



## Retorika Dakwah Dr. Aisah Dahlan dalam Video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita”

Asti Nuraeni, Ida Afidah\*

*Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.*

### ARTICLE INFO

#### Article history :

Received : 08/10/2024

Revised : 18/12/2024

Published : 30/12/2024



Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 2

Halaman : 107-116

Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi Sinta [Peringkat 5](#)  
berdasarkan Ristekdikti  
No. 177/E/KPT/2024

### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Retorika Dakwah Dr. Aisah Dahlan dalam Video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita””. Penelitian ini bertujuan bertujuan untuk mengetahui bagaimana olah kontak, olah vokal, dan olah visual dr. Aisah dalam video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” di channel Youtube Rumil Al-Hilya. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mendapatkan data. Kemudian peneliti melakukan kegiatan observasi melalui pengamatan video serta dokumentasi berupa profil dan video dari Youtube Rumil Al-Hilya. Teori yang digunakan yakni teori retorika Jalaluddin Rakhmat (olah kontak, olah vokal dan olah visual). Hasil penelitian adalah (1) olah kontak dr. Aisah menggunakan kontak visual dan kontak mental (tanggapan) sehingga mad'u merasa dilibatkan dalam aktivitas dakwahnya; (2) olah vokal dr. Aisah menggunakan artikulasi yang jelas, pitch (nada) suara naik, rendah, dan naik-turun, rate dan rhythm serta Jeda dan pause (hentian) yang membuat audiens mampu mencerna perkataannya; (3) olah visual dr. Aisah menggunakan gerak fisik (gerak seluruh tubuh, gerak tangan, ekspresi, sikap tubuh, penampilan dan pakaian) dan alat bantu visual power point yang membuat audiens tidak merasa bosan ketika mendengarkan kajiannya.

**Kata Kunci** : Retorika Dakwah; dr. Aisah.

### ABSTRACT

This research is titled "Retorika Dakwah Dr. Aisah Dahlan dalam Video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita””. This research aims to find out how dr. Aisah in the video "Differences in Perception of Men and Women" on Rumil Al-Hilya Youtube channel. The researcher used a descriptive qualitative method to obtain data. Then the researcher carried out observation activities through video observation and documentation in the form of profiles and videos from Youtube Rumil Al-Hilya. The theory used is Jalaluddin Rakhmat rhetorical theory (contact, vocal and visual). The results of the study are (1) contact processing dr. Aisah uses visual contact and mental contact (response) so that the mad'u feels involved in her da'wah activities; (2) Dr. Aisah uses clear articulation, pitch (tone) of up, low, and up-down sounds, rate and rhythm as well as pauses and pauses (stops) that make the audience able to digest his words; (3) Visual processing of dr. Aisah uses physical gestures (whole body movements, hand gestures, expressions, body postures, appearances and clothes) and power point visual aids that make the audience not feel bored when listening to her study.

**Keywords** : Da'wah Rhetoric; dr. Aisah.

Copyright© 2024 The Author(s).

## A. Pendahuluan

Dakwah pada dasarnya adalah aktivitas lisan dan perilaku, baik yang disampaikan dalam forum resmi maupun dalam interaksi pribadi. Tujuannya adalah untuk mengajak manusia mengikuti jalan Allah SWT. Ceramah, pidato, dan khutbah merupakan bentuk-bentuk dakwah yang sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ceramah, pidato dan khutbah untuk memastikan bahwa kegiatan tersebut berlangsung dengan baik, menarik, dan mampu mempengaruhi pikiran serta perasaan audiens, maka pemahaman retorika bagi seorang da'i atau pembicara menjadi suatu hal yang penting. Retorika adalah bagian dari ilmu komunikasi. Komunikasi bertujuan untuk mengajak orang berpartisipasi atau mengubah sikap mereka agar sejalan dengan maksud komunikator (orang yang melakukan komunikasi). Dalam konteks dakwah, komunikator tersebut adalah muballigh atau da'i (Udin, 2019)

Di era globalisasi saat ini, banyak orang memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi, baik untuk mencari maupun menyebarkan informasi. Beberapa *platform* media sosial yang populer dan sering digunakan diantaranya yaitu, Whatsapp, Instagram, Facebook, X, TikTok, dan YouTube. Menurut Lister dan rekan-rekannya, sebagaimana dikutip oleh Rulli Nasrullah (Nasrullah, 2015a, 2015b, 2017), YouTube adalah platform media sosial yang fokus pada berbagi video (Ahmadi *et al.*, 2020; Halwa Sri Wulandari & Malki Ahmad Nasir, 2024). Pengguna dapat mencari informasi melalui berbagai channel yang tersedia atau bahkan membuat channel mereka sendiri. Informasi kemudian disebarluaskan melalui channel-channel ini mirip dengan proses produksi di stasiun televisi, tetapi dikemas dalam bentuk media sosial (Hamdan, 2021)

Saat ini, Youtube adalah salah satu media sosial yang paling populer. Dengan meningkatnya penggunaan *platform* ini, banyak orang memanfaatkannya untuk berbagai tujuan, ada yang digunakan dalam hal kebaikan dan ada juga yang disalahgunakan. Contoh penyalahgunaan YouTube termasuk konten pornografi, tindakan asusila, penghinaan atau pencemaran nama baik, serta penyebaran berita bohong atau hoaks, dan masih banyak lagi. Salah satu contoh kasus hukum yang melibatkan media sosial adalah kasus Buni Yani, seorang peneliti dari Universitas Leiden, Belanda. Buni Yani mengunggah video yang menjadi viral, yaitu pidato mantan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Dalam video tersebut, Buni Yani menghapus kata "pakai" dari ucapan Ahok, yang seharusnya ada dalam pidato tersebut. Akibatnya, pidato tersebut terdengar seolah-olah Ahok telah menyebutkan bahwa Al-Maidah telah menipunya. Kasus ini menjadi sangat viral di media sosial, khususnya di Youtube, yang merupakan platform yang banyak digunakan oleh masyarakat. (Fhadillah, 2019)

Jika digunakan untuk hal-hal kebaikan atau positif, *platform* media sosial YouTube dapat memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, khususnya dalam aktivitas dakwah untuk mengajak ke jalan yang diridhai Allah SWT (Ahmadi *et al.*, 2024; Kurnia *et al.*, 2022). Salah satu contohnya seperti channel Youtube Rumil Al-Hilya. Rumil Al-Hilya yaitu channel Youtube yang menyelenggarakan kajian-kajian keislaman dengan berbagai tema dan pembicara. Rumil Al-Hilya memiliki 394 ribu *subscriber* dan 1,6 ribu video. Banyak para da'i dalam praktik dakwahnya menggunakan *platform* media sosial Youtube (Cakranegara *et al.*, 2023; Kurnia *et al.*, 2023). Hal ini karena Youtube mampu memberikan jangkauan yang lebih luas kepada audiens. Selain itu, Youtube mampu membuat konten dakwah yang durasinya lebih panjang, sehingga da'i dapat menjelaskan pesan dakwah secara *detail* dan mendalam. Beberapa da'i yang menjadi pembicara di channel Youtube Rumil Al-Hilya diantaranya seperti: Ustadz Muhammad Rasikh Khamta, Abi Makki, dr. Aisah Dahlan, dan Ustadz Subhan Bawazier. Para da'i tersebut melakukan dakwahnya dengan berbagai karakteristik yang mereka miliki masing-masing, misalnya seperti dr. Aisah Dahlan yang merupakan salah satu da'i sebagai pembicara di channel Youtube Rumil Al-Hilya. dr. Aisah merupakan seorang dokter dan pendakwah. Beliau memiliki ciri khas yang berbeda dengan da'i lainnya yang mengisi kajian di Rumil Al-Hilya. Pemahamannya tentang ilmu *neurosains*, dalam aktivitas dakwahnya beliau menggabungkan antara ilmu *neurosains* dengan ajaran agama Islam. Dapat dilihat dari salah satu contoh kajiannya terdapat pada video tentang “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita”. Ketika berdakwah dr. Aisah menjelaskan materi-materi *neurosains* terlebih dahulu, kemudian menghubungkan dengan ajaran agama Islam. Selain itu, dalam video tersebut terdapat komentar-komentar positif dari viewers-nya. Hal ini dapat dibuktikan dari beberapa tanggapan atau komentar-komentar *viewers-nya*, salah satunya, yaitu: akun yang bernama Siti Maisyaroh berkomentar “*Saya belum lama mulai nonton Youtube dengan pembicara bu Aisah dan sangat suka, sangat bermanfaat*”. (Al-Hilya, 2024)

Berdasarkan hal tersebut peneliti melihat bahwa video kajian yang berjudul “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” yang dipaparkan oleh dr. Aisah di channel Youtube Rumil Al-Hilya, terdapat tanggapan atau komentar-komentar positif dari *viewers*. Timbulnya hal-hal tersebut tentu tidak lepas dari kemampuan retorika dakwah dr. Aisah. Peneliti ingin mengetahui retorika dakwah seperti apa yang dilakukan oleh dr. Aisyah dalam video tersebut yang dapat menarik perhatian audiens atau *viewers*-nya. Bagaimana penggunaan olah kontak, olah vokal dan olah visualnya ketika menyampaikan dakwahnya. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang retorika dakwah dr. Aisah Dahlan dalam video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” di channel Youtube Rumil Al-Hilya.

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana olah kontak, olah vokal dan olah visual dr. Aisah Dahlan dalam video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” di channel Youtube Rumil Al-Hilya.

## B. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian jenis kualitatif yang bersifat deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif untuk memberikan deskripsi, penjelasan, serta validasi terkait fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2014). Penggunaan jenis penelitian deskriptif, rumusan masalah harus layak diangkat yang mengandung nilai ilmiah dan bersifat tidak terlalu luas. Begitupun tujuannya dan penggunaan datanya bersifat fakta bukan opini (Ramdhan, 2021). Dalam penelitian ini, aspek yang akan diteliti adalah retorika dakwah dr. Aisyah Dahlan dalam video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” di channel Youtube Rumil Al-Hilya, yang diunggah pada 19 Oktober 2022. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan dua metode yakni observasi dan dokumentasi.

## C. Hasil dan Pembahasan

### Olah Kontak Dr. Aisah Dahlan dalam Video “Perbedaan Persepsi Pria Dan Wanita” di Channel Youtube Rumil Al-Hilya

Kontak adalah terjalinnya ikatan yang erat secara visual dan emosional antara pembicara dan audiens. (Nasri, 2016).



**Gambar 1.** Olah Kontak Visual dr. Aisah Melihat Ke Arah Kiri Audiens



**Gambar 2.** Olah Kontak Visual dr. Aisah Melihat Ke Arah Kanan Audiens

Berdasarkan penelitian, peneliti melihat adanya olah kontak yang dilakukan dr. Aisah. Olah kontak tersebut meliputi kontak visual dan kontak mental (tanggapan audiens).

Menurut teori retorika Jalaluddin Rakhmat, olah kontak visual merupakan cara pertama untuk mempererat hubungan dengan khalayak yaitu melihat langsung kepada khalayak. Dapat dilakukan dengan menyapu pandangan kepada hadirin dengan perhatian terbagi seperti memandangi ke arah kanan, ke kiri dan ke tengah (Rakhmat, 2021). Pada gambar 1 dan 2 dalam video tersebut, dr. Aisah melakukan kontak visual kepada audiens dengan cara membagi pandangannya secara terbagi. Contoh kontak visual dr. Aisah terlihat pada menit 0.20, sebagai berikut:

“*Bismillahirrohmanirrohim, assalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Alhamdulillahirobbil’alamin wassalatu wassalamu ala rasulillah, Muhammad Ibnu Abdillah wa’ala alihi wasohbihi ajma’in ama ba’d. Teman-teman apa kabar semuanya sahabat-sahabat fillah ya Allah para rumilers*” (Al-Hilya, 2024).

Pada cuplikan video tersebut, dr. Aisah mengucapkan salam serta menyapa seluruh audiens saat pembukaan dakwahnya sambil melihat ke arah kanan, tengah, dan kiri audiens. Selain kontak visual, dalam olah kontak terdapat kontak mental (tanggapan audiens). Kontak mental yakni dengan memperhatikan *feedback* (umpan balik) dari audiens dan sesuaikan pembahasannya. Jika melihat ekspresi mereka yang terlihat kebingungan, jelaskan pembahasannya secara rinci, jika diantara audiens ada yang memberikan komentar, ambil komentar tersebut dan jadikan sebagai bahan pembahasan materi (Rakhmat, 2021).



**Gambar 3.** Kontak Mental (Tanggapan Audiens) dr. Aisah dengan Audiens

Kontak mental (tanggapan audiens) yang dilakukan dr. Aisah terlihat ketika sesi tanya jawab, contohnya pada menit 1.41.52, sebagai berikut:

Audiens: “*Saya punya cucu ustadzah, nah kakaknya (laki-laki) umur 5 tahun aktif banget itu lompat-lompat, nah adiknya itu perempuan, tapi kok jadi ngikutin ya ustadzah*” (Al-Hilya, 2024)

Dr. Aisah: “*Kalau anak perempuan ngikutin kakaknya yang laki-laki, kemungkinan besar anak perempuan itu ekstrovert wataknya yang saya bilang tadi agak tomboy. Dimana hormon testosteron pada anak perempuan itu lebih banyak sedikit dibanding anak perempuan yang introvert gitu, enggak masalah bu, enggak apa-apa yang penting itu ibu jaga ya, meja yang ada tajam-tajamnya, biasanya kalau saya di rumah, saya tambal itu, karena takutnya kejeduk di situ ya, itu saja. Sama ingatkan ya, pokoknya nak boleh main ya, senang ya, mainnya, kalau nanti panggilnya apa? Nenek, umi, oma? Kalau umi ada nasehati itu cuma 2, berbahaya sama enggak sopan*” (Al-Hilya, 2024)

Pada cuplikan video diatas, terdapat tanggapan audiens melalui sesi tanya jawab terkait pembahasan materi yang telah disampaikan saat aktivitas dakwahnya, kemudian dr. Aisah menanggapi dengan menjawab pertanyaan serta membahas kembali materi tersebut. Pada gambar 3, terlihat dr. Aisah menanggapi audiens dengan seksama, dalam hal ini dr. Aisah memperhatikan tanggapan dari audiesnya.

### **Olah Vokal dr. Aisah Dahlan dalam Video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” di Channel Youtube Rumil Al-Hilya.**

Berdasarkan hasil observasi melalui dokumentasi video tentang “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita di channel Youtube Rumil Al-Hilya, peneliti menemukan olah vokal yang digunakan dr. Aisah dalam aktivitas

dakwahnya terdapat beberapa olah vokal diantaranya yaitu: artikulasi, dialek, pitch (nada), rate dan rhythm, serta jeda dan pause.

Cara kerja olah vokal yaitu dapat mengubah bunyi menjadi kata, ungkapan atau kalimat. Terdapat tiga hal yang harus diperhatikan dalam olah vokal, yaitu: (1) Kejelasan (*Intelligibility*); (2) Keragaman (*Variety*); (3) Ritme (*Rhythm*). (Rakhmat, 2021)

### **Artikulasi**

Artikulasi yang dilakukan dr. Aisah, contohnya pada menit 11.36, sebagai berikut:

*“Rupanya pada pria, grey matter-nya, warna abu-abunya, lebih banyak 6,5 atau 6 setengah kali daripada wanita ya. Grey matter itu letak kecerdasan. White matter, area putih otak wanita 10 kali lebih banyak white matter pada wanita yaitu lebih fokus pada tanggung jawab”* (Al-Hilya, 2024)

Pada kalimat tersebut, penggunaan artikulasi pada kata “grey matter” dan “white matter”, dr. Aisah melafalkannya dengan artikulasi yang jelas, meskipun materinya itu mengandung bahasa ilmiah. Namun dr. Aisah mampu menggunakan artikulasi dengan baik sehingga tidak merubah makna dari kata yang diucapkan dan membuat audiens dapat memahami tentang materi yang telah disampaikannya. Selaras dengan hal tersebut, menurut teori retorika Jalaluddin Rakhmat, artikulasi melibatkan cara bunyi dibentuk dan dipisahkan dengan jelas oleh bibir, lidah, dan rahang. Jika setiap bunyi tidak diucapkan dengan jelas, hasilnya bisa terdengar bergumam. Sebaliknya, dengan mengucapkan setiap bunyi secara tegas dan jelas, maka artikulasi akan terdengar sempurna. (Rakhmat, 2021) Begitu pun M. Nasri meemaparkan bahwa, dakwah yang efektif yaitu dakwah yang menggunakan pengucapan huruf-huruf atau kata-kata yang jelas bagi audiens. Seorang da’i perlu untuk berusaha mengucapkan setiap huruf dan kata dengan jelas dan terdengar, agar audiens dapat memahami isi dan inti pesan dakwah. (Nasri, 2016)

### **Dialek**

Dialek adalah variasi bahasa yang dikembangkan oleh kelompok tertentu, mencakup kosa kata, tata bahasa, dan cara pengucapan yang berbeda dari kelompok bahasa lainnya. (Rakhmat, 2021)

Dialek yang dilakukan dr. Aisah, peneliti menemukan dialek bahasa Betawi. Contohnya terdapat pada menit 41.51, sebagai berikut:

*“Jadi otak laki-laki dalam perkembangann dari kecilnya sampai nanti umur 18, kalau kita pakai bahasa Betawi itu jomplang, tahu jomplang? Kanannya lebih dominan dari kirinya bayangin, kalau perempuan dia seimbang”* (Al-Hilya, 2024)

Pada kalimat tersebut, dr. Aisah terdengar adanya penggunaan bahasa Betawi pada kata “Jomplang”, jomplang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya tidak seimbang. Dalam setiap percakapannya dr. Aisah menggunakan bahasa campuran Betawi. Hal ini karena audiensnya kebanyakan berasal dari Jabodetabek, artinya ketika berdakwah dr. Aisah menyesuaikan bahasa yang dipakai oleh audiens, sehingga pesan yang disampaikan masih bisa dipahami oleh audiensnya. Penggunaan dialek bahasa ini dijelaskan dalam Q.S. Ibrahim (14): 4, yang artinya, sebagai berikut:

*“Kami tidak mengutus seorang rasul pun, kecuali dengan bahasa kaumnya, agar dia dapat memberi penjelasan kepada mereka. Maka, Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki (karena kecenderungannya untuk sesat), dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki (berdasarkan kesiapannya untuk menerima petunjuk). Dia Yang Mahaperkasa lagi Mahabijaksana.”*

Maksud ayat tersebut menjelaskan, setiap rasul diutus dengan bahasa yang dipahami oleh kaumnya agar pesan dakwahnya dapat disampaikan dengan jelas dan efektif. Ayat ini menekankan bahwa bahasa dalam komunikasi harus sesuai dengan bahasa atau dialek yang dimengerti audiens, agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Ini menunjukkan pentingnya menggunakan bahasa yang tepat untuk mencapai komunikasi dan dakwah yang efektif (Ahmadi, 2007; Ali Aziz, 2004; Wahid, 2019).

### **Rate dan Rhythm**

*Rate* dan *rhythm* merupakan kecepatan yang mengukur cepat lambatnya irama suara. Seorang pembicara perlu menyesuaikan kecepatan dan mengatur suara sesuai dengan ritme yang tepat. Suara yang terlalu cepat atau terlalu lambat dapat membuat audiens kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan. (Anna, 2020)

Dr. Aisah dalam video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” menggunakan *rate* dan *rhythm* yang selaras, contohnya pada menit, 1.08.18, sebagai berikut:

“Fungsi hipotalamus itu banyak, tetapi untuk laki-laki dan perempuan harus kita pelajari bahwa, hipotalamus ini adalah pusat menjaga keamanan. Disinilah laki-laki senantiasa dari kecil menjaga keamanan tanpa keluarga sadari” (Al-Hilya, 2024).

Pada cuplikan video tersebut, dr. Aisah ketika menyampaikan materinya tentang fungsi hipotalamus pada laki-laki, menggunakan *rate* dan *rhythm* tidak terlalu lambat dan tidak terlalu cepat, sehingga audiens mampu mencermati dan memahami materi yang disampaikan. Selaras dengan hal tersebut, melihat dari retorika yang dilakukan Rasulullah SAW bersifat lebih perlahan dan penuh perhatian. (Nasri, 2016) Ditegaskan dalam hadits riwayat al-Bukhari dan Muslim, yang artinya: “Rasulullah tidak pernah berbicara cepat, beliau mengeluarkan kata demi kata yang apabila orang mau menghitungnya, niscaya dapat menghitungnya.” (H.R. al-Bukhari dan Muslim) (Nasri, 2016)

### **Jeda atau Pause (Hentian)**

Penggunaan jeda atau *pause* dr. Aisah, contohnya terlihat pada menit 1.10.32, sebagai berikut:

“Seorang pria perlu tahu dan mengerti bahwa tujuan seorang wanita/ bukanlah ingin membuatnya merasa bersalah// Iya enggak sih bu kalau kita nasehatin laki-laki atau memberi masukan// Maksudnya kan/ kita ingin ya/ membantunya dan seharusnya tidak perlu tersinggung ya kan bu// Itu menurut kita/ karena kita otak yang selalu kerja sama/ selalu orientasi hubungan/ dan otak tanggung jawab” (Al-Hilya, 2024)

Pada kalimat dalam cuplikan video tersebut, terdengar olah vokal dr. Aisah menggunakan jeda atau *pause* yang tepat. Penggunaan tanda berupa garis tunggal (/) merupakan jeda antara kata dalam frasa. (Anna, 2020) Maksudnya pada kalimat tanda garis tunggal itu, sebagai tanda dr. Aisah memberikan jeda lebih singkat untuk membantu mengatur pembicaraan selanjutnya. Sedangkan penggunaan garis ganda (//), maksudnya sebagai hentian pada kalimat tersebut, sehingga audiens mampu memahami dan mencermati maksud pesan yang disampaikan.

Selaras dengan hal tersebut, menurut Jalaluddin Rakhmat *pause* berarti menghentikan suara sejenak. Bagi seorang pembicara, jeda ini memberi kesempatan untuk berpikir, mencari kata yang tepat, dan merencanakan penyampaian gagasan. Jeda digunakan untuk menyusun unit-unit pemikiran, seperti koma, titik, atau tanda baca lainnya dalam tulisan. (Rakhmat, 2021)

Begitupun dalam bahasa Indonesia, pemanfaatan tekanan dan jeda sangat penting, karena kesalahan dalam penggunaan jeda atau tekanan dapat mengubah makna sebuah kalimat. (Anna, 2020)

### **Olah Visual dr. Aisah Dahlan dalam Video “Perbedaan Persepsi Pria Dan Wanita” di Channel Youtube Rumil Al-Hilya**

Olah visual yakni berbicara dengan menggunakan gerakan tubuh, tangan, wajah. Berdasarkan Jalaluddin Rakhmat olah visual dapat dibagi menjadi dua, yakni gerak fisik (*physical action*) atau tubuh (*bodily action*) dan alat-alat visual (*visual aids*). Dalam hal ini, gerak fisik yang dilakukan dr. Aisah dalam video “Perbedaan Pria dan Wanita” di channel Youtube Rumil Al-Hilya yakni gerak tubuh atau gerak fisik dan alat-alat visual. Gerak tubuh yang dilakukan dr. Aisah dalam video Youtube, yaitu:

### **Sikap Tubuh**

Sikap tubuh yang dilakukan dr. Aisah dalam video Youtube, yaitu sikap berdiri dan sikap duduk.



**Gambar 4.** Sikap Tubuh dr. Aisah Ketika Duduk



**Gambar 5.** Sikap Tubuh dr. Aisah Ketika Berdiri

Gambar 4, menunjukkan sikap tubuh dr. Aisah ketika duduk, ia selalu mencondongkan tubuhnya ke depan atau terlihat sedikit membungkukkan badannya.

Dalam *public speaking*, aspek penting dari bahasa tubuh saat berbicara adalah menjaga postur tubuh yang tegak dan percaya diri. Sikap berdiri atau duduk dengan posisi tegak dan bahu yang lurus untuk mencerminkan kepercayaan diri dan otoritas (Devito, 1984; Gani *et al.*, 2020; Wuwuh Andayani *et al.*, 2024). Hindari membungkuk, karena hal ini dapat memberi kesan bahwa Anda kurang tertarik atau tidak percaya diri (dkk, 2024). Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melihat bahwa sikap tubuh dr. Aisah ketika duduk, meskipun dengan mencondongkan atau sedikit membungkukkan badan. Peneliti tidak melihat adanya ketidakpercayaan diri dari dr. Aisah, tetapi hal tersebut memperlihatkan fokus dr. Aisah ketika melakukan aktivitas dakwahnya. Contohnya pada menit 36.36, sebagai berikut:

*“Otak kiri juga, ini adalah keteraturan, disiplin juga otak kiri, teratur ya kiri, makan jam segini, bangun jam itu kiri dan kita perlu otak kiri untuk analisa dan itu ada di otak kita, yang penting kita sekarang ya Allah sudah kasih petunjuk untuk meresetnya, maka kita pelajari supaya kita bisa menggunakannya dengan efektif”* (Al-Hilya, 2024) Pada cuplikan video tersebut, dr. Aisah ketika menyampaikan pembahasan materi, ia selalu fokus terhadap audiens sehingga audiens merasa diperhatikan dan sesekali ia melihat ke alat bantu visual laptop untuk melihat materi selanjutnya yang akan disampaikan. Inilah maksud dari sikap tubuh dr. Aisah dengan mencondongkan badannya kedepan. Gambar 5, menunjukkan sikap tubuh dr. Aisah ketika berdiri. Contohnya terlihat pada menit 30.12, sebagai berikut:

*“Lanang, iya bu, saya liatin dia kan, sudah begini. Yang sopan kalau ngomong sama ibu, lihat mukanya”* (Al-Hilya, 2024) Pada cuplikan video tersebut, dr. Aisah memberikan contoh terkait pembahasan materi dengan melakukan sikap tubuh berdiri, hal tersebut dilakukan untuk mengilustrasikan sebuah cerita. Sikap ini dapat membuat audiens merasa tidak bosan saat mendengarkan pesan yang disampaikan.

Berdasarkan uraian di atas, sikap tubuh selama berbicara, baik saat duduk maupun berdiri sangat mempengaruhi keberhasilan penampilan sebagai komunikator. Sikap tubuh ketika berdiri dapat mempengaruhi bagaimana pendengar menafsirkan penampilan dan memberikan kesan tertentu tentang diri komunikator. (Anna, 2020)

### **Penampilan dan Pakaian**

Pakaian juga merupakan hal yang penting, karena pakaian adalah bagian dari identitas kita. Beberapa orang berpendapat bahwa pakaian dapat meningkatkan kewibawaan seseorang. (Anna, 2020)



**Gambar 6.** Penampilan dan Pakaian dr. Aisah

Penampilan dan pakaian dr. Aisah dalam video Youtube, terlihat rapi, sopan dan sesuai dengan syariat Islam. Beliau menggunakan pakaian gamis berwarna hitam dengan motif batik dan dipasukan kerudung warna kuning yang menutupi dada, beliau menggunakan aksesoris anting dan menggunakan riasan wajah yang *natural*, sehingga terlihat *fresh*.

### Ekspresi Wajah



Gambar 7. Ekspresi Wajah Bahagia dr. Aisah



Gambar 8. Ekspresi Wajah Serius dr. Aisah

Ekspresi wajah bahagia dr. Aisah, contohnya terlihat pada menit 06.12, sebagai berikut:

*“Dan terima kasih juga pada yang belum berkeluarga, tapi sudah rajin ikut taklim itu luar biasa, adakah yang belum berkeluarga? Coba angkat tangan, saya mau kenalan dulu, oh ya Allah masyaallah”* (Al-Hilya, 2024)

Pada kalimat tersebut, tidak ada pembicaraan atau pembahasan mengenai materi. Akan tetapi dr. Aisah sedang mengucapkan terima kasih dan berinteraksi dengan audiens. Pada gambar VII, terlihat ekspresi wajah bahagia dari dr. Aisah, ia tersenyum dengan menyipitkan matanya dan bibir melengkung sedikit mirip huruf “u”. Penggunaan ekspresi wajah ini membuat audiens merasa nyaman saat mendengarkan aktivitas dakwahnya hal ini terdengar adanya tanggapan dari audiens. Sedangkan pada gambar VIII, menunjukkan ekspresi wajah serius yang dilakukan dr. Aisah, contohnya terlihat pada menit 37.58, sebagai berikut: *“Kita punya otak kiri dan kanan artinya apa? Kita bisa serius bisa juga rileks. Tapi ini mungkin sering dengar ya, tapi saya suka ulang-ulang. Sewantu kita bayi sampai kita dewasa ini, ada perbedaan perkembangannya antara otak laki-laki dan perempuan”* (Al-Hilya, 2024) Pada kalimat tersebut, dr. Aisah menjelaskan materi dengan serius. Hal ini karena materi yang disampaikan merupakan materi yang menjadi poin penting untuk audiens. Maksud penggunaan ekspresi yang serius, agar audiens memperhatikan dan dapat memahami materi yang disampaikan.

Berdasarkan uraian di atas, dalam retorika penggunaan ekspresi wajah memiliki kekuatan untuk menyampaikan emosi dan maksud pembicara. Sebuah senyuman yang ikhlas bisa mencerminkan kehangatan dan ketulusan, sedangkan ekspresi yang serius dapat menegaskan pentingnya pesan yang ingin disampaikan (Anjar, 2024).



## Gerakan Tangan



**Gambar 9.** Gerakan Tangan dr. Aisah

Dr. Aisah dalam ativitas dakwahnya sering menggunakan gerak tangan. Contohnya pada menit 1.00.12, sebagai berikut:

*“Yang empat anak laki kaya saya? saya punya temen, alhamdulillah ada juga, cuma berdua kita bu, alhamdulillah, ini kalau kita engga tau otak laki-laki kaya apa kita di rumah bu, makannya saya senang banget sosialisasi otak laki-laki, bahkan saya ulang-ulang biar paham dan sadar ya”* (Al-Hilya, 2024) Pada kalimat tersebut, peneliti melihat gerakan tangan yang dilakukan dr. Aisah terlihat ketika ia bertanya kepada audiens yang memiliki empat anak laki-laki disertai dengan mengangkat salah satu tangannya ke atas dan jari yang memebentuk angka 4 sebagai bentuk penegasan dari petanyaannya. Selaras dengan hal tersebut, gerakan tangan dengan jari yang membentuk angka 4. Menurut teori Jalaluddin Rakhmat termasuk kedalam gerakan isyarat yaitu isyarat tradisional. Gerak fisik menggunakan isyarat tradisional tersebut sama seperti yaitu gerakan isyarat tradisional yang memperlihatkan ibu jari untuk menunjukkan hebat, menghadapkan kedua telapak tangan ke atas untuk memohon atau berdoa, menggelengkan kepala untuk menyatakan tidak, dan sebagainya (Rakhmat, 2021).

### Alat Bantu Visual (*Visual Aids*)

*Visual aids* diperlukan oleh seorang pembicara publik untuk menyampaikan materi kepada audiens. Sebelum adanya proyektor, materi biasanya disampaikan melalui poster. Namun, dengan kemajuan teknologi saat ini, pembicara publik dapat menyajikan materi menggunakan program seperti PowerPoint yang lebih praktis dan dinamis.

Dalam aktivitas dakwahnya dr. Aisah menggunakan alat bantu visual *power point* yang berisi gambar-gambar struktur otak serta poin-poin penting terkait materi yang akan dibahasnya. Contohnya pada menit, 35.06, sebagai berikut;

*“dr. Roger Walker tahunn 1980 dan beliau dapat Nobel ya, yang menemukan bahwa Tuhan menciptakan otak kiri, kanan dengan tupoksi yang berbeda”* (Al-Hilya, 2024)

Pada kalimat tersebut, dr. Aisah memperlihatkan gambar struktur pembagian otak kiri dan kanan, kemudian ia menjelaskannya sesuai dengan kemampuan pemahamannya tentang *neurosains*, sehingga audiens mampu memahami dengan jelas materi yang disampaikan.

Adapun alat bantu visual lainnya yang digunakan dr. Aisah saat aktivitas dakwah, diantaranya yaitu; *microphone*, *laptop*, *pointer* dan *power point*. Penggunaan alat bantu visual ini sebagai penunjang materi yang akan disampaikan.

## D. Kesimpulan

dr. Aisah melakukan olah visual dalam video “Perbedaan Persepsi Pria dan Wanita” di Channel Youtube Rumil Al-Hilya, diantaranya yaitu: (1) Sikap tubuh yang dilakukan yaitu ketika duduk dan ketika berdiri. Sikap tubuh dr. Aisah ketika duduk dengan posisi badan condong ke depan menandakan beliau fokus dalam memberikan materi yang akan disampaikan. Sedangkan sikap tubuh dr. Aisah ketika berdiri dilakukan saat mengilustrasikan cerita terkait materi yang disampaikan; (2) Penampilan dan Pakaian yang digunakan dr. Aisah ketika berdakwah, beliau menggunakan pakaian yang rapi, sopan dan sesuai syariat Islam serta menggunakan

riasan yang *natural*; (3) Ekspresi yang dilakukannya yakni ekspresi wajah bahagia dan ekspresi wajah serius. Ekspresi wajah bahagia yang dilakukan dr. Aisah yaitu ketika pembicaraan santai, seperti berinteraksi dengan audiens. Sedangkan ekspresi wajah serius yang dilakukannya ketika menegaskan atau menyampaikan materi yang menjadi poin penting; (4) Gerakan tangan yang dilakukan dr. Aisah dengan mengangkat salah satu tangannya yang membentuk jari seperti angka 4, sebagai bentuk penegasan ketika berinteraksi dengan audiens; (5) Penggunaan alat-alat visual yang digunakan dr. Aisah yaitu *microphone*, laptop, *pointer* dan *power point*.

## Daftar Pustaka

- Ahmadi, D. (2007). Konstruksi Jilbab sebagai Simbol Keislaman. *MediaTor: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 235–248.
- Ahmadi, D., Sabarina, C., & Harahap, E. H. (2020). Implementation Information Technology Through Channel Youtube “Lampu Islam.” *2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)*, 630–631. <https://www.scribd.com/doc/76635686/Studi-Bahasa-Dan-Konteks->
- Ahmadi, D., Septiawan, S., Indra, S., Firmansyah, & Iskandar, D. (2024). Effect of WhatsApp promotional messages on audience interest in accessing news. *SCIENCE AND TECHNOLOGY RESEARCH SYMPOSIUM 2022*, 3065, 020039. <https://doi.org/10.1063/5.0225981>
- Ali Aziz, M. (2004). *Ilmu Dakwah*. Kencana Prenada Media Group.
- Anjar, R. (2024). *Retorika (Teori dan Praktis Seni Berbicara Di Era Digital)*. Wawasan Ilmu.
- Anna, D. S. (2020). *Buku Ajar Retorika*. CV. AA. Rizky.
- Cakranegara, D. I., Ahmadi, D., Kurnia, S. S., Firmansyah, F., & Karsa, S. I. (2023). The Role of Local Mass Media in Anticipating Hoax Information (Case Study at Radar Tasikmalaya). *Nyimak, Journal of Comunication*, 7(1), 55–70. <https://doi.org/DOI:10.31000/nyimak.v7i1.6967>
- Devito, J. A. (1984). *The Elements of Public Speaking*. Harper & Row.
- Fhadillah, R. (2019). *Penyalahgunaan Media Sosial Youtube dalam Perspektif UU ITE No. 19 Tahun 2016 dan Hukum Islam*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Gani, R., Astuti, S. I., & Kusumalestari, R. R. (2020). *Virtual Public Speaking*. Simbosa Rekatama Media.
- Halwa Sri Wulandari, & Malki Ahmad Nasir. (2024). Strategi Dakwah YouTube Darussurur Media dalam Meningkatkan Pemahaman Agama. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 47–52. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3903>
- Hamdan, M. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1).
- Jihan Azhari, & Bambang Saiful Ma’arif. (2023). Pola Komunikasi Dakwah dalam Pembinaan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Dusun Cikoneng Sumedang. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 29–34. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2258>
- Karimah, S. F. (2021). Peranan Dakwah Kismis Purwakarta secara Online dalam Menyiarkan Islam. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 7–10. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.18>
- Kurnia, S. S., Ahmadi, D., Karsa, S. I., Firmansyah, F., & Iskandar, D. (2022). *Interpretation of Television Journalists Utilizing Smartphone Technology*. 534–539.
- Kurnia, S. S., Firmansyah, Ahmadi, D., Iskandar, D., Karsa, S. I., & Kustiman, E. (2023). Digital Diversification to Expand the Indonesian Radio Industry: A Case Study of PRFM, Delta, and Dahlia Stations. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(3), 202–220. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3903-11>
- Nasri, M. (2016). *Dakwah Efektif (Public Speaking) Bagaimana Bertabligh Yang Baik*. Lembah Harapan Press.
- Nasrullah, R. (2015a). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*.
- Nasrullah, R. (2015b). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Komunikasi Antar Budaya di Era Digital*. Prenada Media.
- Rakhmat, J. (2021). *Retorika Modern Pendekatan Praktis Berbicara di Depan Publik*. Simbiosa Rekatama Media.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Medua Nusantara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Udin. (2019). *Retorika dan Narasi Dakwah Bagi Pemula*. Prenamedia Group.
- Wahid, A. (2019). *Media Sosial Dalam Dakwah: Strategi dan Implementasi*. Pustaka Islam.
- Wina Widiastuti, & Ida Afidah. (2024). Metode Dakwah Lembang Berdzikir di Mesjid Besar Lembang. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 67–72. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3940>
- Wuwuh Andayani, Loso Judijanto, Nursyam Maharang, Mohamad Fajri Mekka Putra, Sulaiman Sulaiman, Karimuddin Karimuddin, Dessy Andamisari, Saskia Ratry Arsiwie, & Ihtiara Fitrianiingsih. (2024). *Public Speaking (Teori Dalam Menguasai Keterampilan Berbicara Yang Baik)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.