

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Komunikasi merupakan proses interaksi antara manusia dengan manusia dan juga antara manusia dengan lingkungan<sup>1</sup>. Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti lisan, tulisan, isyarat, atau media visual. Keberhasilan dalam melakukan komunikasi bergantung pada kejelasan, empati, dan kemampuan mendengarkan. Dengan komunikasi yang efektif, hubungan antar individu atau organisasi dapat terjalin dengan baik, sehingga mempermudah kerja sama dan penyelesaian masalah.

Kegiatan dakwah di Indonesia banyak sekali dilakukan oleh para pemuka agama. Di Indonesia sendiri seorang yang berdakwah menyebarkan agama islam biasa disebut Ustad, Kyai, Gus, dan Habib. Namun untuk berdakwah semua orang biasa melakukannya tidak harus menjadi tokoh terlebih dahulu asalkan orang tersebut dapat mengajak kepada kebaikan dan tidak melanggar syariat agama dan dapat memberikan pemahaman yang tidak menyesatkan. Pengertian dakwah yakni suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul pada dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, pengahnyutan serta pengalaman terhadap ajaran agama<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Bonaraja Purba Dan Sherly Gaspersz, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), H.2.

<sup>2</sup> Prof. Dr. H. Abdullah, M.Si., *Ilmu Dakwah* (Depok: Rajawali Pers, Pt. Raja Grafindo Persada, 2019), H.9.

Dalam pelaksanaannya dakwah biasa dilakukan dengan berbagai macam cara seperti dengan lisan, tulisan atau dengan media digital serta disampaikan dengan penuh kesopanan. Dakwah tidak hanya menyampaikan pesan saja namun juga berupanya untuk membangun kesadaran manusia untuk hidup lebih positif dan terarah dengan tuntunan agama islam.

Persepsi adalah proses kognitif yang memungkinkan individu menafsirkan dan memberikan makna terhadap stimulus yang diterima melalui panca indera, yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, serta faktor sosial dan budaya.<sup>3</sup> Persepsi tidak hanya bergantung pada informasi sensorik yang diterima, tetapi juga pada faktor subjektif seperti harapan, motivasi, dan emosi seseorang. Dalam komunikasi, persepsi memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana seseorang memahami pesan yang disampaikan, sehingga perbedaan persepsi dapat menyebabkan variasi dalam penafsiran informasi yang sama. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi sangat penting dalam berbagai bidang, termasuk psikologi, komunikasi, dan pemasaran, karena dapat memengaruhi pola pikir dan perilaku individu

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian pesan kepada individu atau generasi z dengan tujuan meningkatkan keimanan serta mengajak kepada kebaikan sesuai ajaran Islam.<sup>4</sup> Dalam penyampaiannya, komunikasi dakwah harus memperhatikan prinsip hikmah (kebijaksanaan), mau'izhah

---

<sup>3</sup> Siti Rahmi, "Pengaruh Pendekatan Perilaku Kognitif Terhadap Tingkat Penyesuaian Diri Siswa Di Kelas Vii Smp Negeri 29 Makassar," *Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling* 1 (2015): 15–28.

<sup>4</sup> Sri Maullasari, "Metode Dakwah Menurut Jalaluddin Rakhmat Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Dan Konseling Islam (Bki)," *Jurnal Dakwah* 20, No. 1 (5 Agustus 2020): H.127.

hasanah (nasihat yang baik), dan jidal billati hiya ahsan (berdebat dengan cara yang baik) agar pesan dapat diterima dengan efektif. Metode yang digunakan dalam dakwah beragam, seperti lisan melalui ceramah dan diskusi, tulisan dalam bentuk artikel atau media sosial, visual dan multimedia melalui video dakwah, serta keteladanan dengan menunjukkan akhlak Islami dalam kehidupan sehari-hari. Namun, tantangan dalam komunikasi dakwah cukup kompleks, seperti beragamnya karakter audiens, perkembangan teknologi yang cepat, dan mispersepsi terhadap dakwah. Oleh karena itu, dakwah di era digital dapat dikemas secara kreatif dengan storytelling, humor Islami, atau tren media sosial yang disisipkan pesan keislaman agar lebih interaktif dan mudah diterima oleh generasi z luas.

Di era sekarang ini banyak sekali pendakwah muda yang bermunculan. Fenomena ini menjadi satu kebanggaan tersendiri bagi umat islam karena dengan kemunculan para pendakwah saat ini dapat menjadi benteng kemaksiatan untuk generasi muda. Media memiliki peran yang sentral dalam kelangsungan dakwah karena dengan media kita dapat menyebar luaskan konten dakwah yang menarik dan dapat di tonton berkali kali.

Dengan perkembangan yang terjadi saat ini para pendakwah berusaha mengunakan kata kata yang menarik serta yang mudah di pahami oleh khalayak umum. Dalam prosesnya pasti generasi z memiliki penilaian atau persepsi tersendiri kepada pendakwah. Sedangkan pengertian persepsi yakni pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan – hubungan yang

diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan.<sup>5</sup> Pemberian pemahaman yang diberikan dengan bahasa yang sama dengan cara yang sama pula kadang masih menimbulkan persepsi yang berbeda. Maka persepsi penting dalam membentuk cara seorang berpikir, berperilaku dan berinteraksi dengan dunia disekitarnya.

Gen Z atau generasi Z yakni kelompok generasi yang lahir sekitar pertengahan 1997-an hingga awal 2010-an.<sup>6</sup> Gen Z tumbuh di era digital dimana saat internet dan teknologi menjadi bagian integral dari kehidupan mereka sehari-hari. Gen Z dikenal lebih melek akan adanya perkembangan teknologi, kreatif dan terbuka terhadap keberagaman. Dalam konsep berfikir Gen Z memiliki pola pikir yang lebih adaptif dan kritis, serta memiliki kepedulian yang lebih terhadap isu-isu global seperti iklim dan keadilan sosial.

Sholawat Badrisiyah merupakan amalan dari K.H Badrissalam. Beliau memulai mengamalkan amalan ini dirumahnya pada tahun 1970. Dengan mengajak generasi Z sekitar untuk melakukan amalan tersebut. Dulu orang yang mengikuti amaliyah ini hanya 11 – 20 orang yang mayoritas adalah pemuda. Dengan seiring berjalannya waktu peminatnya semakin banyak sampai pada akhirnya dibuat bergilir dari satu tempat ketempat yang lain.<sup>7</sup>

Dalam akun Instagram @pondokalusna.ofc atau (PP. Alhusna) menampilkan bahwa Gus tata atau Ahmad Sultan Arifudin merupakan tokoh

---

<sup>5</sup> Jonathan Sarwono, *Pintar Menulis Karangan Ilmiah-Kunci Sukses Dalam Menulis Ilmiah*. (Magelang: Penerbit Andai, 2010), H.21.

<sup>6</sup> Fuad Rinaldi, S.E., Mm. Ak. Ca., Dr. Drs. Samsudin, S.H., Mh., M. Pd., Dan Syaiful Mujab, S.Sy., M.M., *Pendidikan Untuk Gen Z* (Indramayu: Penerbit Adab, 2024), H.2.

<sup>7</sup> Febriansyah, Wawancara Oleh Mohammad Yogi Nur Firdaus 12 Januari 2025

agama sekaligus pengasuh pondok pesantren Al husna Desa Tunge Kecamatan Wates Kabupaten Kediri juga pengasuh majelis Jamaah Sholawat Badrisiyyah. Gus Tata dikenal sebagai sosok yang ramah bisa merangkul semua kalangan mejadi sebuah keistimewaan yang membuat majelis JSB digemari oleh kaum gen Z yang memiliki latar belakang yang berbeda beda

Dalam majelis Jama'ah sholawat badrisiyyah memiliki ciri khas dalam berdakwah dengan gaya yang santai dan mudah dipahami. Dalam chanel youtube JSB Official telah memiliki 2500 subscriber, 2380 di tiktok @jsbofficial\_ (JSB official) dan 750 di instagram @bedeguk2020 (bedeguk 2020). Pelaksanaan Rutinan Jamaah sholawat badrisiyyah dilakukan setiap Kamis malam Jum'at bertempat di pondok pesantren al husna Tempursari, Tunge, Kec. Wates, Kabupaten Kediri dan Sabtu malam Minggu keliling di wilayah kecamatan wates. Keunikan dari majlis ini yaitu mayoritas pengikut dari majlis ini yakni kalangan remaja Gen Z dan juga banyak Anak Punk. Anak punk yang ikut memiliki rata rata usia 15-25 tahun yang juga masuk dalam kategori Gen Z. Hal tersebut menjadi keunikan yang membuat saya tertarik untuk memilih objek penelitian di dalam majelis Jamaah Sholawat Badrisiyyah.

Dalam majelis jamaah sholawat badrisiyyah Gus Tata memiliki gaya yang santai namun tetap tegas dalam menyampaikan poin atau isi pada ceramahnya. Candaan pasti ada dalam setiap ceramahnya hal ini menjadikan para jamaah tetap fokus mendengarkan pesan dakwah yang disampaikan oleh Gus Tata. Basa Jawa menjadi bahasa yang digunakan Gus Tata dalam berdakwah ini sesuai dengan jamaah yang hadir yakni mayoritas generasi Z

sekitar yang sehari harinya sudah menggunakan Bahasa Jawa khas Kediri. Gus Tata juga memiliki Hadroh yang mampu menciptakan ketukan musik yang membuat para jamaah yang hadir nyaman. Ini menjadi salah satu faktor yang membuat para Gen Z dan jamaah yang lain tertarik untuk hadir dalam majelis jamaah sholat badrisiyyah serta alasan saya kenapa memilih Gus Tata dan dan Majelis sholat badrisiyyah menjadi objek penelitian ini.

Retorika merupakan cara untuk menyampaikan pesan. Retorika merupakan ilmu yang tidak terikat pada satu objek keilmuan tertentu, melainkan bersifat universal sebagaimana dialektika dan merupakan sesuatu yang bermanfaat.<sup>8</sup> Retorika tidak hanya tentang bagaimana berbicara namun juga tentang pemahaman yang mendalam bagi audiens. Retorika menjadi bagian dari strategi untuk membuat dampak melalui struktur kalimat, penyampaian kata serta cara menyampaikan yang efektif.

Dalam berdakwah retorika menjadi bagian yang sangat penting. Bagaimana nanti pesan dakwah yang disampaikan bisa dapat diterima oleh jamaah. Kita ketahui juga bahwa setiap manusia juga memiliki cara pandang dan pola berfikir yang berbeda beda. Maka seorang pendakwah harus bisa menyampaikannya benar benar bisa dipahami dan tidak menimbulkan penafsiran berbeda pada setiap jamaah yang menerima pesan dakwah. Hal tersebut juga menjadi tolak ukur sukses tidaknya diterima atau tidaknya cara dakwah yang digunakan oleh pendakwah. Maka dari itu Peneliti tertarik untuk membahas satu permasalahan untuk menyusun tugas akhir dengan judul “Persepsi Gen Z Terhadap Dakwah Gus Tata (Ahmad Sultan Arifudin)

---

<sup>8</sup> Dedeh Sri Handayani, *Retorika (Seni Berbicara)* (Bantul Yogyakarta: Basabasi, 2018), hal.15.

Dalam Majelis Jamaah Sholawat Badrisiyyah di Desa Tunge, Kec. Wates, Kabupaten Kediri”.

## **B. Fokus Penelitian**

Setelah kita memahami konteks penelitian diatas maka dapat kita tarik kesimpulan bahwasanya fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi Gen Z terhadap retorika dakwah Gus Tata dalam Majelis Jamaah Sholawat Badrisiyyah di Desa Tunge Kecamatan Wates kabupaten Kediri?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi Gen Z terhadap dakwah Gus tata dalam Majelis Jama'ah Sholawat Badrisiyyah Desa Tunge Kecamatan Wates kabupaten Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persepsi Gen Z terhadap retorika dakwah Gus Tata dalam Majelis Jamaah Sholawat Badrisiyyah di Desa Tunge Kecamatan Wates kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi Gen Z terhadap dakwah Gus Tata dalam Majelis Jamaah Sholawat Badrisiyyah Desa Tunge Kecamatan Wates kabupaten Kediri.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharab bisa meberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan menambah keilmuan tentang dakwah, terkhusus tentenag pendekatan dakwah kontemporer yang telan diterapkan oleh

Gus Tata dalam Majelis Jammaah Sholawat Badrisiyyah. Juga dapat menjadi referensi untuk pengembangan konsep dakwah keagamaan yang berbasis lokal dan tradisional yang dapat diterapkan pada kebutuhan generasi z modern.

## 2. Manfaat Praktis

a. Bagi para pendakwah penelitian ini dapat menjadi sebuah inspirasi yang dapat diterapkan dan dikembangkan untuk pendekatan dakwah yang efektif serta dapat diterima generasi z luas.

b. Bagi Generasi z umum atau pembaca.

Penelitian diharapkan memberikan pemahaman yang lebih tentang bagaimana peran dakwah dalam memperkuat nilai ukhuwah Islamiyah dibergai lapisan generasi z terkhusus Gen Z.

## E. Definisi Konsep

Tujuan dari definisi konsep yakni memberikan penjelasan sekilas atau gambaran mengenai istilah penting yang ada dalam penelitian ini.

Diantaranya yakni :

### 1. Persepsi

Persepsi yakni sebuah proses individu dengan menginterpretasikan, mengorganisasikan dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan dimana individu tersebut berada, yang berasal dari proses belajar dan pengalaman.<sup>9</sup> Pada prosesnya

---

<sup>9</sup> Dzul Fahmi, *Persepsi: Bagaimana Sejatinnya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hal.11.

individu tidak menerima informasi secara mentah atau pasif namun harus memprosesnya sesuai dengan ilmu dan pengalaman yang dimiliki.

Persepsi dapat dipengaruhi dengan faktor internal dan eksternal. Adapun faktor internal seperti keyakinan, pengalaman serta kondisi emosional. Faktor eksternal yakni meliputi karakteristik stimulus, intensitas, ukuran dan kontras. Orang yang memiliki pengalaman positif dengan orang yang belum memiliki pengalaman akan sangat berbeda dalam menyikapi sebuah informasi. Orang yang memiliki pengalaman cenderung memiliki sifat yang lebih tenang.

Dalam hidup bersosial persepsi menjadi bagian penting dalam hubungan manusia dengan manusia ataupun antar kelompok. Persepsi sosial sangat mempengaruhi bagaimana seseorang memandang dan menilai orang serta pengambilan keputusan. Maka memahami mekanisme persepsi sangat berguna agar mengurangi kesalahan pemahaman dalam berkomunikasi dan dapat menciptakan interaksi yang baik dan harmonis.

Persepsi adalah proses kognitif yang memungkinkan seseorang untuk menafsirkan dan memberikan makna pada rangsangan yang diterima. Proses ini melibatkan pengorganisasian dan menafsirkan informasi untuk memahami lingkungan. Persepsi tidak hanya tergantung pada informasi yang diterima, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman individu, pengetahuan, budaya, dan situasi emosional. Ini berarti bahwa setiap orang dapat memiliki persepsi yang berbeda tentang objek atau peristiwa yang sama tergantung pada latar belakang dan konteks pribadi.

Persepsi berkaitan dengan peta kognitif individu yang bukan merupakan penilaian fotografik dari kenyataan fisik, melainkan konstruksi pribadi yang dipengaruhi oleh kepentingan dan kebiasaan individu tersebut. Ini menunjukkan bahwa persepsi adalah kecenderungan untuk melihat objek yang sama dengan cara yang berbeda, dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, dan sudut pandang masing-masing individu.<sup>10</sup>

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi antara lain:

1) Faktor Internal

Meliputi kebutuhan, pengalaman masa lalu, motivasi, harapan, dan kondisi emosional individu.

2) Faktor Eksternal

Stimulus yang diterima seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti seberapa kuat atau menonjol rangsangan tersebut (intensitas), ukuran besar atau kecilnya, perbedaan mencolok dengan sekelilingnya (kontras), seberapa sering muncul (repetisi), adanya gerakan, serta apakah stimulus tersebut sesuatu yang baru atau tidak biasa.<sup>11</sup>

## 2. Generasi z

Istilah generasi z beral dari bahasa arab yakni syaraka yang berarti turut serta dan berpartisipasi. Generasi z yakni sekumpulan individu yang hidup berada di satu wilayah tertentu yang didalamnya memiliki

---

<sup>10</sup> Ananda Hulwaton Nisa, Hidayatul Hasna, Dan Linda Yarni, "Persepsi," *Koloni 2* (2023): 18.

<sup>11</sup> Ira Aini Dania Dan Nanda Novziransyah, "Sensasi, Persepsi, Kognitif," *Ibnu Sina: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan - Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara* 20, No. 1 (26 Januari 2021): hal.23.

interaksi sosial yang baik dan terorganisir. Bukan hanya perkumpulan individu namun manusia dikenal memiliki sebuah system sosial yang tertata dan saling memiliki hubungan. Cakupan dalam system tersebut terdapat beberapa lapisan keluarga menjadi lapisan yang terkecil samapai dengan kelompok kelompok dan instansi pemerintahan maupun agama.<sup>12</sup>

Sejarah mengatakan bahwa generasi z terus berkembang seiring berjalanya waktu dan perkembangan teknologi dan zaman. Pada zaman dahulu generasi z berbasis komunitas masih bersekala kecil seperti contoh generasi z agraris atau generasi z yang perekonomiannya hanya bergantung pada sector pertanian dan tumbuhan. Seiring berjalanya waktu mereka berkembang menjadi kelompok kelompok generasi z yang lebih kompleks layaknya generasi z industri dan post-industri. Hal tersebut menjadikan keberagaman dalam hubungan antar individu.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia generasi z yaitu kumpulan manusia yang terikat oleh kebudayaan yang sama. Masyarakat terdiri dari golongan golongan atau orang orang yang memiliki ideentitas yang sama. Sedangkan secara etimologis generasi z merupakan kelompok manusia yang hidup bersama dalam waktu yang cukup lama dan secara sadar mereka merupakan satu kesatuan.

Pengertian generasi Z sendiri adalah generasi sesudah generasi milenial. Seseorang yang disebut sebagai generasi Z adalah mereka yang

---

<sup>12</sup> Bobby H. Trilaksono Dkk., "Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial," *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 1, No. 1 (1 Juli 2021): H.15, <https://doi.org/10.15408/Virtu.V1i1.18073>.

lahir di rentang tahun antara 1997 sampai 2012, tepatnya setelah generasi millenium atau generasi Y.<sup>13</sup> Secara umum, pernyataan-pernyataan tersebut benar mengingat bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir pasca tahun 1996. Rata-rata generasi Z sedang menjalani kehidupan di perguruan tinggi, sedangkan sebagian lainnya telah memasuki dunia kerja pada tahun 2020.

McKinsey (2018), pernah melakukan study yang menyatakan bahwa perilaku Gen Z dapat dikelompokkan menjadi empat bagian masuk kedalam empat komponen yang memiliki landasan yang kuat menyatakan bahwa Gen Z Merupakan generasi yang mencarai akan suatu kebenaran.<sup>14</sup> Yang pertama Gen Z disebut sebagai *“the undefidual ID”* yang berarti generasi ini menghargai ekspresi pada setiap individu tanpa memberi label tertentu. Kedua yakni *“the communaholic”* yakni generasi yang dianggap inklusif dan tertarik selalu terlibat kedalam komunitas dengan memanfaatkan teknologi yang canggih mereka ingin memberikan manfaat. Ketiga *“the dialoguer”* mereka percaya bahwa komunikasi itu penting dan cara untuk menyelesaikan konflik dan dialog dapat membawa perubahan. Gen Z juga terbuka dan senang melakukan interaksi dengan antar individu maupun dengan kelompok kelompok. Ke empat Gen Z disebut *“the realistic”* Gen Z dianggap lebih realistis dalam

---

<sup>13</sup> Galih Sakitri, *“Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!” Universitas Prasetya Mulya Vol.35 (2021): H.2-3*

<sup>14</sup> Ibid, hal. 2-3

pengambilan keputusan, hal ini dapat dibandingkan dengan generasi yang lain.<sup>15</sup>

Gen Z dikenal sebagai generasi yang memiliki karakteristik mudah peka terhadap keberagaman, pemahaman juga terhadap isu sosial juga dikenal memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi. Gen Z memiliki pola pikir yang lebih individualis. Gen Z juga dikenal sebagai generasi yang lekat dengan sosial media ini juga sangat berpengaruh pada kehidupannya bahkan dapat membentuk identitas, nilai serta hubungan interpersonal.

Gen Z juga memiliki banyak potensi tantangan yang mereka hadapi juga unik serta generasi ini lebih rentan terkena stress dan kecemasan, ini disebabkan karena kelekatan mereka dengan media sosial dan factor ekonomi yang tidak pasti. Namun dalam dunia kerja generasi ini dikenal sebagai generasi yang kreatif inovatif dan adaptif. Ini bisa karena mereka memiliki kemampuan belajar mandiri yang tinggi, juga mereka berlandaskan karna tantangan dunia kerja yang sangat cepat berubah.

### **3. Majelis Ta'lim**

Majlis memiliki posisi yang penting dalam berbagai bidang seperti politik, agama, dan Hukum. Di Indonesia majlis taklim menjadi pendidikan Islam informal yang bertujuan untuk menyebarkan agama Islam dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang ajaran

---

<sup>15</sup> Tracy Francis Dan Fernanda Hoefel, “‘True Gen’: Generation Z And Its Implications For Companies,” *Consumer Packaged Goods* 3 (2018). H.33

agama Islam.<sup>16</sup> Majelis juga memiliki fungsi sebagai ruang diskusi dan belajar untuk menambah nilai-nilai universal pada generasi Z. Di Indonesia sendiri terdapat banyak sekali majelis ta'lim yang tersebar diberbagai wilayah di Indonesia. Mereka memiliki tujuan yang sama yakni penyebaran ajaran agama Islam juga sebagai wadah memperdalam ilmu agama.

Majelis ta'lim memiliki karakteristik yakni sebagai berikut :

1. Majelis ta'lim sebagai ruang pembelajaran agama.

Fungsi sebagai tempat pembelajaran agama Islam yang bersifat informal. Majelis ini berperan meningkatkan pemahaman tentang agama pada generasi Z.<sup>17</sup>

2. Komunitas Sosial Berbasis Agama

Majelis ta'lim menjadi wadah untuk mempererat hubungan antar individu komunitas. Kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama seringkali dilakukan semata sebagai bentuk menerapkan nilai-nilai agama.<sup>18</sup>

3. Fleksibilitas dan Aksesibilitas

Dalam pelaksanaannya majlis ta'lim diadakan dengan jadwal yang fleksibel tergantung kesepakatan para anggota<sup>19</sup>, pemilihan lokasi juga

---

<sup>16</sup> Karlina Putri Dkk., "Majelis Ta'lim Sebagai Lembaga Pendidikan Islam Non Formal Di Indonesia," *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 2, No. 2 (24 Februari 2024): H.102,

<sup>17</sup> Saidul Amin, *Harun Nasution Ditinjau Dari Berbagai Aspek* (Pekanbaru Riau: Asal Riau, 2019), H.45-47.

<sup>18</sup> Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam : Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2007).

<sup>19</sup> Hasan Basri Dan Beni Ahmad Saebani, *Ilmu Pendidikan Islam Jilid Ii* (Bandung: Pustaka Setia, 2010), H.131.

fleksibel bisa berpindah pindah tempat atau terpusat pada satu tempat.

4. Berorientasi pada dakwah dan peningkatan akhlak

Tujuan adanya majlis taklim sebagai wadah dan sarana dengan ferfokus pada pembentukan akhlak sesuai dengan ajaran agama.

5. Dipimpin oleh tokoh agama

Tokoh agama akan memandu jamaah dalam penerapan nilai nilai agama tokoh ini pulalah yang menjadi panutan dan pastinya tokoh yang dipilih adalah tokoh yang benar benar memiliki kopentensi atau ahli dalam bidang agama.

#### **4. Dakwah**

Dakwah adalah kegiatan yang sangat penting dalam Islam, yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran agama dan meningkatkan pemahaman umat tentang nilai-nilai Islam. Secara etimologis, kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti "seruan" atau "ajakan". Dalam konteks ini, dakwah merujuk pada upaya untuk mengajak orang lain kepada kebaikan, memperkenalkan mereka pada ajaran Islam, dan mendorong mereka untuk mengamalkan nilai-nilai yang diajarkan dalam agama.

Tujuan utama dakwah adalah untuk menyebarkan ajaran Islam kepada orang-orang yang belum mengenalnya, meningkatkan pemahaman umat Islam tentang ajaran agama, mendorong perubahan positif dalam perilaku dan akhlak, serta membangun komunitas yang solid dan bersolidaritas.

Melalui dakwah, diharapkan individu dapat memahami prinsip-prinsip dasar Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.<sup>20</sup>

Dalam melaksanakan dakwah, terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan:

- Sabar dan Bijaksana

Pendakwah harus memiliki sikap sabar dan bijaksana dalam menyampaikan pesan.

- Menggunakan Bahasa yang Baik

Bahasa yang sopan dan mudah dipahami akan lebih mudah diterima oleh audiens.

- Menjaga Akhlak

Majadi seorang pendakwah harus menjadi teladan dalam akhlak dan perilaku agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik.

## **F. Telaah Pustaka**

Dalam penelitian ini, dilakukan penelaahan terhadap berbagai pustaka untuk memahami konsep dasar, teori yang relevan, serta temuan penelitian terdahulu terkait topik yang dibahas. Telaah pustaka bertujuan untuk menyediakan landasan ilmiah yang kuat dan menunjukkan gap penelitian yang menjadi dasar penelitian ini.

Berikut beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, yakni sebagai berikut :

---

<sup>20</sup> Venny Yunita, "Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah Pada Buku Percepatan Rezeki Dalam 40 Hari Dengan Otak Kanan," 2018,

1. Artikel Jurnal Oleh Fadhlur Rahman Armi UIN Mataram Vol.3 No.2 tahun 2021 dengan judul Persepsi Generasi z Terhadap Kegiatan Dakwah Majelis Taklim Al-Barkah : Di Kepenghuluan Bagan Punak Meranti.<sup>21</sup>

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan atau persepsi generasi z terhadap dakwah yang dilakukan oleh Majelis Taklim Al-Barkah.<sup>22</sup>

Hasil penelitian ini adalah Majelis Taklim merupakan wadah untuk memperkuat keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Bentuk kegiatannya beraneka ragam dan memberikan bekal ilmu serta keterampilan dasar untuk membangun dan memelihara tali silaturahmi Islam yang erat di antara para anggotanya. Kehadiran Ukwa secara rutin diharapkan semakin kokoh dan kuat dalam membangun serta memajukan kehidupan beragama. Persepsi generasi z terhadap Majelis Taklim bervariasi. Citra negatif kelompok studi Islam harus diperbaiki dan diperbaiki. Hal ini untuk memastikan agar persepsi tersebut tidak menjadi persoalan di tengah generasi z setempat dan tidak merembet ke Kepenghuluan Bagan, Kecamatan Punak Meranti, Bangko. Majlis Taklim juga merupakan kekuatan kolektif yang terstruktur sebagai satu kesatuan dan mengambil bentuk kekuatan spiritual. Kesatuan rohani dan fisik di bawah satu komando. Kepemimpinan yang memungkinkan tugas diselesaikan dengan cara yang lebih terfokus dan teratur, dengan motivasi yang jelas, arah dan tujuan yang jelas, serta langkah-langkah tindakan

---

<sup>21</sup> Fadhlur Rahman Armi Dan Heri Rahmatsyah Putra, "Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Dakwah Majelis Taklim Al-Barkah: Di Kepenghuluan Bagan Punak Meranti," *Sophist : Jurnal Sosial Politik Kajian Islam Dan Tafsir* 3, No. 2 (3 November 2021)

<sup>22</sup> Ibid. 4

yang jelas. Faktor struktural yang menentukan persepsi berasal dari luar individu, seperti lingkungan, budaya, atau hukum. Faktanya, nilai-nilai sosial sangat memengaruhi persepsi orang terhadap berbagai hal.<sup>23</sup>

Perbedaan penelitian ini yaitu objek yang digunakan pada majlis taklim Dakwah Majelis Taklim Al-Barkah. Persamaan penelitian terdapat yakni persepsi sebagai subjek penelitian.

2. Artikel jurnal oleh Silvia Rahasti Institut Agama Islam Negeri Kerinci diterbitkan oleh Jurnal Riset dan Publikasi Mahasiswa Vol.3 No.1 tahun 2023 dengan judul “*Persepsi Generasi z Terhadap Humor Dalam Ceramah Juru Dakwah Di Kumun Mudik*”<sup>24</sup>

Tujuan Penelitian mengetahui Persepsi Generasi z Terhadap Humor Dalam Ceramah Juru Dakwah Di Kumun Mudik bagaimana tanggapan jamaah terhadap cara dakwah yang digunakan.<sup>25</sup>

Hasil dari penelitian ini adalah Berikut adalah Juru dakwah di Kumun Mudik memiliki ciri khas dalam penyampaian ceramah dengan menyelipkan humor, yang menarik minat generasi z untuk mengikuti ceramah agama. Jenis humor yang digunakan meliputi humor mendidik, humor religius, dan humor berbau seksual. Humor yang mendidik dan religius sangat diperlukan untuk menghilangkan kejenuhan saat mendengarkan ceramah. Persepsi generasi z terhadap humor dalam ceramah di Desa Kumun Mudik cukup positif; banyak yang menyukai

---

<sup>23</sup> Fadhlur Rahman Armi Dan Heri Rahmatsyah Putra, “Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Dakwah Majelis Taklim Al-Barkah: Di Kepenghuluan Bagan Punak Meranti,” *Sophist : Jurnal Sosial Politik Kajian Islam Dan Tafsir* 3, No. 2 (3 November 2021)

<sup>24</sup> Silvia Rahasti Dan Ahmad Zuhdi, “Persepsi Masyarakat Terhadap Humor Dalam Ceramah Juru Dakwah Di Kumun Mudik” Vol.3 (2023).

<sup>25</sup> Ibid, hal. 3

adanya humor karena membuat suasana lebih hidup dan ceria. Generasi z merasa terhibur sekaligus mendapatkan pelajaran dari dakwah. Dampak positif humor dalam ceramah adalah dapat menghidupkan situasi dan memudahkan pemahaman pesan. Namun, terdapat juga pengaruh negatif dari sebagian kecil generasi z, baik dari sudut pandang agama maupun sosial.<sup>26</sup>

Perbedaan pada penelitian ini pada objek yang digunakan pada Ceramah Juru Dakwah Di Kumun Mudik persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada persepsi sebagai subjek penelitian.

3. Artikel Jurnal Oleh Riza Zahriyal dan Falah Institut Agama Islam Negeri Kudus Jurnal AT-TABSYIR Vol.8 No.2 tahun 2021 dengan judul “Retorika Dakwah (Studi Retorika Dakwah Lulung Mumtazah)”<sup>27</sup>

Tujuan Penelitian untuk Mendeskripsikan retorika dakwah yang digunakan oleh Lulung Mumtazah dalam akun YouTube "Islam Itu Indah Official".<sup>28</sup>

Hasil Penelitian Lulung Mumtazah menggunakan gaya bahasa tak resmi, percakapan, sederhana, mulia bertenaga, dan menengah. Gaya suara dan gerak tubuh yang digunakan juga mendukung penyampaian pesan dakwah secara efektif.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Silvia Rahasti Dan Ahmad Zuhi, “Persepsi Masyarakat Terhadap Humor Dalam Ceramah Juru Dakwah Di Kumun Mudik” Vol.3 (2023).

<sup>27</sup> Riza Zahriyal Falah Dan Siti Hidayati, “Retorika Dakwah (Studi Retorika Dakwah Lulung Mumtazah),” *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 8, No. 2 (26 Desember 2021)

<sup>28</sup> *Ibid*, hal.5

<sup>29</sup> *Ibid*, hal.14

Perbedaan penelitian ini terdapat pada subjek yang diteliti yaitu akun youtube Lulang Mumtazam, sedangkan penelitian yang akan datang dilakukan dalam majelis jamaah sholawat badrisiyyah. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan tentang retorika dakwah.

4. Artikel Jurnal oleh Puri Pramita Universitas Pendidikan Indonesia Jurnal kajian Bahasa Vol.4 No.2 tahun 2015 dengan judul Retorika Dakwah Yusuf Mansur Dan Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Berbicara Dalam Bentuk Cd Interaktif Untuk Siswa SMA.<sup>30</sup>

Tujuan Penelitian ini mendeskripsikan retorika dakwah Yusuf Mansur, yang meliputi struktur materi dakwah, metode dakwah, strategi penyusunan pesan, dan gaya dakwah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memanfaatkan hasil penelitian sebagai bahan ajar berbicara dalam bentuk CD interaktif untuk siswa SMA.<sup>31</sup>

Hasil Penelitian Struktur materi dakwah Yusuf Mansur terdiri dari pembukaan (salam, pujian kepada Allah, shalawat, dan pengantar), isi (contoh, kisah, dalil Al-Qur'an, dan wasiat), dan penutup (simpulan, harapan, doa, dorongan untuk berbuat, dan salam penutup). Metode dakwah yang dominan adalah Al-Mau'izah Al-Hasanah, yang mencakup penggunaan kisah, contoh, wasiat, dan pernyataan persuasif.<sup>32</sup>

Perbedaan penelitian ini subjek penelitian bagaimana pada penelitian ini berfokus pada proses penyampaian atau teknik retorika

---

<sup>30</sup> Puri Pramita, "Retorika Dakwah Yusuf Mansur Dan Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar Berbicara Dalam Bentuk Cd Interaktif Untuk Siswa Sma," *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa* 4, No. 2 (1 Desember 2015)

<sup>31</sup> Ibid, hal.4

<sup>32</sup> Ibid, hal.6

dakwah sedangkan penelitian yang akan datang yakni berfokus pada persepsi atau tanggapan tentang retorika dakwah. Persamaanya terletak pada pembahasan retorika dakwah.

5. Artikel Jurnal Bobby H. Trilaksono dan Wahyu Prasetyawan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta *Virtu* Vol.1 No. 1 tahun 2021 dengan judul Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial.<sup>33</sup>

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran media retorika dalam menyampaikan pesan dakwah di era milenial, serta bagaimana penerapannya dapat membantu mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.<sup>34</sup>

Hasil penelitian media retorika menjadi seni yang membantu proses komunikasi dan mempengaruhi audiens untuk menerima pesan dakwah. Di era milenial, penggunaan teknologi digital dalam dakwah memungkinkan pesan disampaikan dengan lebih efektif dan persuasif, mengingat perubahan pola hidup generasi z yang sangat bergantung pada teknologi.<sup>35</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang yakni terletak pada objek penelitian dimana objek nya adalah Milenial dan media. Sedang penelitian yang akan datang berobjek pada Gen Z. persamaanya terletak pada retorika dakwah.

---

<sup>33</sup> Bobby H. Trilaksono Dkk., "Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial," *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 1, No. 1 (1 Juli 2021)

<sup>34</sup> Ibid, hal.3

<sup>35</sup> Ibid, hal.8

6. Artikel Jurnal Mukroni Ab. dan Mujiono Institut Pembina Rohani Islam Jakarta, Indonesia Ad-DA'WAH Vol.20 No.2 tahun 2022 dengan judul Peranan Retorika Dalam Pengembangan Dakwah.<sup>36</sup>

Tujuan artikel ini berupaya mengungkap peranan retorika dalam pengembangan dakwah, khususnya dalam memilih cara dan media yang efektif sesuai dengan karakteristik generasi z yang dituju.<sup>37</sup>

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan media dan teknik dakwah harus disesuaikan dengan karakteristik generasi z, seperti tingkat pengetahuan, sosial, budaya, dan lingkungan kehidupan mereka. Retorika yang efektif dapat membantu menyampaikan pesan dakwah dengan lebih tepat sasaran dan diterima oleh berbagai kalangan.<sup>38</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datany yakni terletak pada peran retorika dalam dakwah sedangkan penelitian yang akan datang yakni persepsi generasi z tentang retorika dakwah. Persamaan ya terletak pada fungsi penggunaan retorika sebagai cara dakwah.

7. Jurnal penelitian Isina Rakhmawati Institut Agama Islam Kudus AT-Tabsyir Vol.1 No.2 dengan judul kontribusi retorika dalam komunikasi dakwah<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup> Mukroni Ab. Dan Mujiono, "Peranan Retorika Dalam Pengembangan Dakwah," *Ad-Da'wah* 20, No. 2 (17 Agustus 2022)

<sup>37</sup> Ibid, hal.6

<sup>38</sup> Ibid, hal.12

<sup>39</sup> Isina Rakhmawati, "Kontribusi Retoriks dalam Komunikasi Dakwah", *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol.1, No. 2. 2013.

Tujuan Menjelaskan peran retorika dalam komunikasi dakwah, khususnya dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens.<sup>40</sup>

Retorika berkontribusi signifikan dalam komunikasi dakwah melalui penggunaan bahasa yang tepat, gaya penyampaian yang sesuai, dan pemahaman terhadap audiens. Penguasaan retorika oleh da'i dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan pesan dakwah oleh generasi z.<sup>41</sup>

Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan datang yakni objek penelitian akan mengukur keefektifitasan dalam menggunakan retorika sedangkan persamaanya yakni pembahasan retorika sebagai alat penunjang dakwah.

---

<sup>40</sup> Isina Rakhmawati, "Kontribusi Retorika dalam Komunikasi Dakwah", *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol.1, No. 2. 2013. Hal.48

<sup>41</sup> *Ibid*, 49