesuai dengan tujuan permasalahan. Hasil penelitian pada dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc ditemukan adanya retorika baik berupa karakter (ethos), perasaan emosional (pathos), pemilihan kata (logos). Retorika Ustadz Hanan Attaki, Lc terkait karakter (ethos) dalam berdakwah menunjukkan kecerdasan dan kredibiltas yang tinggi berdasarkan wawasan yang ia miliki. Perasaan emosional (pathos) menghasilkan bahwa susunan kalimat yang ia digunakan mampu menarik hati pendengar dengan mengambil contoh realita yang dihubungkan dengan topik dakwahnya, sedangkan pemilihan kata (logos), ia menggunakan bukti dan contoh nyata untuk mempengaruhi pendengar. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa retorika yang lebih dominan yaitu perasaan emosional (pathos). Ustadz Hanan Attaki lebih lebih sering mempengaruhi pendengar lewat perasaan emosionalnya yang membuat para pendengar dapat lebih cepat tersentuh dan menerima pesan yang disampaikan.*

***Kata kunci: Retorika, Ethos, Pathos, Logos, Ustadz Hanan Attaki, Lc.***

**PENDAHULUAN**

Manusia ketika menjalani hidup tidak akan terlepas dari aktivitas berbahasa, tanpa bahasa manusia akan sulit untuk mengkomunikasikan pesan, maksud atau tujuannya kepada orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Hal itu didasarkan pada bahasa yang merupakan alat komunikasi antar anggota masyarakat berupa lambang bunyi yang dihasilkan oleh alat bicara manusia (Wendra dan Sriasih, 2014). Bahasa merupakan salah media komunikasi yang sering digunakan manusia agar saling berhubungan dengan manusia lainnya, sehingga kegiatan berbahasa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Bahasa digunakan untuk mengungkapkan pikiran sehingga orang lain dapat memahami apa yang dipikirkan pembicara. Dengan bantuan bahasa, komunikasi antar manusia dapat terjalin dengan baik, sehingga bahasa dianggap sebagai indikator penting keberhasilan dalam komunikasi. Manusia menggunakan keterampilan berbahasa ketika berkomunikasi dengan sesama manusia, meskipun setiap orang memiliki tingkatan yang berbeda-beda. Keterampilan berbahasa manusia akan mencapai tujuan komunikasinya apabila manusia memiliki keterampilan bahasa yang optimal, dengan begitu akan lebih mudah dipahami oleh pendengarnya. Sebaliknya, ketika berkomunikasi dengan orang yang kemampuan bahasanya lemah, maka akan mengalami kesulitan dalam berkomunikasi, sehingga tujuan yang dikomunikasikan tidak akan tercapai.

Keterampilan berbicara dan retorika merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, keduanya memegang peranan penting bagi setiap manusia dalam berkomunikasi antar manusia. Setiap pembicara dalam profesi apapun yang menggunakan bahasa lisan sebagai media untuk menyampaikan pesan harus membekali dirinya dengan keterampilan atau kemampuan berbicara. Seorang pembicara harus menguasai retorika agar pesan yang ingin disampaikannya dalam pidato, ceramah, dakwah, atau interaksi sosial lainnya memiliki nilai seni dan berkesan bagi masyarakat.

Dakwah merupakan salah satu bentuk retorika atau seni berpidato, dakwah ibarat penerang dalam kehidupan, yang memberi cahaya dan menerangi kehidupan manusia dari kegelapan. Ketika manusia dilanda kegersangan spiritual dengan rapuhnya ahklaq lantaran maraknya, manipulasi, kolusi, dan korupsi, dakwah diharapkan mampu memberi cahaya terang. Tidak berlebihan jika dakwah merupakan bagian yang cukup penting bagi umat Islam saat ini (Dauli 2001: 3).

Dakwah merupakan kegiatan menyebarkan pesan Islam kepada manusia. Dakwah dapat juga diartikan sebagai suatu panggilan, seruan, dan ajakan kepada perbuatan baik untuk meninggalkan perbuatan yang buruk. Sebagai suatu kegiatan mengajak kepada kebaikan, dakwah dapat dilakukan dalam bentuk lisan, tulisan, bahkan tingkah laku. Dakwah dilakukan secara sadar dan memang direncanakan untuk dapat mempengaruhi orang lain. Keberhasilan suatu dakwah tidak terlepas dari sosok penceramah *(da’i)*. *Da’i* merupakan seseorang yang mengajak, mendorong orang lain untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran Islam. Dalam aktivitas dakwah *da’i* mempunyai peranan penting, *da’i* harus memiliki kepandaian dan kemampuan untuk menyampaikan pesan kepada penerima dakwah agar dapat diterima dengan baik. Seorang *da’i* tidak hanya di tuntut memiliki kemampuan dan kepandaian dalam pengetahuan saja, akan tetapi juga di tuntut untuk memiliki kemampuan dan kepadaian dalam peranan dakwah melalui ucapan. Oleh karena itu, seorang *da’i* harus memiliki kemampuan mengenai seni berbicara di depan umum (Asriadi, 2020: 91).

Seni berbicara dikenal dengan istilah retorika. Retorika atau ilmu seni berbicara merupakan suatu ilmu yang mengajarkan tentang cara untuk berbicara yang baik untuk merangkai suatu kata berdasarkan kemampuan yang dimiliki seseorang agar bahasa yang terdengar menjadi sangat menarik, bahkan retorika disamakan dengan istilah *public speaking*, yaitu komunikasi secara lisan yang disampaikan untuk khalayak banyak, yang tidak hanya sekedar berbicara dihadapan orang banyak, namun merupakan gabungan antara seni berbicara, dan pengetahuan atau suatu masalah tertentu melalui pendekatan persuasif untuk dapat meyakinkan banyak orang (Rakhmat, 2012: 9).

Menurut Aristoteles, terdapat tiga cara untuk mempengaruhi manusia yaitu dengan *ethos*, merupakan cara pembicara menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, agar pendengar dapat melihat kepribadian, kemampuan dan status yang terpercaya dari pembicara, *logos* yang merupakan cara pembicara untuk meyakinkan pendengar dengan menunjukkan bukti yang tampak sebagai bukti yang berupa isi dari opini yang disampaikan. Lalu *pathos* yang merupakan cara pembicara agar hati pendengar dapat tersentuh dengan perasaan, emosi, kebencian, dan kasih sayang yang digunakan sebagai daya tarik komunikator (Rakhmat, 2012: 7)

Setiap manusia pasti memiliki cara dan gaya yang berbeda dalam berbicara, tidak terkecuali seorang dai. Setiap dai pasti memiliki gaya retorikanya masing-masing dalam menyampaikan pesannya, yang nantinya akan menjadi ciri khas dari *da’i* tersebut. Jika dalam penyampaian pesan dakwahnya seorang *da’i* tidak memiliki gaya berbicara yang baik dan tidak dapat menyesuaikan gaya yang disukai pendengar maka, pesan dakwah yang disampaikan tidak akan menarik, bahkan pendengar (*mad’u*) tidak akan memahami pesan yang disampaikan (Hasanah&Usman, 2020: 86).

Seiring kemajuan teknologi di era modern saat ini, seorang pendakwah tidak hanya dapat berdakwah di mimbar masjid saja, namun sudah banyak media dakwah yang tersedia secara luas yang lebih mudah untuk diakses. Sudah banyak pendakwah yang memanfaatkan media sosial sebagai media dakwahnya baik itu facebook, instagram, dan youtube. Ustadz Hanan Attaki merupakan salah satu *da’i* yang menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya, beliau adalah seorang dai yang memiliki semangat dalam menyampaikan ajaran Islam, beliau terbilang cukup sukses dalam menyampaikan dakwahnya di dalam mempengaruhi pendengar. Beliau digandrungi banyak masyarakat, khususnya di kalangan anak muda. Beliau sering membahas persoalan agama dan berbagai masalah terkini yang sedang ramai di perbincangkan. Dalam setiap dakwahnya beliau memiliki cara tersendiri, beliau selalu berusaha agar pendengarnya mudah menangkap pesan apa yang beliau sampaikan.

Salah satu keunikan dari Ustadz Hanan Attaki yakni beliau berpenampilan nyentrik dan pembawaannya yang santai. Penyampaian ceramahnya berbeda karena tuturan yang disampaikan menggunakan bahasa gaul dan kekinian tetapi tetap santai dan mudah dimengerti. Ceramahnya banyak diikuti oleh para pemuda sebab dakwah yang beliau bawakan menarik. Materi yang disampaikan selalu berkaitan dengan realita yang terjadi. Dalam menyampaikan ceramah tidak jarang beliau menyelipkan humor, beliau juga menggunakan ilustrasi yang diselaraskan dengan perkembangan jaman sehingga membuat pendengar tertarik untuk mendengar ceramahnya dan juga dikemas dengan menggunakan gaya bahasa yang dapat diterima oleh semua kalangan, ditambah lagi dengan keahlian dalam merangkai kata-kata yang menjadi sebuah retorika dakwah, sehingga beliau dapat memberikan pemahaman yang mudah dipahami dan diterima oleh pendengar. Dari pernyataan di atas, maka dalam penelitian ini memfokuskan pada retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc sebagai objeknya, yang dikaji dengan 3 unsur yaitu karakter (*logos*), perasaan emosional (*pathos*), dan pemilihan kata (*logos*). Semoga dengan adanya penelitian ini pembaca atau penulis bisa melakukan atau menerapkan retorika terhadap dirinya sendiri atau lingkungan sekitar yang dapat menjadi pendukung proses berbicara agar lebih baik dengan adanya seni-seni berbicara terhadap apa yang disampaikan.

**KAJIAN PUSTAKA**

1. **Retorika**

Retorika adalah *the art of persuasion* (seni untuk mempengaruhi). Retorika merupakan kemampuan untuk mengemukakan sesuatu yang di dalam penyampaiannya memberikan efek persuasif (ajakan) kepada para pendengarnya. Menurut Aristoteles dalam dalam ilmu retorika terdapat 3 bagian inti yang dapat dikaji yaitu: *ethos* (karakter seseorang komunikator (pembicara) yang dapat dilihat dari cara berkomunikasi), *pathos* (perasaan emosional yang menempatkan khalayak kedalam berfikir tertentu), *logos* (pemilihan kata, kalimat dari pembicara ditentukan oleh pembuktian atau logika (Abidin, 2013:17).

Menurut Elchols secara etimologi istilah retorika salah satunya dapat ditentukan dalam pembendaharaan bahasa Inggris yakni *rhetoric* yang artinya kepandaian berbicara atau berpidato. Kemudian dikenal pula istilah *public speaking* yang artinya sama dengan retorika, yakni berbicara atau berpidato di depan umum dengan prinip menggunakan segala teknik dan strategi komunikasi demi berhasilnya mempengaruhi orang banyak (Suardi, 2017: 132).

1. **Karakter Personal *(Ethos)***

Karakter personal merupakan karakter yang dimiliki pembicara ketika ia berbicara dengan menunjukan kepada khalayak bahwa pembicara memiliki pengetahuan (kompetensi) yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat. Indikatornya adalah cerdas, ahli, berwawasan dan berpengalaman pada bidangnya, apapun yang dikemukakan oleh pembicara terkait bidang keahliannya, khalayak tidak akan meragukan atau mempertanyakannya (Aristoteles, 2018: 18).

Persuasi akan berhasil dicapai melalui karakter personal pembicara jika isi atau topik pembicaraan sedemikian, hingga membuat pendengar berpikir bahwa pembicara adalah seseorang yang memiliki kredibilitas. Kita akan dengan cepat memberi kepercayaan lebih kepada orang yang kita anggap baik, apapun yang dikatakan secara umum dianggap benar, dan ketika kepastian tentang sesuatu tidak dapat diperoleh, sementara pandangan orang berbeda-beda, maka apa yang dikatakannya dianggap sebagai kebenaran sesungguhnya. Persuasi yang seperti ini, sebagaimana persuasi lainnya, harus dicapai melalui apa yang dikatakan oleh pembicara, bukan melalui apa yang dikatakan oleh pembicara, bukan melalui apa yang orang pikirkan mengenai karakter pembicara sebelum ia mulai berbicara. Beberapa penulis risalah retorika berasumsi bahwa karakter baik yang diperlihatkan pembicara tidak memiliki kontribusi terhadap kekuatan persuasinya, padahal sebaliknya karakter dapat dikatakan merupakan alat persuasi paling efektif. Aristoteles berpendapat bahwa retorika tidak hanya sekedar argumen tetapi juga harus menampilkan seorang pembicara sebagai komunikator yang kredibel disamping dari pendapatnya. Terdapat tiga hal yang dapat membuat karakter pembicara dapat dipercaya, disamping pembuktian yakni: akal sehat (*good sense*), karakter moral yang baik (*good moral character*), dan niat baik (*goodwill*) (Aristoteles, 2018:18-19).

1. **Perasaan Emosional *(Pathos)***

Perasaan emosional merupakan kekuatan yang dimiliki seorang komunikator dalam mengendalikan emosi pendengarnya. Emosi adalah semua perasaan yang bisa mengubah seseorang sehingga mempengaruhi penilaian mereka, yang juga disertai rasa sakit atau senang seperti marah, iba, takut dan sejenisnya, beserta kebalikannya. Kita harus menyusun apa yang harus dikatakan tentang masing-masing emosi itu. Pembicara menunjukkan imbauan emosional tersebut dengan menampilkan gaya dan bahasanya yang membangkitkan kegairahan dengan semangat. Sehingga dapat dikatakan, memersuasi komunikan secara emosional lebih cepat diterima dari pada secara logika. Para pelajar modern menyebut *pathos* sebagai daya terik secara emosional yang digunakan untuk membuat pendengar merasa bersalah, sedih, marah, takut, bahagia, simpatik, menghormati dan suka. Untuk menggunakan dimensi ini, pembicara harus memahami keadaan pikiran, arah tantangan, emosi pendegar, dan penyebab pendengar merasakan hal tersebut (Aristoteles, 2018: 151).

### Pemilihan Kata/Pembuktian *(Logos)*

Pemilihan kata merupakan pernyataan atau ungkapan komunikator ketika berbicara yang disertai dengan mengajukan bukti dan contoh yang konkret kepada khalayak. Pembicara mempengaruhi orang lain dengan menyampaikan sesuatu yang masuk akal, bukan dengan membual atau berkhayal akan sesuatu yang sulit tercapai atau terwujud, atau bahkan membangun narasi pesimistis (Aristotels, 2018: 17).

Dalam hubungannya dengan persuasi yang dicapai melalui pembuktian atau pembuktian semu: sebagaimana dalam dialektika ada induksi di satu sisi dan silogisme atau silogisme semua di sisi lain, hal yang sama berlaku di dalam retorika. Contoh di dalam retorika identik dengan induksi dalam dialektika, entimen dengan silogisme, dan entimen semu dengan silogisme semu. Saya sendiri menyebut entimen sebagai silogisme retoris, dan contoh sebagai induksi retoris. Melakukan persuasi melalui pembuktian pada kenyataannya adalah menggunakan entimen atau contoh, tidak bisa tidak. Karena pembuktian pasti menggunakan silogisme atau induksi (sebagaimana dijelaskan dalam Analystics; risalah karya Aristoteles lainnya yang membahas tentang silogisme dan demonstrasi), maka mengikuti apa yang telah dikatakan sebelumnya, entimen adalah silogisme dan contoh adalah induksi. Ketika pembuktian sebuah proposisi (pernyataan) didasarkan pada kasus yang serupa, dalam dialektika disebut induksi dan dalam retorika disebut contoh. Ketika dinyatakan bahwa proposisi-proposisi tertentu adalah benar, maka selalu atau lazimnya proposisi tertentu adalah benar, maka selalu atau lazimnya proposisi selanjutnya yang benar-benar berbeda-beda yang merupakan hasil dari proposisi-proposisi tersebut juga pasti benar, dalam dialektika inilah yang disebut dengan silogisme, dan dalam retorika ini merupakan entimen (Aristoteles, 2018: 20-21).

**METODE**

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif dalam pengumpulan datanya. Sumber data dari penelitian ini diambil dari video yang merujuk pada retorika pada dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak dan metode dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik catat. Teknik yang dilakukan yaitu dengan cara menyimak terlebih dahulu video-video dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc kemudian diteruskan dengan mencatat hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian yang ada dalam tayangan video dakwah. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tabel. Tabel digunakan untuk memilih data yang terkait dengan fokus masalah yang ada dalam penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif. Teknik yang digunakan dalam penganalisisan ini adalah analisis isi (content analysis).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini memfokuskan pada retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc sebagai objeknya, yang dikaji dengan 3 unsur yaitu karakter (*logos*), perasaan emosional (*pathos*), dan pemilihan kata (*logos*). Dari hasil penelitian berupa retorika pada dakwah Ustadz Hanan Attaki pada video di media sosial youtube peneliti menemukan penerapan *ethos, pathos,* dan *logos* terhadap tuturan yang disampaikan dalam pesan dakwahnya, seperti yang ada di bawah ini.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Rumusan Masalah | Data | Analisis | Simpulan | Catatan |
| 1. | Penerapan karakter *(ethos)* retorika pada dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc dalam video di media sosial youtube. | teman-teman yang dirahmati Allah SWT kita lanjutkan tentang ayat wassabiqunassabiqun di surat Al-waqiah tentang gimana caranya kita punya keberanian dan kemantapan buat mengambil sebuah keputusan besar dalam hidup kita. (D1/RM1/ SMST/KP) | Data (1) merupakan karakter personal dari Ustadz Hanan Attaki. Pada kutipan tersebut Ustadz Hanan Attaki menjelaskan kepada para *mad’u* mengenai arti dan kandungan dari surat Al-waqiah yang berisi tentang sebuah cara untuk mengambil keputusan besar dalam hidup, sehingga kalimat tersebut memberikan pesan kepada para *mad’u* agar memiliki keyakinan yang kuat dalam setiap mengambil keputusan. | Data sesuai |  |
| orang-orang yang sabiqun dan memang jumlahnya gak banyak, dulu di zaman para sahabat *zullah* banyak kalau sekarang *qolilun* tinggal sedikit orang yang berani mengambil hal-hal kayak gini. (D2/RM1/ SMST/KP) | Data (2) merupakan karakter personal Ustadz Hanan Attaki. Pada kutipan di atas Ustadz Hanan Attaki menyandingkan beberapa kata bahasa Arab ke dalam dakwahnya seperti kata *zullah* yang memiliki arti banyak dan *qolilun* yang memiliki arti sedikit, terlebih beliau menjelaskan mengenai pada zaman para sahabat dulu masih banyak orang-orang yang berani mengambil keputusan yang beresiko dibandingkan di zaman sekarang yang hanya tinggal sedikit. | Data sesuai |  |
| dalam islam iman itu *core* dia itu *asolah* dia itu akar dari banyak hal dalam hidup kita, jadi kalau dibahasakan dengan *asluha* itu dari kata *asol*, *asol* itu dari bahasa Arab jadi bahasa Indonesia asal, asalnya, asal itu artinya pokoknya atau akarnya. (D3/RM1/KI/KP) | Data (3) merupakan karakter personal. Ustadz Hanan Attaki dalam tuturannya menggunakan perpaduan antara beberapa bahasa yaitu bahasa Inggris dan bahasa Arab, kata *core* berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti iman dan *asolah* yang berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti akar. Beliau menyandingkan beberapa bahasa yang digunakan untuk menjelaskan kepada para *mad’u* mengenai iman yang merupakan akar dari banyak hal dalam kehidupan. | Data sesuai |  |
| 2. | Penerapan perasaan emosional *(pathos)* retorika pada dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc dalam video di media sosial youtube. | Rasulullah SAW adalah orang yang paling sukses dalam semua contoh kebaikan terutama dalam urusan akhlak, sampai Allah aja kagum sama Nabi, ini luar biasa Allah yang maha istimewa yang maha mulia kagum kepada Nabi, jadi Allah itu berhak dikagumi tapi Allah sendiri kagum kepada Nabi. (D1/RM2/ SMST/PE) | Data (1) merupakan penerapan perasaan emosional. Pada kutipan tersebut penjelasan Ustadz Hanan Attaki, Lc dapat membangkitkan perasaan emosional para *mad’u*, emosi tersebut antara lain seperti: kagum, dan terharu atas penjelasan beliau mengenai keistimewaan Nabi Muhammad SAW, sehingga hal tersebut dapat mempersuasif para *mad’u* agar mengikuti Nabi Muhammad SAW dalam segala perkara karena beliau adalah sosok yang memiliki akhlak terpuji. | Data sesuai |  |
| jadi malaikat aja cinta banget sama Jibril dan malaikat itu standartnya tinggi banget loh, kriteria layak dicintai malaikat tinggi jadi gak sembarangan orang, malaikat sayang dan cinta sama dia dan Nabi Muhammad SAW itu adalah idola semua malaikat karena memang akhlaknya luar biasa. (D2/RM2/ SMST/PE) | Data (2) merupakan penerapan perasaan emosional. Pada kutipan tersebut Ustadz Hanan Attaki, Lc menyentuh perasaan emosional para *mad’u* dengan menceritakan betapa luar biasanya akhlak seorang Nabi Muhammad, sehingga malaikat yang merupakan makhluk Allah yang mulia saja sangat mengidolakan Nabi Muhammad SAW, sehingga hal itu dapat mengajak para *mad’u* agar senantiasa mencintai Rasulullah karena itu termasuk perintah Allah yang wajib ditaati oleh setiap muslim. | Data sesuai |  |
| Allah memanggil kita dengan suara tangisan saudara kita supaya kita mau membantu mereka, jadi Allah gak memanggil kita dalam bentuk ayat tapi lewat tangisan anak-anak di kota tangisan anak-anak di Suriah, tangisan anak-anak di Rohingya di Palestina itu adalah panggilan Allah dalam bentuk nada deringnya tangisan mereka. (D3/RM2/ SMST/PE) | Data (3) merupakan penerapan perasaan emosional. Pada kutipan tersebut Ustadz Hanan Attaki, Lc menyampikan bahwasannya Allah memanggil manusia untuk melakukan kebaikan salah satunya dengan suara tangisan anak-anak yang ada di Negara konflik dimana mereka dibantai, disiksa di negeranya, sehingga hal tersebut mempengaruhi perasaan emosional para *mad’u* seperti perasaan sedih, simpatik, dan turut merasa sedih saat anak-anak di negara konflik mengalami kemalangan, sehingga hal ini dapat membangkitkan emosi para *mad’u* agar terdorong untuk membantu orang yang mengalami kesusahan dan membutuhkan bantuan. | Data sesuai |  |
| 3. | Penerapan pemilihan kata *(logos)* retorika pada dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc dalam video di media sosial youtube. | kita harus angkat telfon Allah semampu kita jangan sampai kita *mereject* panggilan Allah yang sudah berdering sekian lama nih mungkin sudah 10 tahun berdering. Udah pernah saya angkat ustad, angkat lagi aja terus sering, makin sering kita mengangkat panggilan Allah makin sering Allah nanti mengangkat penggilan-panggilan kita. (D1/RM3/SMST/PK) | Data (1) merupakan pemilihan kata. Ustadz Hanan Attaki, Lc menjelaskan kepada para *mad’u* mengenai panggilan-panggilan Allah yang manusia sering abaikan. Hal tersebut menjadi pengingat bagi *mad’u* agar tidak mengabaikan panggilan-panggilan Allah dan mengajak untuk lebih sering berbuat menerima dan melaksanakan panggilan dari Allah SWT. | Data sesuai |  |
| lihatlah kebesaran Allah di langit lihat kebesaran Allah di bumi, baca ayat-ayat kauniyah ayat-ayat ilmiah, dengarkan kisah-kisah orang di sekitar kita agar kita makin yakin, gausah khawatir kalau dengan Allah asalkan kita ikhtiar, Allah gak bakal ngecewain kita. (D2/RM3/SMST/PK) | Data (2) merupakan pemilihan kata. Pada kalimat tersebut Ustadz Hanan Attaki mengajak para *mad’u* untuk melihat bukti nyata kebesaran-kebesaran Allah dengan mendengarkan kisah-kisah orang di sekitar, dengan begitu beliau dapat mempersuasif para *mad’u* agar senantiasa yakin dan berikhtiar kepada Allah bahwasannya kebesaran Allah itu nyata. | Data sesuai |  |
| Jadi dari sekarang marilah kita lebih sering untuk menguatkan iman kita lewat motivasi tallim, lewat bacaan, lewat hal-hal yang ajaib dalam hidup. (D3/RM3/SMST/PK) | Data (3) merupakan pemilihan kata. Pada kutipan tersebut Ustadz Hanan Attaki mempersuasif para *mad’u* untuk lebih menguatkan keimanan dengan beberapa cara membiasakan melakukan hal-hal yang baik seperti sering mendengarkan motivasi taklim, membaca bacaan mengenai keimanan, dan melihat kejadian-kejadian ajaib yang terjadi dalam kehidupan. | Data sesuai |  |

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dapat ditemukan bahwa karakter personal *(ethos)*, perasaan emosional *(pathos)*, dan pemilihan kata *(logos)* terhadap dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc menghasilkan data sebanyak tujuh puluh satu (71) data dari tiga video yang telah disimak berdasarkan dakwah Ustadz Hanan Attaki yang sesuai dengan rumusan masalah yaitu karakter personal *(ethos)* 20 data, perasaan emosional *(pathos)* 30, dan pemilihan kata *(logos)* 21 data.

Berdasarkan data hasil penelitian retorika pada video dakwah Ustadz Hanan mengenai ketiga rumusan masalah yang diteliti mengenai *ethos, pathos* dan *logos* ditemukan bahwasannya data yang paling dominan yaitu perasaan emosioonal (*pathos).* Pada video-video dakwah yang telah diteliti Ustadz Hanan Attaki, Lc cenderung lebih sering menggunakan daya tarik perasaan emosionalnya (pathos) dibandingkan dengan karakter personal, dan pemilihan kata.

Ditemukan bahwa Ustadz Hanan Attaki merupakan seorang da’i yang ketika berdakwah beliau lebih sering mempersuasif para *mad’u* dengan mengendalikan perasaan emosional para pendengarnya. Penerapan perasaan emosional disini terlihat dari susunan kalimat-kalimat yang digunakan untuk menarik hati dengan cara mengambil contoh realita untuk dihubungkan denga topik dakwahnya hal ini dapat membangkitkan perasaan seperti sedih, iba, takut, semangat dan lainnya, sehingga para pendengar lebih cepat tersentuh perasaan emosionalnya dan banyak yang merasa bahwa apa yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki tersebut *relate* dengan kehidupannya, hingga tidak heran jika dakwahnya banyak digandrungi oleh masyarakat khususnya anak muda dikarenakan Ustadz Hanan Attaki pandai dalam mengendalikan dan mempersuasif khalayak secara emosional.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai pengamatan yang dilakukan pada dakwah Ustadz Hanan Attaki menghasilkan data sesuai dengan rumusan masalah yaitu 1) Karakter personal (*ethos*) pada dakwah Ustadz Hanan Attaki, 2) Perasaan emosional (*pathos*) pada dakwah Ustadz Hanan Attaki dan 3) Pemilihan kata (*logos*) pada dakwah Ustadz Hanan Attaki.

**SIMPULAN**

Penelitian ini telah dilaksanakan dan mendapatkan data serta menganalisa dan membahas data yang diperoleh yaitu mengenai karakter personal *(ethos)*, perasaan emosional *(pathos)*, pemilihan kata *(logos)* retorikapada*.* dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc dalam Video di Media Sosial Youtube. Ditemukan bahwasannya dari ketiga rumusan masalah yang diteliti, data yang paling dominan yaitu perasaan emosional dibandingkan dengan karakter personal dan pemilihan kata. Ustadz Hanan Attaki cenderung lebih lebih sering mempersuasif para khalayak dengan menyentuh perasaan emosionalnya ketika berdakwah. Maka dapat disimpulkan jawaban dari rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Karakter personal (*ethos*) yang terdapat pada dakwah Ustadz Hanan Attaki pada rumusan masalah pertama menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki ketika berdakwah menjelaskan topik dakwahnya dengan pembahasan-pembahasan yang mudah dipahami tetapi tetap jelas misalnya tentang kandungan dari surat-surat dalam Al-quran, hal ini menunjukkan bahwa beliau memang ahli dalam ilmu agama. Ustadz Hanan Attaki juga memiliki karakteriristik seperti penggunaan ragam bahasa gaul, dan campur code dalam bahasa Arab dan Inggris ketika berceramah, sehingga dakwahnya banyak diminati banyak masyarakat khususnya bagi kalangan anak muda.
2. Perasaan emosional (*pathos*) yang terdapat pada dakwah Ustadz Hanan Attaki pada rumusan masalah kedua menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki lebih sering mempengaruhi para pendengar dakwahnya melalui emosionalnya. Ustadz Hanan Attaki selalu menggunakan daya tarik emosional untuk membuat perasaan para *mad’u* terlibat dalam dakwahnya dengan mengambil contoh realita yang dihubungkan dengan topik yang sedang disampaikan, sehingga dapat membangkitkan perasaan seperti, kagum, sedih, terharu, takut dari pada *mad’u.* Hal ini membuat pesan dakwahnyalebih cepat diterima, karena mempengaruhi melalui emosi lebih cepat diterima dari pada melalui logika.
3. Pemilihan kata (*pathos*) yang terdapat pada dakwah Ustadz Hanan Attaki pada rumusan masalah ketiga menunjukkan bahwa ketika berdakwah Ustadz Hanan Attaki menyentuh dan mempengaruhi para *mad’u* lewat logika dengan menyisipkan penalaran logis ketika menyajikan pesan dakwahnya. Penalaran logis tersebut dilakukan dengan memberikan bukti dan contoh nyata yang berhubungan dengan topik yang disampaikan dan dapat mempersuasif para *mad’u* untuk melakukan kebaikan.

**SARAN**

Berdasarkan kesimpulan dari paparan hasil analisis diatas terdapat beberapa saran yaitu:

1. Bagi mahasiswa dan peneliti berikutnya dengan adanya penelitian mengenai retorika pada dakwah Ustadz Hanan Attaki, Lc, pada penelitian lainnya diharapkan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya. Selain itu diharapkan terdapat metode lain yang nantinya dapat digunakan untuk menganalisis dari aspek lainnya.
2. Bagi pendidik dengan adanya penelitian ini diharapkan agar mengetahui retorika Ustadz Hanan Attaki, Lc yang dapat dikaji karena mengandung tiga unsur yaitu karakter *(ethos),* perasaaan emosional *(pathos)*, dan pemilihan kata *(logos)* sebagai pendukung proses berdakwah atau berbicara agar lebih baik dengan adanya seni berbahasa terhadap apa yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki, Lc.
3. Bagi pembaca kedepannya diharapkan dengan penelitian ini dapat mengetahui adanya prinsip retorika yang diterapkan dalam dakwah menggunakan teori Aristoteles, sehingga dalam penerapan retorika berdakwah nantinya dapat digunakan pada materi yang berbeda sehingga dapat ilmu pengetahuan dan wawasan bagi semua.
4. Bagi pembicara hasil penelitian ini sebuah dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki, Lc diharapkan dapat memberikan manfaat bagi juru dakwah. Selain itu penerapan retorika dalah sebuah dakwah akan memudahkan pembicara dalam penyampaian dakwah agar tersusun sesuai dengan keinginan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abidin, Yusuf Zainal. (2013). *Pengantar Retorika*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Ardiansyah, Moch. Ferdy. (2017). *Analisis Retorika Basuki Tjahaja Purnama Dalam Kampanye Rakyat Pemilihan Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta Di Rumah Lembang (Kajian Retorika Aristoteles).* Jurnal. Universitas Negeri Surabaya.

Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian.* Jakarta: Rineka Cipta.

Aristoteles. (2018). *Retorika Seni Berbicara Aristoteles*. Yogyakarta: BASABASI.

Asriadi. (2020). *Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah*. Jurnal. Universitas Islam Ahmad Dahlan.

Fikry, Ali. (2020). *Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristotels dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia*. Jurnal. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Hendrikus, Dori Wuwur. (1991). *Retorika, Terampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, bernegosiasi.* Yogyakarta: Kanisius.

Jalaluddin, Rahmat. (2012). *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hasanah dan Usman. (2020). *Karakter Dakwah Ustaz Abdus Somad (Studi Kajian Pragmatik.* Jurnal. IAIN Madura.

Mahsun. (2014). *Metode Penelitian Bahasa Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Moleong, Lexy j. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rajiyem. (2005). *Sejarah dan Perkembangan Retorika*. Jurnal. UGM Yogyakarta.

Satoto, Soediro. (2010). *Stilistika*. Yogyakarta. Penerbit Ombak.

Siswantoro. (2014). *Metode Penelitian Sastra Analisis Struktur Puisi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Suardi. (2017). *Urgensi Retorika Dalam Persfektif Islam Dan Persepsi  
Masyarakat.* Jurnal. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunarto. (2014). *Retorika Dakwah*. Surabaya: Jaudar Press.

Sutrisno, Isbandi dan Wiendijarti, Ida. (2014). *Kajian Retorika Untuk  
Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato.* FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta.

Wendra, Wayan, dan Sriasih, Putu, Ayu, Sang. (2014) *Kajian Retorika Dalam Naskah Pidato Pada Siswa Kelas XI Sma Negeri 1 Pupuan*. Jurnal. Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia.