

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Retorika Dakwah Kh. Emha Ainun Nadjib Dan Ustadz Hanan Attaki Pada Channel Youtube Caknun.Com Dan Hanan Attaki” ditulis oleh Ela Duwi Ayu Lestari dengan NIM 126311213044 dengan dosen pembimbing Dr. Bobby Rachman S. M.S.I.

Kata Kunci: Retorika, Dakwah, KH. Emha Ainun Nadjib, Ustadz Hanan Attaki, YouTube, Analisis Konten

Dakwah merupakan upaya untuk menyampaikan ajaran Islam kepada individu maupun kelompok guna mengajak kepada kebaikan dan kebenaran melalui lisan, tulisan, maupun tindakan. Di era digital, keberhasilan dakwah juga sangat ditentukan oleh kemampuan retorika dalam menyampaikan pesan secara persuasif, komunikatif, dan relevan dengan audiens. Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan pendekatan analisis konten yang bertujuan untuk mengkaji dan membandingkan retorika dakwah KH. Emha Ainun Nadjib dan Ustadz Hanan Attaki melalui channel YouTube CakNun.com dan Hanan Attaki. Fokus penelitian ini mencakup tiga rumusan masalah: (1) Bagaimana bentuk retorika dakwah KH. Emha Ainun Nadjib dalam channel YouTube CakNun.com? (2) Bagaimana bentuk retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam channel YouTube Hanan Attaki? dan (3) Apa persamaan dan perbedaan retorika dakwah keduanya?

Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan pendekatan analisis konten yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam retorika dakwah KH. Emha Ainun Nadjib dan Ustadz Hanan Attaki melalui channel YouTube CakNun.com dan Hanan Attaki Official. Data primer diperoleh dari dua video ceramah yang dianalisis melalui teknik dokumentasi, observasi nonpartisipan, dan coding data. Analisis dilakukan dengan model Miles dan Huberman serta validasi data menggunakan triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan temuan.

Penelitian ini menganalisis dan membandingkan bentuk retorika dakwah KH. Emha Ainun Nadjib dan Ustadz Hanan Attaki di media sosial, khususnya pada platform YouTube melalui kanal CakNun.com dan Hanan Attaki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KH. Emha Ainun Nadjib menggunakan retorika yang reflektif, filosofis, dan kultural dengan gaya bahasa campuran Jawa-Indonesia, suara yang dinamis dan teatrikal, serta gerak tubuh ekspresif dan partisipatif. Sementara itu, Ustadz Hanan Attaki menampilkan gaya dakwah yang ringan, emosional, dan kontekstual dengan bahasa yang komunikatif dan akrab bagi kalangan muda, suara lembut dan stabil, serta gerak tubuh yang tenang dan kasual. Keduanya sama-sama memanfaatkan gaya bahasa, suara, dan gerak tubuh, serta media sosial sebagai sarana dakwah, namun dengan pendekatan retorika yang berbeda: KH. Emha Ainun Nadjib lebih menonjolkan ethos dan logos, sedangkan Ustadz Hanan mengedepankan pathos. KH. Emha Ainun Nadjib menggunakan bentuk retorika dakwah elaboratif dan reflektif (Tipe A), sementara Ustadz Hanan Attaki menggunakan bentuk retorika yang efisien dan emosional (Tipe B). Meskipun berbeda dalam pendekatan, keduanya sama-sama

memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah, serta membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui gaya yang komunikatif, kontekstual, dan menyentuh kehidupan sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa retorika dakwah di era digital tidak bersifat tunggal, melainkan menyesuaikan dengan karakteristik audiens dan konteks media. Perbedaan ini mencerminkan pentingnya strategi komunikasi dakwah yang disesuaikan dengan segmentasi audiens dan konteks budaya di era digital.

ABSTRACT

The thesis titled “The Preaching Rhetoric of KH. Emha Ainun Nadjib and Ustadz Hanan Attaki on the YouTube Channels CakNun.com and Hanan Attaki” was written by Ela Duwi Ayu Lestari NIM 126311213044 under the supervision of Dr. Bobby Rachman S. M.S.I.

Da'wah is an effort to convey Islamic teachings to individuals or groups in order to invite them to goodness and truth through speech, writing, or actions. In the digital era, the success of da'wah also greatly depends on rhetorical ability to deliver messages in a persuasive, communicative, and audience-relevant manner. This research is a qualitative study with a content analysis approach that aims to examine and compare the preaching rhetoric of KH. Emha Ainun Nadjib and Ustadz Hanan Attaki through their respective YouTube channels, CakNun.com and Hanan Attaki Official. The focus of this study addresses three research questions: (1) What is the rhetorical style of KH. Emha Ainun Nadjib's preaching on the CakNun.com YouTube channel? (2) What is the rhetorical style of Ustadz Hanan Attaki's preaching on his YouTube channel? and (3) What are the similarities and differences between their rhetorical approaches?

This study analyzes and compares the preaching rhetoric of KH. Emha Ainun Nadjib and Ustadz Hanan Attaki on social media, specifically on the YouTube platforms CakNun.com and Hanan Attaki Official. The findings show that KH. Emha Ainun Nadjib employs a reflective, philosophical, and cultural style of rhetoric, using a blend of Javanese and Indonesian language, dynamic and theatrical voice intonation, and expressive, participatory body gestures to create emotional closeness and emphasize local values. In contrast, Ustadz Hanan Attaki adopts a light, emotional, and contextual preaching style, using communicative language familiar to youth, a soft and steady tone of voice, and calm yet engaging gestures, with a casual and modern appearance to connect with the digital generation. Both utilize language, voice, and gestures in their rhetoric and harness social media to reach wider audiences, but their approaches differ: KH. Emha emphasizes ethos and logos through deep cultural and philosophical discourse, while Ustadz Hanan emphasizes pathos with emotional and relatable delivery. KH. Emha Ainun Nadjib uses an elaborative and reflective form of preaching rhetoric (Type A), while Ustadz Hanan Attaki uses an efficient and emotional form of rhetoric (Type B). Although different in approach, both utilize digital media as a means of preaching, as well as building emotional closeness with the audience through a communicative, contextual style that touches on everyday life. This finding shows that preaching rhetoric in the digital era is not singular, but rather adapts to the characteristics of the audience and the media context. These differences highlight the importance of audience segmentation, cultural context, and adaptive communication strategies in digital-era preaching.

Keywords: Rhetoric, Islamic Preaching, KH. Emha Ainun Nadjib, Ustadz Hanan Attaki, YouTube, Content Analysis