

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang pantas penulis ucapkan dalam muqodimah ini melainkan untaian Puji Syukur Kehadirat Maulana Azza wajalla dengan wasilah ungkapan Alhammdullilahirobbil Alamin. Atas Rahmat, Maunah serta HidayahNya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana di Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo dengan judul **“Retorika Impresi Komunikasi Dakwah Kh. Musleh Muafi Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat (Study Kasus Majelis Hawariyyul Ashr)”**, dapat terselesaikan.

Kesuksesan ini penulis raih karena dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam– dalamnya kepada semua pihak yang telah ikut andil dan berperan serta dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. KH. Zuhri Zaini, BA. selaku pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid, yang telah menjadi suri tauladan bagi generasi yang sedang fastabiqul khoirot dalam mencari ilmu.
2. Bapak KH. Hamid Wahid, M. Ag selaku Rektor Universitas Nurul Jadid
3. Bapak DR. H. Hasan Baharun, M. Pd, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

4. Ibu Dr. Nur Aisyah, M.Pd.I selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Terimakasih atas bimbingan dan arahnya.
5. Bapak Kh. Faiz, M. Fil.I.dan Bapak Farhan, M. Sos. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan–masukan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan, Semoga Allah melipat gandakan amal kebaikan mereka.
7. Abi dan Ummi, ucapan terima kasih yang tiada batas untuk untaiian do'a, dukungan moral dan dukungan financial yang telah kalian berikan. Terimakasih karena dengan motivasi kalian sehingga penulis tidak pernah mundur dalam mengurungi pasang surutnya sebuah kehidupan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan baik dari substansi ataupun redaksi bahasanya. Oleh karena itu, saran pembaca sangat penulis harapkan. Dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat.

Paiton, 21 April 2021

Penulis,

UNSIYATUL UYUN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Definisi Konsep.....	10
G. Penelitian Terdahulu.....	11
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
A. RETORIKA	16
1. Pengertian Retorika.....	16
2. Pembagian Retorika.....	20
3. Tujuan Retorika	22
4. Fungsi Retorika.....	23
5. Lima Hukum Retorika	25
B. IMPRESI ATAU INTONASI DALAM DAKWAH	26
C. KOMUNIKASI DAKWAH	32
1. Pengertian Komunikasi Dakwah	32

2.	Metode-Metode Komunikasi Dakwah.....	35
3.	Fungsi-fungsi Komunikasi Dakwah	37
4.	Etika Komunikasi Dakwah dalam Al-Quran.....	39
D.	PEMAHAMAN KEAGAMAAN	44
1.	Definisi Pemahaman	44
2.	Definisi Keagamaan.....	45
3.	Definisi Pemahaman Agama.....	48
BAB III	51
METODE PENELITIAN	51
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
1.	Pendekatan Penelitian	51
2.	Jenis Penelitian	51
B.	Tahap-Tahap Penelitian.....	52
C.	Instrumen Penelitian.....	56
D.	Sumber Data.....	56
E.	Tekhnik Pengumpulan Data.....	58
F.	Tekhnik Analisis Data	62
G.	Teknik Pengecekan Keabsahan Data	63
BAB IV	66
HASIL PENELITIAN	66
A. Paparan Data dan Pembahasan.....	66
1.	Profil KH. Musleh Muafi	66
2.	Profil Majelis Hawariyyul Ashr	77
B. Pembahasan.....	80
1.	Retorika Impresi Dakwah Kh. Musleh Muafi Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat (Study Kasus Majelis Hawariyyul Ashr).....	80
2.	Faktor Pendukung dan Penghambat Retorika Impresi Komunikasi Dakwah KH. Musleh Muafi Dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat (Study Kasus Majelis Hawariyyul Ashr).....	99
BAB V	108
PENUTUP	108
A.	KESIMPULAN	108
B.	SARAN.....	109

DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	114
RIWAYAT HIDUP	116

